

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ในการซื้อ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สถานที่ซื้อ มูลค่าการซื้อต่อครั้งโดยเฉลี่ย และแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผา (ตารางที่ 1-13)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 14-18)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการในการเลือกซื้อเครื่องเคลือบดินเผา ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 19-23)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพหลัก และรายได้ต่อเดือน (ตารางที่ 24-39)

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องเคลือบดินเผาจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพหลัก และรายได้ต่อเดือน (ตารางที่ 40- 55)

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

### ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ        | จำนวน      | ร้อยละ       |
|------------|------------|--------------|
| ชาย        | 164        | 54.7         |
| หญิง       | 136        | 45.3         |
| <b>รวม</b> | <b>300</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชาย คิดเป็นร้อยละ 54.7 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45.3

### ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ          | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---------------|------------|--------------|
| ไม่เกิน 20 ปี | 27         | 9.0          |
| 20 – 30 ปี    | 109        | 36.3         |
| 31 – 40 ปี    | 69         | 23.0         |
| 41 – 50 ปี    | 78         | 26.0         |
| 51 - 60 ปี    | 11         | 3.7          |
| มากกว่า 60 ปี | 6          | 2.0          |
| <b>รวม</b>    | <b>100</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาได้แก่อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.0 มีอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.7 และมีอายุมากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

| สถานภาพ        | จำนวน      | ร้อยละ       |
|----------------|------------|--------------|
| โสด            | 132        | 44.0         |
| สมรส           | 142        | 47.3         |
| หม้าย/หย่าร้าง | 26         | 8.7          |
| <b>รวม</b>     | <b>300</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานะภาพสมรสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองมาได้แก่ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 44.0 และหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ระดับการศึกษา                  | จำนวน      | ร้อยละ       |
|--------------------------------|------------|--------------|
| ประถมศึกษา                     | 19         | 6.3          |
| มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า  | 64         | 21.3         |
| มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 69         | 23.0         |
| อนุปริญญาหรือเทียบเท่า         | 93         | 31.0         |
| ปริญญาตรี                      | 53         | 17.7         |
| สูงกว่าปริญญาตรี               | 2          | 0.7          |
| <b>รวม</b>                     | <b>300</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาได้แก่ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 23.0 มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 21.3 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.7 ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 6.3 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

| อาชีพหลัก             | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-----------------------|------------|--------------|
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 42         | 14.0         |
| พนักงานบริษัท         | 110        | 36.7         |
| อาชีพอิสระ            | 40         | 13.3         |
| เจ้าของกิจการ         | 64         | 21.3         |
| นักเรียน นักศึกษา     | 41         | 13.7         |
| อื่น ๆ -แม่บ้าน       | 3          | 1.0          |
| <b>รวม</b>            | <b>300</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาได้แก่ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 21.3 ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 14.0 นักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.7 อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 13.3 และแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน      | ร้อยละ       |
|----------------------|------------|--------------|
| น้อยกว่า 5,000 บาท   | 57         | 19.0         |
| 5,000 - 10,000 บาท   | 103        | 34.4         |
| 10,001- 20,000 บาท   | 66         | 22.0         |
| 20,001 – 30,000 บาท  | 55         | 18.3         |
| 30,001 - 40,000 บาท  | 15         | 5.0          |
| มากกว่า 40,000 บาท   | 4          | 1.3          |
| <b>รวม</b>           | <b>300</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบสอบถามมีรายได้ 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาได้แก่ รายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.0 รายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.0 รายได้ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.3 รายได้ 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.0 และรายได้มากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| วัตถุประสงค์ที่สำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| ใช้ในชีวิตประจำวัน   | 211   | 70.3   |
| ให้เป็นของขวัญ       | 121   | 40.3   |
| ใช้เป็นของตกแต่ง     | 215   | 71.7   |
| เป็นของที่ระลึก      | 81    | 27.0   |
| อื่น ๆ -สะสม         | 2     | 0.7    |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องเคลือบดินเผาเพื่อใช้เป็นของตกแต่ง คิดเป็นร้อยละ 71.7 รองลงมาได้แก่ ใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 70.3 ให้เป็นของขวัญ คิดเป็นร้อยละ 27.0 และสะสม คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ  
เครื่องเคลือบดินเผา

| เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ  | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|-------|--------|
| คุณภาพสินค้าดี           | 234   | 78.0   |
| ประโยชน์ใช้สอยมีมาก      | 192   | 64.0   |
| หาซื้อได้ง่าย            | 61    | 20.3   |
| การบริการของพนักงานขายดี | 12    | 4.0    |
| รูปแบบและสีทันสวยงาม     | 168   | 56.0   |
| ราคาเหมาะสม              | 136   | 45.3   |
| การส่งเสริมการขายน่าสนใจ | 26    | 8.7    |
| อื่น ๆ - มีหลายชนิด      | 1     | 0.3    |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา คือ คุณภาพสินค้าดี คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมาได้แก่ ประโยชน์ใช้สอยมีมากคิดเป็นร้อยละ 64.0 รูปแบบและสีทันสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 56.0 ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 45.3 หาซื้อได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 20.3 การส่งเสริมการขายน่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 8.7 การบริการของพนักงานดี คิดเป็นร้อยละ 4.0 และมีหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ  
เครื่องเคลือบดินเผาที่เลือกซื้อ

| ประเภทของผลิตภัณฑ์ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| โอ่งมังกร          | 126   | 42.0   |
| กระถางปลูกต้นไม้   | 199   | 66.3   |
| แจกัน              | 129   | 43.0   |
| กระถางบัว          | 168   | 56.0   |
| ตุ๊กตา             | 118   | 39.3   |
| อื่น ๆ -จาน ชาม    | 3     | 1.0    |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องเคลือบดินเผาประเภท  
กระถางปลูกต้นไม้ คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาได้แก่ กระถางบัว คิดเป็นร้อยละ 56.0 แจกัน  
คิดเป็นร้อยละ 43.0 โอ่งมังกร คิดเป็นร้อยละ 42.0 ตุ๊กตา คิดเป็นร้อยละ 39.3 และ จาน ชาม คิดเป็น  
ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ



ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผามากที่สุด

| ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| ตัวเอง                            | 177   | 59.0   |
| คู่สมรส                           | 31    | 10.3   |
| พนักงานขาย                        | 10    | 3.3    |
| ญาติ/พี่น้อง                      | 23    | 7.7    |
| เพื่อน                            | 59    | 19.7   |
| รวม                               | 300   | 100.0  |

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา คือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาได้แก่ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 19.7 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 10.3 ญาติ/พี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 7.7 และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อ  
เครื่องเคลือบดินเผา

| สถานที่ซื้อ                    | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------|-------|--------|
| ร้านจำหน่ายเครื่องเคลือบทั่วไป | 242   | 80.7   |
| ห้างสรรพสินค้า                 | 127   | 42.3   |
| งานแสดงสินค้า                  | 46    | 15.3   |
| โรงงานผู้ผลิตโดยตรง            | 124   | 41.3   |
| ตลาดนัด                        | 77    | 25.7   |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเคลือบดินเผาจากร้าน  
จำหน่ายเครื่องเคลือบทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาได้แก่ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ  
42.3 โรงงานผู้ผลิตโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 41.3 ตลาดนัด คิดเป็นร้อยละ 25.7 และงานแสดงสินค้า  
คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าการซื้อต่อครั้ง

| มูลค่าการซื้อต่อครั้ง | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-----------------------|------------|--------------|
| ไม่เกิน 500 บาท       | 170        | 56.7         |
| 501 – 1,000 บาท       | 89         | 29.7         |
| 1,001 – 2,000 บาท     | 30         | 10.0         |
| มากกว่า 2,000 บาท     | 11         | 3.7          |
| <b>รวม</b>            | <b>300</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเครื่องเคลือบดินเผาแต่ละครั้ง  
โดยเฉลี่ยไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาได้แก่ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.7  
1,000-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.0 และมากกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ  
สินค้าเครื่องเคลือบดินเผาและร้านค้า

| สื่อที่ทราบข้อมูล     | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| โทรทัศน์              | 85    | 28.3   |
| หนังสือพิมพ์          | 96    | 32.0   |
| แผ่นป้ายโฆษณา         | 101   | 33.7   |
| แผ่นพับและใบปลิว      | 76    | 25.3   |
| วิทยุ                 | 59    | 19.7   |
| นิตยสาร               | 94    | 31.3   |
| การบอกต่อโดยบุคคล     | 178   | 59.3   |
| อื่น ๆ -งานแสดงสินค้า | 3     | 1.0    |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเครื่อง  
เคลือบดินเผาและร้านที่จำหน่ายสินค้าจากการบอกต่อโดยบุคคล คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมา  
ได้แก่ แผ่นป้ายโฆษณา 33.7 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 32.0 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 31.3  
โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 28.3 แผ่นพับและใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 25.3 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 19.7  
และจากงานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความ  
ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ปัจจัยด้าน<br>ผลิตภัณฑ์ | ระดับความสำคัญ    |                   |                   |                   |                   | รวม            | ค่าเฉลี่ย<br>(แปดผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|-------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|----------------------|--------------|
|                         | มากที่สุด         | มาก               | น้อย              | น้อยที่สุด        | ไม่มีผล           |                |                      |              |
|                         | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                |                      |              |
| คุณภาพ                  | 168<br>(56.0)     | 118<br>(39.3)     | 10<br>(3.3)       | 4<br>(1.3)        | 0<br>(0.0)        | 300<br>(100.0) | 4.50<br>(มากที่สุด)  | 1            |
| สีสันทัน                | 150<br>(50.0)     | 113<br>(37.7)     | 30<br>(10.0)      | 5<br>(1.7)        | 2<br>(0.7)        | 300<br>(100.0) | 4.35<br>(มาก)        | 4            |
| รูปแบบสินค้า            | 160<br>(53.3)     | 109<br>(36.3)     | 24<br>(8.0)       | 5<br>(1.7)        | 2<br>(0.7)        | 300<br>(100.0) | 4.40<br>(มาก)        | 3            |
| ลวดลาย                  | 138<br>(46.0)     | 117<br>(39.0)     | 37<br>(12.3)      | 6<br>(2.0)        | 2<br>(0.7)        | 300<br>(100.0) | 4.28<br>(มาก)        | 5            |
| ขนาด                    | 132<br>(44.0)     | 119<br>(39.7)     | 36<br>(12.0)      | 8<br>(2.7)        | 5<br>(1.7)        | 300<br>(100.0) | 4.22<br>(มาก)        | 6            |
| ประโยชน์ใช้<br>สอย      | 165<br>(55.0)     | 105<br>(35.0)     | 23<br>(7.7)       | 6<br>(2.0)        | 1<br>(0.3)        | 300<br>(100.0) | 4.42<br>(มาก)        | 2            |
| ค่าเฉลี่ยรวม            |                   |                   |                   |                   |                   |                | 4.36<br>(มาก)        |              |

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดย  
รวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.36 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้  
ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.50 ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้  
ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.40 ประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ย  
4.42 สีสันทัน มีค่าเฉลี่ย 4.35 ลวดลาย มีค่าเฉลี่ย 4.28 และขนาด มีค่าเฉลี่ย 4.22

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ปัจจัยด้านราคา         | ระดับความสำคัญ    |                   |                   |                   |                   | รวม            | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|----------------------|--------------|
|                        | มากที่สุด         | มาก               | น้อย              | น้อยที่สุด        | ไม่มีผล           |                |                      |              |
|                        | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                |                      |              |
| ราคาสินค้า             | 149<br>(49.7)     | 122<br>(40.7)     | 26<br>(8.7)       | 1<br>(0.3)        | 2<br>(0.7)        | 300<br>(100.0) | 4.38<br>(มาก)        | 1            |
| มีการต่อรอง<br>ราคาได้ | 123<br>(41.0)     | 113<br>(37.7)     | 61<br>(20.3)      | 3<br>(1.0)        | 0<br>(0.0)        | 300<br>(100.0) | 4.19<br>(มาก)        | 2            |
| มีส่วนลด<br>เงินสด     | 103<br>(34.3)     | 92<br>(30.7)      | 73<br>(24.3)      | 17<br>(5.7)       | 15<br>(5.0)       | 300<br>(100.0) | 3.84<br>(มาก)        | 4            |
| มีป้ายราคาติดชัดเจน    | 126<br>(42.0)     | 113<br>(37.7)     | 47<br>(15.7)      | 12<br>(4.0)       | 2<br>(0.7)        | 300<br>(100.0) | 4.16<br>(มาก)        | 3            |
| ค่าเฉลี่ยรวม           |                   |                   |                   |                   |                   |                | 4.14<br>(มาก)        |              |

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ ราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.38 มีการต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ย 4.19 มีป้ายราคาติดชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.16 และมีส่วนลดเงินสด มีค่าเฉลี่ย 3.84

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ระดับความสำคัญ    |                   |                   |                   |                   | รวม            | ค่าเฉลี่ย<br>(แปดผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|----------------------|--------------|
|                                | มากที่สุด         | มาก               | น้อย              | น้อยที่<br>สุด    | ไม่มีผล           |                |                      |              |
|                                | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                |                      |              |
| สถานที่ตั้งสะดวก<br>ในการซื้อ  | 176<br>(58.7)     | 94<br>(31.3)      | 25<br>(8.3)       | 4<br>(1.3)        | 1<br>(0.3)        | 300<br>(100.0) | 4.47<br>(มาก)        | 1            |
| การจัดร้านสวยงาม               | 133<br>(44.3)     | 114<br>(38.0)     | 47<br>(15.7)      | 4<br>(1.3)        | 2<br>(0.7)        | 300<br>(100.0) | 4.24<br>(มาก)        | 5            |
| การจัดสินค้าเป็น<br>หมวดหมู่   | 134<br>(44.7)     | 120<br>(40.0)     | 42<br>(14.0)      | 3<br>(1.0)        | 1<br>(0.3)        | 300<br>(100.0) | 4.28<br>(มาก)        | 3            |
| เวลาการเปิดและ<br>ปิดร้าน      | 125<br>(41.7)     | 100<br>(33.3)     | 58<br>(19.3)      | 10<br>(3.3)       | 7<br>(2.3)        | 300<br>(100.0) | 4.09<br>(มาก)        | 6            |
| การตกแต่งหน้า<br>ร้าน          | 147<br>(49.0)     | 108<br>(36.0)     | 41<br>(13.7)      | 2<br>(0.7)        | 2<br>(0.7)        | 300<br>(100.0) | 4.32<br>(มาก)        | 2            |
| สถานที่จอดรถ                   | 156<br>(52.0)     | 87<br>(29.0)      | 41<br>(13.7)      | 9<br>(3.0)        | 7<br>(2.3)        | 300<br>(100.0) | 4.25<br>(มาก)        | 4            |
| ค่าเฉลี่ยรวม                   |                   |                   |                   |                   |                   |                | 4.27<br>(มาก)        |              |

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.47 การตกแต่งหน้าร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.32 การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ มีค่าเฉลี่ย 4.28 สถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.25 การจัดร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.24 และเวลาเปิดและปิดร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.09

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด       | ระดับความสำคัญ    |                   |                   |                   |                   | รวม               | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------------|--------------|
|                                    | มากที่สุด         | มาก               | น้อย              | น้อยที่สุด        | ไม่มีผล           |                   |                      |              |
|                                    | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                      |              |
| การโฆษณา                           | 79<br>(26.3)      | 128<br>(42.7)     | 44<br>(14.7)      | 20<br>(6.7)       | 29<br>(9.7)       | 300<br>(100.0)    | 3.69<br>(มาก)        | 4            |
| การประชาสัมพันธ์                   | 57<br>(19.0)      | 135<br>(45.0)     | 64<br>(21.3)      | 20<br>(6.7)       | 24<br>(8.0)       | 300<br>(100.0)    | 3.60<br>(มาก)        | 6            |
| พนักงานสุภาพ                       | 107<br>(35.7)     | 117<br>(39.0)     | 59<br>(19.7)      | 13<br>(4.3)       | 4<br>(1.3)        | 300<br>(100.0)    | 4.03<br>(มาก)        | 2            |
| พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า | 98<br>(32.7)      | 133<br>(44.3)     | 52<br>(17.3)      | 10<br>(3.3)       | 7<br>(2.3)        | 300<br>(100.0)    | 4.02<br>(มาก)        | 3            |
| พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า              | 103<br>(34.3)     | 135<br>(45.0)     | 47<br>(15.7)      | 10<br>(3.3)       | 5<br>(1.7)        | 300<br>(100.0)    | 4.07<br>(มาก)        | 1            |
| การส่งเสริมการขาย                  | 69<br>(23.0)      | 111<br>(37.0)     | 78<br>(26.0)      | 21<br>(7.0)       | 21<br>(7.0)       | 300<br>(100.0)    | 3.62<br>(มาก)        | 5            |
| ค่าเฉลี่ยรวม                       |                   |                   |                   |                   |                   |                   | 3.84<br>(มาก)        |              |

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.07 พนักงานสุภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.03 พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.02 การโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.69 การส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.62 และการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.60

All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ปัจจัยส่วนประสมการตลาด | ระดับความสำคัญ |                |                |                |                | รวม            | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับที่ |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|----------|
|                        | มากที่สุด      | มาก            | น้อย           | น้อยที่สุด     | ไม่มีผล        |                |                   |          |
|                        | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |                |                   |          |
| ด้านผลิตภัณฑ์          | 141<br>(47.0)  | 146<br>(48.7)  | 9<br>(3.0)     | 4<br>(1.3)     | 0<br>(0.0)     | 300<br>(100.0) | 4.36<br>(มาก)     | 1        |
| ด้านราคา               | 114<br>(38.0)  | 156<br>(52.0)  | 26<br>(8.7)    | 4<br>(1.3)     | 0<br>(0.0)     | 300<br>(100.0) | 4.14<br>(มาก)     | 3        |
| ด้านช่องทางการจำหน่าย  | 138<br>(46.0)  | 138<br>(46.0)  | 21<br>(7.0)    | 3<br>(1.0)     | 0<br>(0.0)     | 300<br>(100.0) | 4.27<br>(มาก)     | 2        |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด | 83<br>(27.7)   | 194<br>(64.7)  | 22<br>(7.3)    | 1<br>(0.3)     | 0<br>(0.0)     | 300<br>(100.0) | 3.84<br>(มาก)     | 4        |

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม ในระดับมาก ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.27 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.14 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.84 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมาได้แก่ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.0 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3 ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาได้แก่ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 46.0 เท่ากัน รองลงมาได้แก่ ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.0 และระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาได้แก่ ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.7 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.3 และระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3



ส่วนที่ 3 ปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหา ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ด้านผลิตภัณฑ์             | ระดับความสำคัญของปัญหา |                   |                   |                   |                   | รวม            | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ลำดับที่ |
|---------------------------|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|----------------------|----------|
|                           | มากที่สุด              | มาก               | น้อย              | น้อยที่สุด        | ไม่มีปัญหา        |                |                      |          |
|                           | จำนวน<br>(ร้อยละ)      | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                |                      |          |
| มีสีให้เลือกน้อย          | 28<br>(9.3)            | 93<br>(31.0)      | 50<br>(16.7)      | 63<br>(21.0)      | 66<br>(22.0)      | 300<br>(100.0) | 2.85<br>(น้อย)       | 3        |
| ไม่มีรูปแบบที่<br>ต้องการ | 29<br>(9.7)            | 60<br>(20.0)      | 90<br>(30.0)      | 57<br>(19.0)      | 64<br>(21.3)      | 300<br>(100.0) | 2.78<br>(น้อย)       | 5        |
| ลวดลายไม่น่า<br>สนใจ      | 22<br>(7.3)            | 69<br>(23.0)      | 93<br>(31.0)      | 52<br>(17.3)      | 64<br>(21.3)      | 300<br>(100.0) | 2.78<br>(น้อย)       | 5        |
| มีขนาดให้เลือก<br>น้อย    | 25<br>(8.3)            | 83<br>(27.7)      | 70<br>(23.3)      | 63<br>(21.0)      | 59<br>(19.7)      | 300<br>(100.0) | 2.84<br>(น้อย)       | 4        |
| สินค้าไม่มี<br>คุณภาพ     | 29<br>(9.7)            | 60<br>(20.0)      | 86<br>(28.7)      | 60<br>(20.0)      | 65<br>(21.7)      | 300<br>(100.0) | 2.76<br>(น้อย)       | 6        |
| รูปแบบไม่<br>ทันสมัย      | 30<br>(10.0)           | 80<br>(26.7)      | 92<br>(30.7)      | 48<br>(16.0)      | 50<br>(16.7)      | 300<br>(100.0) | 2.97<br>(น้อย)       | 2        |
| สินค้ามีตำหนิ             | 38<br>(12.7)           | 70<br>(23.3)      | 91<br>(30.3)      | 64<br>(21.3)      | 37<br>(12.3)      | 300<br>(100.0) | 3.03<br>(น้อย)       | 1        |
| ค่าเฉลี่ยรวม              |                        |                   |                   |                   |                   |                | 2.86<br>(น้อย)       |          |

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.86 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยทั้งหมดได้แก่ สินค้ามีตำหนิ มีค่าเฉลี่ย 3.03 รูปแบบไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 2.97 มีสีให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.85 มีขนาดให้เลือกน้อย 2.84 ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ และลวดลายไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.78 และสินค้าไม่มีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.76

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับปัญหาของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ด้านราคา                           | ระดับความสำคัญ    |                   |                   |                   |                   | รวม            | ค่าเฉลี่ย<br>(แปดผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|----------------------|--------------|
|                                    | มากที่สุด         | มาก               | น้อย              | น้อยที่สุด        | ไม่มีปัญหา        |                |                      |              |
|                                    | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                |                      |              |
| ราคาไม่เหมาะสม/<br>ราคาไม่คงที่    | 33<br>(11.0)      | 96<br>(32.0)      | 68<br>(22.7)      | 50<br>(16.7)      | 53<br>(17.7)      | 300<br>(100.0) | 3.02<br>(น้อย)       | 1            |
| ต่อรองราคาสินค้า<br>ไม่ได้         | 23<br>(7.7)       | 65<br>(21.7)      | 108<br>(36.0)     | 57<br>(19.0)      | 47<br>(15.7)      | 300<br>(100.0) | 2.87<br>(น้อย)       | 2            |
| ไม่ได้รับส่วนลด<br>หากซื้อจำนวนมาก | 29<br>(9.7)       | 62<br>(20.7)      | 103<br>(34.3)     | 46<br>(15.3)      | 60<br>(20.0)      | 300<br>(100.0) | 2.85<br>(น้อย)       | 3            |
| ค่าเฉลี่ยรวม                       |                   |                   |                   |                   |                   |                | 2.91<br>(น้อย)       |              |

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.91 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยทั้งหมดได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม/ราคาไม่คงที่ มีค่าเฉลี่ย 3.02 ต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ มีค่าเฉลี่ย 2.8 และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 2.85

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหา ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  | ระดับความสำคัญของปัญหา |                |                |                |                | รวม            | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ลำดับที่ |
|---------------------------|------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|----------|
|                           | มากที่สุด              | มาก            | น้อย           | น้อยที่สุด     | ไม่มีปัญหา     |                |                   |          |
|                           | จำนวน (ร้อยละ)         | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |                |                   |          |
| สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก   | 23<br>(7.7)            | 84<br>(28.0)   | 43<br>(14.3)   | 33<br>(11.0)   | 117<br>(39.0)  | 300<br>(100.0) | 2.54<br>(น้อย)    | 4        |
| การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ | 22<br>(7.3)            | 55<br>(18.3)   | 94<br>(31.3)   | 56<br>(18.7)   | 73<br>(24.3)   | 300<br>(100.0) | 2.66<br>(น้อย)    | 3        |
| หาสินค้ายาก               | 18<br>(6.0)            | 90<br>(30.0)   | 71<br>(23.7)   | 32<br>(10.7)   | 89<br>(29.7)   | 300<br>(100.0) | 2.72<br>(น้อย)    | 2        |
| เวลาการเปิดและปิดร้าน     | 15<br>(5.0)            | 75<br>(25.0)   | 81<br>(27.0)   | 50<br>(16.7)   | 79<br>(26.3)   | 300<br>(100.0) | 2.66<br>(น้อย)    | 3        |
| การตกแต่งร้านไม่น่าสนใจ   | 20<br>(6.7)            | 80<br>(26.7)   | 75<br>(25.0)   | 54<br>(18.0)   | 71<br>(23.7)   | 300<br>(100.0) | 2.75<br>(น้อย)    | 1        |
| สถานที่จอดรถไม่สะดวก      | 20<br>(6.7)            | 66<br>(22.0)   | 78<br>(26.0)   | 22<br>(7.3)    | 114<br>(38.0)  | 300<br>(100.0) | 2.52<br>(น้อย)    | 5        |
| ค่าเฉลี่ยรวม              |                        |                |                |                |                |                | 2.64<br>(น้อย)    |          |

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยทั้งหมด ได้แก่ การตกแต่งร้านไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.75 หาสินค้ายาก มีค่าเฉลี่ย 2.72 การจัดร้านไม่ดี ไม่น่าสนใจ และ เวลาการเปิดปิดร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.66 สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.54 และสถานที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.52

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับปัญหาของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ปัจจัยด้านการ<br>ส่งเสริมการ<br>ตลาด          | ระดับความสำคัญของปัญหา |                   |                   |                   |                   | รวม               | ค่าเฉลี่ย      | ลำดับ<br>ที่ |
|---|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|--------------|
|   | มากที่สุด              | มาก               | น้อย              | น้อยที่สุด        | ไม่มีปัญหา        |                   |                |              |
|   | จำนวน<br>(ร้อยละ)      | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                |              |
| ไม่เคยเห็น<br>โฆษณา                           | 36<br>(12.0)           | 114<br>(38.0)     | 81<br>(27.0)      | 34<br>(11.3)      | 35<br>(11.7)      | 300<br>(100.0)    | 3.27<br>(น้อย) | 2            |
| การโฆษณาไม่<br>น่าสนใจ                        | 40<br>(13.3)           | 106<br>(35.3)     | 89<br>(29.7)      | 36<br>(12.0)      | 29<br>(9.7)       | 300<br>(100.0)    | 3.31<br>(น้อย) | 1            |
| พนักงาน<br>ไม่สุภาพ                           | 28<br>(9.3)            | 72<br>(24.0)      | 99<br>(33.0)      | 50<br>(16.7)      | 51<br>(17.0)      | 300<br>(100.0)    | 2.92<br>(น้อย) | 5            |
| พนักงานขาย<br>ไม่มีความรู้<br>เกี่ยวกับสินค้า | 27<br>(9.0)            | 83<br>(27.7)      | 95<br>(31.7)      | 45<br>(15.0)      | 50<br>(16.7)      | 300<br>(100.0)    | 2.97<br>(น้อย) | 4            |
| พนักงานไม่เอา<br>ใจใส่ลูกค้า                  | 30<br>(10.0)           | 69<br>(23.0)      | 102<br>(34.0)     | 42<br>(14.0)      | 57<br>(19.0)      | 300<br>(100.0)    | 2.91<br>(น้อย) | 6            |
| ไม่การส่งเสริม<br>การขาย                      | 47<br>(15.7)           | 75<br>(25.0)      | 98<br>(32.7)      | 45<br>(15.0)      | 35<br>(11.7)      | 300<br>(100.0)    | 3.18<br>(น้อย) | 3            |
| ค่าเฉลี่ยรวม                                  |                        |                   |                   |                   |                   |                   | 3.09<br>(น้อย) |              |

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.31 ไม่เคยเห็นโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.27 ไม่มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.18 พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.97 พนักงานไม่สุภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.92 และพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.91

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมของปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผา

| ปัจจัยส่วน<br>ประสมการตลาด | ระดับความสำคัญของปัญหา |                   |                   |                   |                   | รวม<br>จำนวน<br>(ร้อยละ) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ลำดับ<br>ที่ |
|----------------------------|------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|----------------------|--------------|
|                            | มากที่สุด              | มาก               | น้อย              | น้อยที่สุด        | ไม่มีปัญหา        |                          |                      |              |
|                            | จำนวน<br>(ร้อยละ)      | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) | จำนวน<br>(ร้อยละ) |                          |                      |              |
| ด้านผลิตภัณฑ์              | 19<br>(6.3)            | 74<br>(24.7)      | 97<br>(32.3)      | 63<br>(21.0)      | 47<br>(15.7)      | 300<br>(100.0)           | 2.85<br>(น้อย)       | 3            |
| ด้านราคา                   | 21<br>(7.0)            | 83<br>(27.7)      | 95<br>(31.7)      | 55<br>(18.3)      | 46<br>(15.3)      | 300<br>(100.0)           | 2.91<br>(น้อย)       | 2            |
| ด้านช่องทางการ<br>จำหน่าย  | 13<br>(4.3)            | 85<br>(28.3)      | 72<br>(24.0)      | 50<br>(16.7)      | 80<br>(26.7)      | 300<br>(100.0)           | 2.64<br>(น้อย)       | 4            |
| ด้านการส่งเสริม<br>การตลาด | 19<br>(6.3)            | 109<br>(36.3)     | 110<br>(36.7)     | 32<br>(10.7)      | 30<br>(10.0)      | 300<br>(100.0)           | 3.09<br>(น้อย)       | 1            |

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.09 ปัญหาค่าเฉลี่ยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.09 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 2.91 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 2.85 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับน้อย มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาได้แก่ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 24.7 ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.0 ไม่มีปัญหา คิดเป็นร้อยละ 15.7 และระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3 ปัญหาด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับน้อย มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาได้แก่ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 27.7 ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.3 ไม่มีปัญหา คิดเป็นร้อยละ 15.3 และระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.0 ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญในระดับมาก มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมาได้แก่ ไม่มีปัญหา คิดเป็นร้อยละ 26.7 ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 24.0 ระดับน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 16.7 และระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.3 ปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับน้อย มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาได้แก่ ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 36.7 ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.7 ไม่มีปัญหา คิดเป็นร้อยละ 10.0 และระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพหลัก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้าน<br>ผลิตภัณฑ์ | เพศ       |           |           |           |           |           |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                         | ชาย       |           | หญิง      |           | รวม       |           |
|                         | ค่าเฉลี่ย | แปลผล     | ค่าเฉลี่ย | แปลผล     | ค่าเฉลี่ย | แปลผล     |
| คุณภาพ                  | 4.50      | มากที่สุด | 4.50      | มากที่สุด | 4.50      | มากที่สุด |
| สีสันทัน                | 4.33      | มาก       | 4.36      | มาก       | 4.35      | มาก       |
| รูปแบบสินค้า            | 4.40      | มาก       | 4.40      | มาก       | 4.40      | มาก       |
| ลวดลาย                  | 4.24      | มาก       | 4.31      | มาก       | 4.28      | มาก       |
| ขนาด                    | 4.24      | มาก       | 4.20      | มาก       | 4.22      | มาก       |
| ประโยชน์ใช้สอย          | 4.51      | มากที่สุด | 4.35      | มาก       | 4.42      | มาก       |
| ค่าเฉลี่ยรวม            | 4.37      | มาก       | 4.35      | มาก       | 4.36      | มาก       |

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย คุณภาพ ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบสินค้า สีสันทัน ลวดลาย และขนาด

เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพ ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบสินค้า สีสันทัน ประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย และขนาด

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้าน<br>ราคา       | เพศ       |       |           |       |           |       |
|--------------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
|                          | ชาย       |       | หญิง      |       | รวม       |       |
|                          | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
| ราคาสินค้า               | 4.39      | มาก   | 4.38      | มาก   | 4.38      | มาก   |
| มีการต่อรองได้           | 4.24      | มาก   | 4.14      | มาก   | 4.19      | มาก   |
| มีส่วนลดเงินสด           | 3.82      | มาก   | 3.85      | มาก   | 3.84      | มาก   |
| มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน | 4.26      | มาก   | 4.08      | มาก   | 4.16      | มาก   |
| ค่าเฉลี่ยรวม             | 4.17      | มาก   | 4.11      | มาก   | 4.14      | มาก   |

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัยได้แก่ ราคาสินค้า มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน มีการต่อรองราคาได้ และ มีส่วนลดเงินสด

เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน และ มีส่วนลดเงิน

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | เพศ       |           |           |       |           |       |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|-------|-----------|-------|
|                                | ชาย       |           | หญิง      |       | รวม       |       |
|                                | ค่าเฉลี่ย | แปลผล     | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
| สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ      | 4.55      | มากที่สุด | 4.40      | มาก   | 4.47      | มาก   |
| การจัดร้านสวยงาม               | 4.29      | มาก       | 4.20      | มาก   | 4.24      | มาก   |
| การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่       | 4.38      | มาก       | 4.20      | มาก   | 4.28      | มาก   |
| เวลาเปิดและปิดร้าน             | 4.16      | มาก       | 4.02      | มาก   | 4.09      | มาก   |
| การตกแต่งหน้าร้าน              | 4.38      | มาก       | 4.27      | มาก   | 4.32      | มาก   |
| สถานที่จอดรถ                   | 4.39      | มาก       | 4.14      | มาก   | 4.25      | มาก   |
| ค่าเฉลี่ยรวม                   | 4.35      | มาก       | 4.11      | มาก   | 4.27      | มาก   |

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จอดรถ การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การตกแต่งหน้าร้าน การจัดร้านสวยงาม และ เวลาเปิดและปิดร้าน

เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การตกแต่งร้าน การจัดร้านสวยงาม การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ สถานที่จอดรถ และ เวลาเปิดและปิดร้าน



ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด       | เพศ         |            |             |            |             |            |
|------------------------------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|
|                                    | ชาย         |            | หญิง        |            | รวม         |            |
|                                    | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |
| การโฆษณา                           | 3.65        | มาก        | 3.73        | มาก        | 3.69        | มาก        |
| การประชาสัมพันธ์                   | 3.58        | มาก        | 3.62        | มาก        | 3.60        | มาก        |
| พนักงานสุภาพ                       | 4.05        | มาก        | 4.02        | มาก        | 4.03        | มาก        |
| พนักงานชายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า | 4.11        | มาก        | 3.94        | มาก        | 4.02        | มาก        |
| พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า              | 4.01        | มาก        | 4.12        | มาก        | 4.07        | มาก        |
| การส่งเสริมการขาย                  | 3.59        | มาก        | 3.65        | มาก        | 3.62        | มาก        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                | <b>3.83</b> | <b>มาก</b> | <b>3.84</b> | <b>มาก</b> | <b>3.84</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัยย่อยได้แก่ พนักงานชายมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า พนักงานสุภาพ พนักงานเอาใจใส่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานสุภาพ พนักงานชายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และ การประชาสัมพันธ์

All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
เครื่องเคลือบดินเผา จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้าน<br>ผลิตภัณฑ์ | อายุ                 |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|-------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                         | ไม่เกิน 20<br>ปี     | 20-30 ปี             | 31-40 ปี             | 41-50 ปี             | 51-60 ปี             | มากกว่า<br>60 ปี     |                      |
|                         | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                      |
| คุณภาพ                  | 4.26<br>มาก          | 4.37<br>มาก          | 4.57<br>มากที่สุด    | 4.73<br>มากที่สุด    | 4.73<br>มากที่สุด    | 3.83<br>มาก          | 4.50<br>มากที่สุด    |
| สีสันทัน                | 4.22<br>มาก          | 4.29<br>มาก          | 4.38<br>มาก          | 4.53<br>มากที่สุด    | 4.45<br>มาก          | 3.00<br>น้อย         | 4.35<br>มาก          |
| รูปแบบสินค้า            | 4.19<br>มาก          | 4.35<br>มาก          | 4.42<br>มาก          | 4.59<br>มากที่สุด    | 4.55<br>มากที่สุด    | 3.33<br>น้อย         | 4.40<br>มาก          |
| ลวดลาย                  | 4.04<br>มาก          | 4.24<br>มาก          | 4.29<br>มาก          | 4.45<br>มาก          | 4.36<br>มาก          | 3.50<br>มาก          | 4.28<br>มาก          |
| ขนาด                    | 3.93<br>มาก          | 4.06<br>มาก          | 4.28<br>มาก          | 4.54<br>มากที่สุด    | 3.91<br>มาก          | 4.17<br>มาก          | 4.22<br>มาก          |
| ประโยชน์ใช้สอย          | 4.04<br>มาก          | 4.21<br>มาก          | 4.58<br>มากที่สุด    | 4.72<br>มากที่สุด    | 4.45<br>มาก          | 4.33<br>มาก          | 4.42<br>มาก          |
| ค่าเฉลี่ยรวม            | 4.11<br>มาก          | 4.25<br>มาก          | 4.41<br>มาก          | 4.59<br>มากที่สุด    | 4.40<br>มาก          | 3.69<br>มาก          | 4.36<br>มาก          |

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพ สีสันทัน รูปแบบสินค้า ลวดลาย ประโยชน์ใช้สอย และขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบสินค้า สีสันทัน ลวดลาย ประโยชน์ใช้สอย และขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.41 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยใน

ระดับมากที่สุด ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย และ คุณภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ รูปแบบสินค้า สีสัน ลวดลาย และขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.59 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพ ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบสินค้า ขนาด และสีสัน มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ลวดลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพ และรูปแบบสินค้า มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ สีสัน ประโยชน์ใช้สอย ลวดลาย และขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย ขนาด คุณภาพ และลวดลาย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ รูปแบบสินค้า และสีสัน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง  
เคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านราคา               | อายุ                 |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                              | ไม่เกิน 20<br>ปี     | 20-30 ปี             | 31-40 ปี             | 41-50 ปี             | 51-60 ปี             | มากกว่า<br>60 ปี     |                      |
|                              | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                      |
| ราคาสินค้า                   | 4.22<br>มาก          | 4.29<br>มาก          | 4.35<br>มาก          | 4.58<br>มาก          | 4.64<br>มาก          | 4.17<br>มาก          | 4.38<br>มาก          |
| มีการต่อรองราคา<br>ได้       | 4.07<br>มาก          | 3.94<br>มาก          | 4.35<br>มาก          | 4.45<br>มาก          | 4.18<br>มาก          | 3.83<br>มาก          | 4.19<br>มาก          |
| มีส่วนลดเงินสด               | 4.19<br>มาก          | 3.79<br>มาก          | 3.62<br>มาก          | 4.08<br>มาก          | 3.73<br>มาก          | 2.67<br>น้อย         | 3.84<br>มาก          |
| มีป้ายราคาติด<br>อย่างชัดเจน | 4.04<br>มาก          | 3.95<br>มาก          | 4.17<br>มาก          | 4.46<br>มาก          | 4.55<br>มากที่สุด    | 3.83<br>มาก          | 4.16<br>มาก          |
| ค่าเฉลี่ยรวม                 | 4.12<br>มาก          | 3.99<br>มาก          | 4.12<br>มาก          | 4.39<br>มาก          | 4.27<br>มาก          | 3.62<br>มาก          | 4.14<br>มาก          |

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัย  
ย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุก  
ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีส่วนลดเงินสด มีการต่อรองได้ และมีป้ายราคา  
ติดอย่างชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ใน  
ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับ  
มาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน มีการต่อรองราคาได้ และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ใน  
ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยใน  
ระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ใน  
ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.39 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ได้แก่ ราคาสินค้า มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน มีการต่อรองราคาได้ และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาสินค้า และมีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีการต่อรองราคาได้ และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ และมีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ มีส่วนลดเงินสด

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | อายุ              |                   |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                                | ไม่เกิน 20 ปี     | 20-30 ปี          | 31-40 ปี          | 41-50 ปี          | 51-60 ปี          | มากกว่า 60 ปี     |                   |
|                                | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |                   |
| สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ      | 4.11<br>มาก       | 4.28<br>มาก       | 4.58<br>มากที่สุด | 4.77<br>มากที่สุด | 4.64<br>มากที่สุด | 4.00<br>มาก       | 4.47<br>มาก       |
| การจัดร้านสวยงาม               | 3.96<br>มาก       | 3.94<br>มาก       | 4.51<br>มากที่สุด | 4.54<br>มากที่สุด | 4.45<br>มาก       | 3.50<br>มาก       | 4.24<br>มาก       |
| การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่       | 4.00<br>มาก       | 3.99<br>มาก       | 4.46<br>มาก       | 4.59<br>มากที่สุด | 4.45<br>มาก       | 4.17<br>มาก       | 4.28<br>มาก       |
| เวลาการเปิดและปิดร้าน          | 4.00<br>มาก       | 3.91<br>มาก       | 4.03<br>มาก       | 4.44<br>มาก       | 4.36<br>มาก       | 3.33<br>น้อย      | 4.09<br>มาก       |
| การตกแต่งหน้าร้าน              | 3.96<br>มาก       | 4.08<br>มาก       | 4.42<br>มาก       | 4.68<br>มากที่สุด | 4.45<br>มาก       | 4.17<br>มาก       | 4.32<br>มาก       |
| สถานที่จอดรถ                   | 3.81<br>มาก       | 3.86<br>มาก       | 4.49<br>มาก       | 4.71<br>มากที่สุด | 4.55<br>มากที่สุด | 4.17<br>มาก       | 4.25<br>มาก       |
| ค่าเฉลี่ยรวม                   | 3.97<br>มาก       | 4.01<br>มาก       | 4.41<br>มาก       | 4.61<br>มากที่สุด | 4.48<br>มาก       | 3.88<br>มาก       | 4.27<br>มาก       |

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ เวลาเปิดและปิดร้าน การจัดร้านสวยงาม การตกแต่งหน้าร้าน และสถานที่จอดรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การตกแต่งร้าน การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การจัดร้านสวยงาม เวลาเปิดและปิดร้าน และสถานที่จอดรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.41 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ และการจัดร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ สถานที่จอดรถ การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การตกแต่งหน้าร้าน และเวลาเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ สถานที่จอดรถ การตกแต่งหน้าร้าน การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ และการจัดร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ เวลาเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.48 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ และสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การจัดร้านสวยงาม การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การตกแต่งหน้าร้าน และเวลาเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การตกแต่งหน้าร้าน สถานที่จอดรถ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ และการจัดร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ เวลาเปิดและปิดร้าน

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด       | อายุ              |                   |                   |                   |                   |                   | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
|                                    | ไม่เกิน 20 ปี     | 20-30 ปี          | 31-40 ปี          | 41-50 ปี          | 51-60 ปี          | มากกว่า 60 ปี     |                   |
|                                    | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |                   |
| การโฆษณา                           | 3.96<br>มาก       | 3.79<br>มาก       | 3.32<br>น้อย      | 3.77<br>มาก       | 4.18<br>มาก       | 3.17<br>น้อย      | 3.69<br>มาก       |
| การประชาสัมพันธ์                   | 3.74<br>มาก       | 3.58<br>มาก       | 3.36<br>น้อย      | 3.76<br>มาก       | 4.00<br>มาก       | 3.50<br>มาก       | 3.60<br>มาก       |
| พนักงานสุภาพ                       | 4.00<br>มาก       | 3.69<br>มาก       | 4.12<br>มาก       | 4.44<br>มาก       | 4.27<br>มาก       | 3.83<br>มาก       | 4.03<br>มาก       |
| พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า | 3.96<br>มาก       | 3.83<br>มาก       | 4.01<br>มาก       | 4.22<br>มาก       | 4.55<br>มากที่สุด | 4.00<br>มาก       | 4.02<br>มาก       |
| พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า              | 4.15<br>มาก       | 3.90<br>มาก       | 4.09<br>มาก       | 4.27<br>มาก       | 4.27<br>มาก       | 3.67<br>มาก       | 4.07<br>มาก       |
| การส่งเสริมการขาย                  | 4.15<br>มาก       | 3.57<br>มาก       | 3.43<br>น้อย      | 3.62<br>มาก       | 4.36<br>มาก       | 3.00<br>น้อย      | 3.62<br>มาก       |
| ค่าเฉลี่ยรวม                       | 3.99<br>มาก       | 3.72<br>มาก       | 3.72<br>มาก       | 4.01<br>มาก       | 4.27<br>มาก       | 3.52<br>มาก       | 3.84<br>มาก       |

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า การส่งเสริมการขาย พนักงานสุภาพ การโฆษณา พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และการประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า การโฆษณา พนักงานสุภาพ การประชาสัมพันธ์ และ การส่งเสริมการขาย



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดจำหน่ายโดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ พนักงานเอาใจใส่ และพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย พนักงานสุภาพ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานสุภาพ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า และการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
เครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

| ปัจจัยด้าน<br>ผลิตภัณฑ์ | อาชีพหลัก                     |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|-------------------------|-------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                         | ข้าราชการ/<br>รัฐ<br>วิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท    | อาชีพ<br>อิสระ       | เจ้าของกิจ<br>การ    | นักเรียน<br>นักศึกษา | แม่บ้าน              |                      |
|                         | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)          | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                      |
| คุณภาพ                  | 4.40<br>มาก                   | 4.45<br>มาก          | 4.58<br>มากที่สุด    | 4.69<br>มากที่สุด    | 4.34<br>มาก          | 4.67<br>มากที่สุด    | 4.50<br>มากที่สุด    |
| สีสันทัน                | 4.14<br>มาก                   | 4.38<br>มาก          | 4.20<br>มาก          | 4.50<br>มากที่สุด    | 4.44<br>มาก          | 3.33<br>น้อย         | 4.35<br>มาก          |
| รูปแบบสินค้า            | 4.38<br>มาก                   | 4.32<br>มาก          | 4.27<br>มาก          | 4.61<br>มากที่สุด    | 4.51<br>มากที่สุด    | 3.33<br>น้อย         | 4.40<br>มาก          |
| ลวดลาย                  | 4.33<br>มาก                   | 4.21<br>มาก          | 3.90<br>มาก          | 4.59<br>มากที่สุด    | 4.34<br>มาก          | 3.33<br>น้อย         | 4.28<br>มาก          |
| ขนาด                    | 4.12<br>มาก                   | 4.22<br>มาก          | 4.10<br>มาก          | 4.47<br>มาก          | 4.07<br>มาก          | 3.67<br>มาก          | 4.22<br>มาก          |
| ประโยชน์ใช้สอย          | 4.48<br>มาก                   | 4.29<br>มาก          | 4.47<br>มาก          | 4.75<br>มากที่สุด    | 4.12<br>มาก          | 5.00<br>มากที่สุด    | 4.42<br>มาก          |
| ค่าเฉลี่ยรวม            | 4.30<br>มาก                   | 4.31<br>มาก          | 4.25<br>มาก          | 4.60<br>มากที่สุด    | 4.30<br>มาก          | 3.88<br>มาก          | 4.36<br>มาก          |

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย คุณภาพ รูปแบบสินค้า ลวดลาย สีสันทัน และขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพ สีสันทัน รูปแบบสินค้า ประโยชน์ใช้สอย ขนาด และลวดลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบสินค้า สี สัน ขนาดและลวดลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย คุณภาพ รูปแบบสินค้า ลวดลาย และสี สัน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ รูปแบบสินค้า มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ สี สัน คุณภาพ ลวดลาย ประโยชน์ใช้สอย และขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย และคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ขนาด มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ สี สัน รูปแบบสินค้า ลวดลาย

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

| ปัจจัยด้านราคา               | อาชีพหลัก                    |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|------------------------------|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                              | ข้าราชการ<br>รัฐ<br>วิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท    | อาชีพ<br>อิสระ       | เจ้าของ<br>กิจการ    | นักเรียน<br>นักศึกษา | แม่บ้าน              |                      |
|                              | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)         | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                      |
| ราคาสินค้า                   | 4.40<br>มาก                  | 4.42<br>มาก          | 4.43<br>มาก          | 4.38<br>มาก          | 4.24<br>มาก          | 4.33<br>มาก          | 4.38<br>มาก          |
| มีการต่อรองราคา<br>ได้       | 4.26<br>มาก                  | 4.15<br>มาก          | 4.05<br>มาก          | 4.38<br>มาก          | 4.10<br>มาก          | 3.67<br>มาก          | 4.19<br>มาก          |
| มีส่วนลดเงินสด               | 3.64<br>มาก                  | 3.84<br>มาก          | 3.93<br>มาก          | 3.92<br>มาก          | 3.88<br>มาก          | 3.00<br>น้อย         | 3.84<br>มาก          |
| มีป้ายราคาติด<br>อย่างชัดเจน | 4.45<br>มาก                  | 4.08<br>มาก          | 4.03<br>มาก          | 4.36<br>มาก          | 4.02<br>มาก          | 2.67<br>น้อย         | 4.16<br>มาก          |
| ค่าเฉลี่ยรวม                 | 4.19<br>มาก                  | 4.12<br>มาก          | 4.10<br>มาก          | 4.25<br>มาก          | 4.06<br>มาก          | 3.41<br>น้อย         | 4.14<br>มาก          |

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจนราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจนและมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจนและมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.41 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า และมีการต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ มีส่วนลดเงินสดและมีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลื่อนที่ของเกษตรกรแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | อาชีพหลัก                    |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------------------------|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
|                                | ข้าราชการ<br>รัฐ<br>วิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท    | อาชีพ<br>อิสระ       | เจ้าของกิจการ        | นักเรียน<br>นักศึกษา | แม่บ้าน              |                   |
|                                | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)         | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                   |
| สถานที่ตั้ง<br>สะดวกในการซื้อ  | 4.62<br>มากที่สุด            | 4.50<br>มากที่สุด    | 4.38<br>มาก          | 4.69<br>มากที่สุด    | 4.07<br>มาก          | 3.00<br>น้อย         | 4.47<br>มาก       |
| การจัดร้าน<br>สวยงาม           | 4.33<br>มาก                  | 4.25<br>มาก          | 4.23<br>มาก          | 4.45<br>มาก          | 3.90<br>มาก          | 3.00<br>น้อย         | 4.24<br>มาก       |
| การจัดสินค้าเป็น<br>หมวดหมู่   | 4.36<br>มาก                  | 4.28<br>มาก          | 4.18<br>มาก          | 4.50<br>มากที่สุด    | 3.98<br>มาก          | 3.67<br>มาก          | 4.28<br>มาก       |
| เวลาการเปิดและ<br>ปิดร้าน      | 3.95<br>มาก                  | 4.12<br>มาก          | 4.00<br>มาก          | 4.33<br>มาก          | 3.95<br>มาก          | 2.67<br>น้อย         | 4.09<br>มาก       |
| การตกแต่งหน้า<br>ร้าน          | 4.31<br>มาก                  | 4.30<br>มาก          | 4.13<br>มาก          | 4.69<br>มากที่สุด    | 4.05<br>มาก          | 3.67<br>มาก          | 4.32<br>มาก       |
| สถานที่จอดรถ                   | 4.36<br>มาก                  | 4.22<br>มาก          | 4.13<br>มาก          | 4.61<br>มากที่สุด    | 3.90<br>มาก          | 3.00<br>น้อย         | 4.25<br>มาก       |
| ค่าเฉลี่ยรวม                   | 4.32<br>มาก                  | 4.27<br>มาก          | 4.17<br>มาก          | 4.54<br>มากที่สุด    | 3.97<br>มาก          | 3.16<br>น้อย         | 4.27<br>มาก       |

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.32 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ สถานที่จอดรถ การจัดร้านสวยงาม การตกแต่งหน้าร้าน สถานที่จอดรถ และเวลาเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่

การตกแต่งหน้าร้าน การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การจัดร้านสวยงาม สถานที่จอดรถ และเวลาเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อบังคับข้อต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญต่อบังคับข้อต่อด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การจัดร้านสวยงาม การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การตกแต่งหน้าร้าน สถานที่จอดรถ และเวลาเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อบังคับข้อต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าบังคับข้อต่อด้านให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การตกแต่งหน้าร้าน สถานที่จอดรถ การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การจัดร้านสวยงาม มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ เวลาเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อบังคับข้อต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญต่อบังคับข้อต่อด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การตกแต่งหน้าร้าน การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ เวลาเปิดและปิดร้าน การจัดร้านสวยงาม และสถานที่จอดรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อบังคับข้อต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.16 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าบังคับข้อต่อด้านให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การตกแต่งหน้าร้าน มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การจัดร้านสวยงาม สถานที่จอดรถ และ เวลาเปิดและปิดร้าน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด       | อาชีพหลัก                    |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|------------------------------------|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
|                                    | ข้าราชการ<br>รัฐ<br>วิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท    | อาชีพ<br>อิสระ       | เจ้าของกิจการ        | นักเรียน<br>นักศึกษา | แม่บ้าน              |                   |
|                                    | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)         | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                   |
| การโฆษณา                           | 3.48<br>น้อย                 | 3.79<br>มาก          | 3.83<br>มาก          | 3.73<br>มาก          | 3.66<br>มาก          | 1.00<br>ไม่มีผล      | 3.69<br>มาก       |
| การประชาสัมพันธ์                   | 3.40<br>น้อย                 | 3.65<br>มาก          | 3.68<br>มาก          | 3.66<br>มาก          | 3.59<br>มาก          | 3.00<br>น้อย         | 3.60<br>มาก       |
| พนักงานสุภาพ                       | 4.14<br>มาก                  | 4.01<br>มาก          | 4.15<br>มาก          | 4.14<br>มาก          | 3.68<br>มาก          | 4.33<br>มาก          | 4.03<br>มาก       |
| พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า | 3.98<br>มาก                  | 4.05<br>มาก          | 4.20<br>มาก          | 4.05<br>มาก          | 3.78<br>มาก          | 3.67<br>มาก          | 4.02<br>มาก       |
| พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า              | 3.95<br>มาก                  | 4.05<br>มาก          | 4.12<br>มาก          | 4.17<br>มาก          | 4.02<br>มาก          | 4.00<br>มาก          | 4.07<br>มาก       |
| การส่งเสริมการขาย                  | 3.33<br>น้อย                 | 3.72<br>มาก          | 3.70<br>มาก          | 3.58<br>มาก          | 3.76<br>มาก          | 2.00<br>น้อยที่สุด   | 3.62<br>มาก       |
| ค่าเฉลี่ยรวม                       | 3.71<br>มาก                  | 3.87<br>มาก          | 3.72<br>มาก          | 3.88<br>มาก          | 3.78<br>มาก          | 3.00<br>น้อย         | 3.84<br>มาก       |

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ การส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุก



ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานสุภาพ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด จำหน่ายโดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานสุภาพ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานสุภาพ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย พนักงานสุภาพ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การส่งเสริมการขาย และมีค่าเฉลี่ยระดับไม่มีผล ได้แก่ การโฆษณา

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลื่อนดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                   |                   |                    | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
|                     | น้อยกว่า 5,000 บาท | 5,001-10,000 บาท  | 10,001-20,000 บาท | 20,001-30,000 บาท | 30,001-40,000 บาท | มากกว่า 40,000 บาท |                   |
|                     | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  |                   |
| คุณภาพ              | 4.37<br>มาก        | 4.45<br>มาก       | 4.61<br>มากที่สุด | 4.64<br>มากที่สุด | 4.40<br>มาก       | 4.50<br>มากที่สุด  | 4.50<br>มาก       |
| สีสันทัน            | 4.33<br>มาก        | 4.27<br>มาก       | 4.41<br>มาก       | 4.45<br>มาก       | 4.33<br>มาก       | 4.00<br>มาก        | 4.35<br>มาก       |
| รูปแบบสินค้า        | 4.40<br>มาก        | 4.25<br>มาก       | 4.50<br>มากที่สุด | 4.55<br>มากที่สุด | 4.33<br>มาก       | 4.75<br>มากที่สุด  | 4.40<br>มาก       |
| ลวดลาย              | 4.23<br>มาก        | 4.16<br>มาก       | 4.29<br>มาก       | 4.58<br>มากที่สุด | 4.27<br>มาก       | 3.75<br>มาก        | 4.28<br>มาก       |
| ขนาด                | 4.05<br>มาก        | 4.19<br>มาก       | 4.30<br>มาก       | 4.35<br>มาก       | 4.13<br>มาก       | 4.25<br>มาก        | 4.22<br>มาก       |
| ประโยชน์ใช้สอย      | 4.23<br>มาก        | 4.34<br>มาก       | 4.61<br>มากที่สุด | 4.55<br>มากที่สุด | 4.33<br>มาก       | 5.00<br>มากที่สุด  | 4.42<br>มาก       |
| ค่าเฉลี่ยรวม        | 4.26<br>มาก        | 4.27<br>มาก       | 4.45<br>มาก       | 4.51<br>มากที่สุด | 4.30<br>มาก       | 4.37<br>มาก        | 4.36<br>มาก       |

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบสินค้า คุณภาพ สีสันทัน ลวดลาย ประโยชน์ใช้สอยและขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.27 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพ ประโยชน์ใช้สอย สีสันทัน รูปแบบสินค้า ขนาด และลวดลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.45 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยที่ให้ความสำคัญ

มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพ ประโยชน์ใช้สอย และรูปแบบสินค้า มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ สี สัน ขนาด และลวดลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพ ลวดลาย รูปแบบสินค้า และประโยชน์ใช้สอย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ สี สัน และขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพ สี สัน ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบสินค้า ลวดลายและขนาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประโยชน์ใช้สอย รูปแบบสินค้า และคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ ขนาด สี สัน และลวดลาย

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านราคา               | รายได้ต่อเดือน           |                         |                          |                          |                          |                          | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|------------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------|
|                              | น้อยกว่า<br>5,000<br>บาท | 5,001-<br>10,000<br>บาท | 10,001-<br>20,000<br>บาท | 20,001-<br>30,000<br>บาท | 30,001-<br>40,000<br>บาท | มากกว่า<br>40,000<br>บาท |                      |
|                              | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)    | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     |                      |
| ราคาสินค้า                   | 4.35<br>มาก              | 4.39<br>มาก             | 4.42<br>มาก              | 4.40<br>มาก              | 4.07<br>มาก              | 5.00<br>มากที่สุด        | 4.38<br>มาก          |
| มีการต่อรองราคา<br>ได้       | 4.05<br>มาก              | 4.10<br>มาก             | 4.32<br>มาก              | 4.40<br>มาก              | 4.00<br>มาก              | 4.00<br>มาก              | 4.19<br>มาก          |
| มีส่วนลดเงินสด               | 3.74<br>มาก              | 3.92<br>มาก             | 3.73<br>มาก              | 3.95<br>มาก              | 3.67<br>มาก              | 4.00<br>มาก              | 3.84<br>มาก          |
| มีป้ายราคาติด<br>อย่างชัดเจน | 3.84<br>มาก              | 4.09<br>มาก             | 4.38<br>มาก              | 4.42<br>มาก              | 3.87<br>มาก              | 4.75<br>มากที่สุด        | 4.16<br>มาก          |
| ค่าเฉลี่ยรวม                 | 3.99<br>มาก              | 4.12<br>มาก             | 4.21<br>มาก              | 4.29<br>มาก              | 3.90<br>มาก              | 4.43<br>มาก              | 4.14<br>มาก          |

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.21 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน มีการต่อรองราคาได้ และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.29 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้า มีการต่อรองราคาได้ มีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน และมีส่วนลดเงินสด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.43 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาสินค้า และมีป้ายราคาติดอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ มีการต่อรองราคาได้ และมีส่วนลดเงินสด

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                   |                   |                    | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
|                                | น้อยกว่า 5,000 บาท | 5,001-10,000 บาท  | 10,001-20,000 บาท | 20,001-30,000 บาท | 30,001-40,000 บาท | มากกว่า 40,000 บาท |                   |
|                                | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  |                   |
| สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ      | 4.11<br>มาก        | 4.42<br>มาก       | 4.65<br>มากที่สุด | 4.73<br>มากที่สุด | 4.47<br>มาก       | 4.25<br>มาก        | 4.47<br>มาก       |
| การจัดร้านสวยงาม               | 3.95<br>มาก        | 4.15<br>มาก       | 4.48<br>มาก       | 4.47<br>มาก       | 4.07<br>มาก       | 4.25<br>มาก        | 4.24<br>มาก       |
| การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่       | 4.09<br>มาก        | 4.13<br>มาก       | 4.48<br>มาก       | 4.47<br>มาก       | 4.33<br>มาก       | 4.50<br>มากที่สุด  | 4.28<br>มาก       |
| เวลาการเปิดและปิดร้าน          | 3.86<br>มาก        | 4.05<br>มาก       | 4.20<br>มาก       | 4.31<br>มาก       | 4.07<br>มาก       | 3.50<br>มาก        | 4.09<br>มาก       |
| การตกแต่งหน้าร้าน              | 4.07<br>มาก        | 4.15<br>มาก       | 4.53<br>มากที่สุด | 4.64<br>มากที่สุด | 4.27<br>มาก       | 4.75<br>มากที่สุด  | 4.32<br>มาก       |
| สถานที่จอดรถ                   | 4.00<br>มาก        | 4.06<br>มาก       | 4.52<br>มากที่สุด | 4.65<br>มากที่สุด | 4.20<br>มาก       | 4.25<br>มาก        | 4.25<br>มาก       |
| ค่าเฉลี่ยรวม                   | 3.97<br>มาก        | 4.15<br>มาก       | 4.47<br>มาก       | 4.54<br>มากที่สุด | 4.23<br>มาก       | 4.25<br>มาก        | 4.27<br>มาก       |

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การตกแต่งหน้าร้าน สถานที่จอดรถ การจัดร้านสวยงาม และเวลาเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การจัดร้านสวยงาม การตกแต่งหน้าร้าน การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ สถานที่จอดรถ และเวลาเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.47 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การตกแต่งหน้าร้าน และสถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การจัดร้านสวยงาม การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ และเวลาการเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ สถานที่จอดรถ และการตกแต่งหน้าร้าน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การจัดร้านสวยงาม การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ และเวลาการเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ การตกแต่งหน้าร้าน สถานที่จอดรถ การจัดร้านสวยงาม และเวลาการเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การตกแต่งหน้าร้าน และการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งสะดวกในการซื้อ การจัดร้านสวยงาม สถานที่จอดรถ และเวลาการเปิดและปิดร้าน

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลื่อนที่ของเกษตรกรแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด       | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                   |                   |                    | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|------------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
|                                    | น้อยกว่า 5,000 บาท | 5,001-10,000 บาท  | 10,001-20,000 บาท | 20,001-30,000 บาท | 30,001-40,000 บาท | มากกว่า 40,000 บาท |                   |
|                                    | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  |                   |
| การโฆษณา                           | 3.54<br>มาก        | 3.69<br>มาก       | 3.61<br>มาก       | 3.75<br>มาก       | 4.20<br>มาก       | 4.75<br>มากที่สุด  | 3.69<br>มาก       |
| การประชาสัมพันธ์                   | 3.53<br>มาก        | 3.53<br>มาก       | 3.56<br>มาก       | 3.71<br>มาก       | 4.07<br>มาก       | 4.00<br>มาก        | 3.60<br>มาก       |
| พนักงานสุภาพ                       | 3.86<br>มาก        | 4.00<br>มาก       | 3.98<br>มาก       | 4.29<br>มาก       | 4.00<br>มาก       | 4.75<br>มากที่สุด  | 4.03<br>มาก       |
| พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า | 3.95<br>มาก        | 3.92<br>มาก       | 4.11<br>มาก       | 4.18<br>มาก       | 3.93<br>มาก       | 4.00<br>มาก        | 4.02<br>มาก       |
| พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า              | 4.05<br>มาก        | 4.01<br>มาก       | 4.08<br>มาก       | 3.65<br>มาก       | 3.73<br>มาก       | 4.75<br>มากที่สุด  | 4.07<br>มาก       |
| การส่งเสริมการขาย                  | 3.68<br>มาก        | 3.64<br>มาก       | 3.45<br>น้อย      | 3.96<br>มาก       | 3.60<br>มาก       | 4.50<br>มากที่สุด  | 3.62<br>มาก       |
| ค่าเฉลี่ยรวม                       | 3.76<br>มาก        | 3.79<br>มาก       | 3.72<br>มาก       | 4.01<br>มาก       | 3.92<br>มาก       | 4.45<br>มาก        | 3.84<br>มาก       |

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานสุภาพ การส่งเสริมการขาย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าให้ความสำคัญ



ทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานสุภาพ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานสุภาพ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานสุภาพ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า การส่งเสริมการขาย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และพนักงานเอาใจใส่ลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ พนักงานสุภาพ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า และการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.45 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การโฆษณา พนักงานสุภาพ พนักงานเอาใจใส่ลูกค้า และการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ  
อายุ อาชีพหลัก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
เครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์    | เพศ                  |                      | ค่าเฉลี่ย            |
|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                       | ชาย                  | หญิง                 |                      |
|                       | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
| มีสีให้เลือกน้อย      | 2.56<br>น้อย         | 3.09<br>น้อย         | 2.85<br>น้อย         |
| ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ | 2.54<br>น้อย         | 2.97<br>น้อย         | 2.78<br>น้อย         |
| ลวดลายไม่น่าสนใจ      | 2.60<br>น้อย         | 2.93<br>น้อย         | 2.78<br>น้อย         |
| มีขนาดให้เลือกน้อย    | 2.67<br>น้อย         | 2.98<br>น้อย         | 2.84<br>น้อย         |
| สินค้าไม่มีคุณภาพ     | 2.53<br>น้อย         | 2.95<br>น้อย         | 2.76<br>น้อย         |
| รูปแบบไม่ทันสมัย      | 2.82<br>น้อย         | 3.10<br>น้อย         | 2.97<br>น้อย         |
| สินค้ามีตำหนิ         | 2.92<br>น้อย         | 3.12<br>น้อย         | 3.03<br>น้อย         |
| ค่าเฉลี่ยรวม          | 2.66<br>น้อย         | 3.01<br>น้อย         | 2.85<br>น้อย         |

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.66 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าเพศชายให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สินค้ามีตำหนิ รูปแบบไม่ทันสมัย มีขนาดให้เลือกน้อย ลวดลายไม่น่าสนใจ มีสีให้เลือกน้อย ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ และสินค้าไม่มีคุณภาพ

เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.01 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า เพศหญิง ให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สินค้ามีตำหนิ รูปแบบไม่ทันสมัย มีสีให้เลือกน้อย มีขนาดให้เลือกน้อย ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ สินค้าไม่มีคุณภาพ และลวดลายไม่น่าสนใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง  
เคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านราคา                  | เพศ                  |                      | ค่าเฉลี่ย            |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                | ชาย                  | หญิง                 |                      |
|                                | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
| ราคาไม่เหมาะสม ราคาไม่คงที่    | 2.83<br>น้อย         | 3.18<br>น้อย         | 3.02<br>น้อย         |
| ต่อรองราคาสินค้าไม่ได้         | 2.68<br>น้อย         | 3.02<br>น้อย         | 2.87<br>น้อย         |
| ไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก | 2.66<br>น้อย         | 3.00<br>น้อย         | 2.85<br>น้อย         |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>            | <b>2.72</b><br>น้อย  | <b>3.06</b><br>น้อย  | <b>2.91</b><br>น้อย  |

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า เพศชายให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม ราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และไม่ได้ส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม ราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และไม่ได้ส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | เพศ                                |                              | ค่าเฉลี่ย                    |
|-------------------------------|------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
|                               | ชาย                                | หญิง                         |                              |
|                               | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)<br>น้อยที่สุด | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)<br>น้อย | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)<br>น้อย |
| สถานที่ตั้ง ไปมาไม่สะดวก      | 2.35<br>น้อยที่สุด                 | 2.70<br>น้อย                 | 2.54<br>น้อย                 |
| การจัดร้านไม่ดี ไม่น่าสนใจ    | 2.49<br>น้อย                       | 2.80<br>น้อย                 | 2.66<br>น้อย                 |
| หาสินค้ายาก                   | 2.48<br>น้อย                       | 2.92<br>น้อย                 | 2.72<br>น้อย                 |
| เวลาเปิดและปิดร้าน            | 2.46<br>น้อย                       | 2.82<br>น้อย                 | 2.66<br>น้อย                 |
| การตกแต่งร้านไม่น่าสนใจ       | 2.54<br>น้อย                       | 2.92<br>น้อย                 | 2.75<br>น้อย                 |
| สถานที่จอดรถไม่สะดวก          | 2.31<br>น้อย                       | 2.70<br>น้อย                 | 2.52<br>น้อย                 |
| ค่าเฉลี่ยรวม                  | 2.43<br>น้อย                       | 2.80<br>น้อย                 | 2.64<br>น้อย                 |

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.43 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าเพศชายให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การตกแต่งร้านไม่น่าสนใจ การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ หาสินค้ายาก เวลาการเปิดและปิดร้าน สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก และสถานที่จอดรถไม่สะดวก

เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าเพศชายให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ หาสินค้ายาก การตกแต่งร้านไม่น่าสนใจ เวลาการเปิดและปิดร้าน การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก และสถานที่จอดรถไม่

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด           | เพศ                  |                      | ค่าเฉลี่ย            |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                       | ชาย                  | หญิง                 |                      |
|                                       | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
| ไม่เคยเห็นโฆษณา                       | 3.13<br>น้อย         | 3.40<br>น้อย         | 3.27<br>น้อย         |
| การโฆษณาไม่น่าสนใจ                    | 3.18<br>น้อย         | 3.41<br>น้อย         | 3.31<br>น้อย         |
| พนักงานไม่สุภาพ                       | 2.76<br>น้อย         | 3.05<br>น้อย         | 2.92<br>น้อย         |
| พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า | 2.81<br>น้อย         | 3.11<br>น้อย         | 2.97<br>น้อย         |
| พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า              | 2.75<br>น้อย         | 3.04<br>น้อย         | 2.91<br>น้อย         |
| ไม่มีการส่งเสริมการขาย                | 3.07<br>น้อย         | 3.27<br>น้อย         | 3.18<br>น้อย         |
| ค่าเฉลี่ยรวม                          | 2.94<br>น้อย         | 3.21<br>น้อย         | 3.09<br>น้อย         |

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.94 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าเพศชายให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่เคยเห็นโฆษณา ไม่มีการส่งเสริมการขาย พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่สุภาพและพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า

เพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.21 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีการส่งเสริมการขาย การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่เคยเห็นโฆษณา พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่สุภาพ และพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์   | อายุ              |                   |                    |                    |                    |                    | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|-----------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
|                       | ไม่เกิน 20 ปี     | 20-30 ปี          | 31-40 ปี           | 41-50 ปี           | 51-60 ปี           | มากกว่า 60 ปี      |                   |
|                       | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  |                   |
| มีสีให้เลือกน้อย      | 3.93<br>มาก       | 3.47<br>น้อย      | 2.26<br>น้อยที่สุด | 2.22<br>น้อยที่สุด | 2.45<br>น้อยที่สุด | 2.33<br>น้อยที่สุด | 2.85<br>น้อย      |
| ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ | 3.67<br>มาก       | 3.28<br>น้อย      | 2.33<br>น้อยที่สุด | 2.28<br>น้อยที่สุด | 2.09<br>น้อยที่สุด | 2.33<br>น้อยที่สุด | 2.78<br>น้อย      |
| ลวดลายไม่น่าสนใจ      | 3.78<br>มาก       | 3.19<br>น้อย      | 2.39<br>น้อยที่สุด | 2.38<br>น้อยที่สุด | 1.64<br>น้อยที่สุด | 2.33<br>น้อยที่สุด | 2.78<br>น้อย      |
| มีขนาดให้เลือกน้อย    | 3.78<br>มาก       | 3.28<br>น้อย      | 2.32<br>น้อยที่สุด | 2.41<br>น้อยที่สุด | 2.45<br>น้อยที่สุด | 2.83<br>น้อย       | 2.84<br>น้อย      |
| สินค้าไม่มีคุณภาพ     | 3.63<br>มาก       | 3.20<br>น้อย      | 2.38<br>น้อยที่สุด | 2.23<br>น้อยที่สุด | 2.36<br>น้อยที่สุด | 2.83<br>น้อย       | 2.76<br>น้อย      |
| รูปแบบไม่ทันสมัย      | 3.93<br>มาก       | 3.36<br>น้อย      | 2.70<br>น้อย       | 2.40<br>น้อยที่สุด | 2.73<br>น้อย       | 2.83<br>น้อย       | 2.97<br>น้อย      |
| สินค้ามีตำหนิ         | 3.96<br>มาก       | 3.39<br>น้อย      | 2.55<br>น้อย       | 2.63<br>น้อย       | 3.00<br>น้อย       | 3.00<br>น้อย       | 3.03<br>น้อย      |
| ค่าเฉลี่ยรวม          | 3.80<br>มาก       | 3.31<br>น้อย      | 2.41<br>น้อยที่สุด | 2.36<br>น้อยที่สุด | 2.38<br>น้อยที่สุด | 2.64<br>น้อย       | 2.85<br>น้อย      |

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีตำหนิ รูปแบบไม่ทันสมัย มีสีให้เลือกน้อย ลวดลายไม่น่าสนใจ มีขนาดให้เลือกน้อย ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ และสินค้าไม่มีคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยใน

ระดับน้อย ได้แก่ มีสีให้เลือกน้อย สีน้ามีตำหนิ รูปแบบไม่ทันสมัย มีขนาดให้เลือกน้อย ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ และสินค้าน้าไม่มีคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.41 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ รูปแบบไม่ทันสมัย และสินค้าน้ามีตำหนิ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ลวดลายไม่น้าสนใจ สีน้าน้าไม่มีคุณภาพ ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ มีขนาดให้เลือกน้อย และมีสีให้เลือกน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.36 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สีน้าน้ามีตำหนิ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ มีขนาดให้เลือกน้อย รูปแบบไม่ทันสมัย ลวดลายไม่น้าสนใจ ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ สีน้าน้าไม่มีคุณภาพ และมีสีให้เลือกน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.38 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ สีน้าน้ามีตำหนิ และรูปแบบไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ มีขนาดให้เลือกน้อย มีสีให้เลือกน้อย สีน้าน้าไม่มีคุณภาพ ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ และลวดลายไม่น้าสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ สีน้าน้ามีตำหนิ มีขนาดให้เลือกน้อย สีน้าน้าไม่มีคุณภาพ และรูปแบบไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ มีสีให้เลือกน้อย ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ ลวดลายไม่น้าสนใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านราคา   | อายุ                 |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                  | ไม่เกิน<br>20 ปี     | 20-30 ปี             | 31-40 ปี             | 41-50 ปี             | 51-60 ปี             | มากกว่า<br>60 ปี     |                      |
|                  | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                      |
| ราคาไม่เหมาะสม   | 4.07                 | 3.56                 | 2.62                 | 2.35                 | 2.45                 | 2.83                 | 3.02                 |
| ราคาไม่คงที่     | มาก                  | มาก                  | น้อย                 | น้อยที่สุด           | น้อยที่สุด           | น้อย                 | น้อย                 |
| ต่อรองราคาไม่ได้ | 3.59                 | 3.38                 | 2.54                 | 2.26                 | 2.45                 | 2.83                 | 2.87                 |
| มาก              | มาก                  | น้อย                 | น้อย                 | น้อยที่สุด           | น้อยที่สุด           | น้อย                 | น้อย                 |
| ไม่ได้รับส่วนลด  | 3.93                 | 3.20                 | 2.46                 | 2.31                 | 2.73                 | 3.14                 | 2.85                 |
| หากซื้อจำนวนมาก  | มาก                  | น้อย                 | น้อยที่สุด           | น้อยที่สุด           | น้อย                 | น้อย                 | น้อย                 |
| ค่าเฉลี่ยรวม     | 3.86                 | 3.37                 | 2.54                 | 2.30                 | 2.54                 | 2.94                 | 2.91                 |
|                  | มาก                  | น้อย                 | น้อย                 | น้อยที่สุด           | น้อย                 | น้อย                 | น้อย                 |

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก และต่อรองราคาสินค้าไม่ได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.37 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ ต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.54 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ และต่อรองราคาไม่ได้ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.30 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยใน

ระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก และต่อ  
รองราคาไม่ได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านราคาโดยรวมอยู่ใน  
ระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.54 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับ  
น้อย ได้แก่ ไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ราคาไม่เหมาะสม  
ราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาไม่ได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านราคาโดยรวม  
อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.94 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยใน  
ระดับน้อย ได้แก่ ไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก ได้แก่ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ต่อรอง  
ราคาไม่ได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | อายุ              |                   |                    |                    |                    |                    | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
|                                | ไม่เกิน 20 ปี     | 20-30 ปี          | 31-40 ปี           | 41-50 ปี           | 51-60 ปี           | มากกว่า 60 ปี      |                   |
|                                | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  |                   |
| สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก        | 3.78<br>มาก       | 3.20<br>น้อย      | 2.01<br>น้อยที่สุด | 1.81<br>น้อยที่สุด | 1.73<br>น้อยที่สุด | 2.17<br>น้อยที่สุด | 2.54<br>น้อย      |
| การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ      | 3.52<br>มาก       | 3.09<br>น้อย      | 2.36<br>น้อยที่สุด | 2.12<br>น้อยที่สุด | 2.18<br>น้อยที่สุด | 2.17<br>น้อยที่สุด | 2.66<br>น้อย      |
| หาสินค้ายาก                    | 3.63<br>มาก       | 3.38<br>น้อย      | 2.32<br>น้อยที่สุด | 1.97<br>น้อยที่สุด | 1.91<br>น้อยที่สุด | 2.50<br>น้อย       | 2.72<br>น้อย      |
| เวลาการเปิดและปิดร้าน          | 3.56<br>มาก       | 3.23<br>น้อย      | 2.25<br>น้อยที่สุด | 1.99<br>น้อยที่สุด | 2.18<br>น้อยที่สุด | 2.50<br>น้อย       | 2.66<br>น้อย      |
| การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ    | 3.52<br>มาก       | 3.28<br>น้อย      | 2.43<br>น้อยที่สุด | 2.18<br>น้อยที่สุด | 1.73<br>น้อยที่สุด | 2.50<br>น้อย       | 2.75<br>น้อย      |
| สถานที่จอดรถไม่สะดวก           | 3.63<br>มาก       | 3.12<br>น้อย      | 2.13<br>น้อยที่สุด | 1.78<br>น้อยที่สุด | 1.73<br>น้อยที่สุด | 2.17<br>น้อยที่สุด | 2.52<br>น้อย      |
| ค่าเฉลี่ยรวม                   | 3.60<br>มาก       | 3.21<br>น้อย      | 2.25<br>น้อยที่สุด | 1.97<br>น้อยที่สุด | 1.90<br>น้อยที่สุด | 2.33<br>น้อยที่สุด | 2.64<br>น้อย      |

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก หาสินค้ายาก สถานที่จอดรถไม่สะดวก เวลาการเปิดและปิดร้าน การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ และการตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.21 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ หาสินค้ายาก การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก เวลาการเปิดและปิดร้าน สถานที่จอดรถไม่สะดวก และการจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ หาสินค้ายาก เวลาการเปิดและปิดร้าน สถานที่จอดรถไม่สะดวก และสถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.97 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ เวลาการเปิดและปิดร้าน หาสินค้ายาก สถานที่จอดรถไม่สะดวก และสถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.90 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ เวลาการเปิดและปิดร้าน การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ หาสินค้ายาก สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ และสถานที่จอดรถไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.33 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาข้อที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ หาสินค้ายาก การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ เวลาการเปิดและปิดร้าน สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ และสถานที่จอดรถไม่สะดวก

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด          | อายุ              |                   |                    |                   |                    |                   | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|-------------------|
|                                       | ไม่เกิน 20 ปี     | 20-30 ปี          | 31-40 ปี           | 41-50 ปี          | 51-60 ปี           | มากกว่า 60 ปี     |                   |
|                                       | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |                   |
| ไม่เคยเห็นโฆษณา                       | 3.89<br>มาก       | 3.53<br>มาก       | 3.16<br>น้อย       | 2.81<br>น้อย      | 3.55<br>มาก        | 2.67<br>น้อย      | 3.27<br>น้อย      |
| การโฆษณาไม่น่าสนใจ                    | 3.70<br>มาก       | 3.55<br>มาก       | 3.28<br>น้อย       | 2.87<br>น้อย      | 3.36<br>น้อย       | 3.00<br>น้อย      | 3.31<br>น้อย      |
| พนักงานไม่สุภาพ                       | 3.74<br>มาก       | 3.36<br>น้อย      | 2.41<br>น้อยที่สุด | 2.54<br>น้อย      | 2.55<br>น้อย       | 2.83<br>น้อย      | 2.92<br>น้อย      |
| พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า | 3.85<br>มาก       | 3.39<br>น้อย      | 2.49<br>น้อยที่สุด | 2.60<br>น้อย      | 2.36<br>น้อยที่สุด | 3.00<br>น้อย      | 2.97<br>น้อย      |
| พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า              | 3.78<br>มาก       | 3.28<br>น้อย      | 2.57<br>น้อย       | 2.50<br>น้อย      | 2.27<br>น้อยที่สุด | 2.83<br>น้อย      | 2.91<br>น้อย      |
| ไม่มีการส่งเสริมการขาย                | 3.52<br>มาก       | 3.49<br>น้อย      | 3.03<br>น้อย       | 2.78<br>น้อย      | 2.82<br>น้อย       | 3.67<br>มาก       | 3.18<br>น้อย      |
| ค่าเฉลี่ยรวม                          | 3.74<br>มาก       | 3.43<br>น้อย      | 2.82<br>น้อย       | 2.68<br>น้อย      | 2.81<br>น้อย       | 3.00<br>น้อย      | 3.09<br>น้อย      |

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหามีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ไม่เคยเห็นโฆษณาพนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า พนักงานไม่สุภาพ การโฆษณาไม่น่าสนใจ และไม่มีการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.43 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาลดน้อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ และไม่เคยเห็นโฆษณา มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย

ได้แก่ ไม่มีการส่งเสริมการขาย พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า และพนักงานไม่สุภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.82 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่เคยเห็นโฆษณา พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า และไม่มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และพนักงานไม่สุภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.68 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่เคยเห็นโฆษณา ไม่มีการส่งเสริมการขาย พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่สุภาพ และพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ไม่เคยเห็นโฆษณา มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่มีการส่งเสริมการขาย และพนักงานไม่สุภาพ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่สุภาพ พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า และไม่เคยเห็นโฆษณา

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
เครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

| ปัจจัยด้าน<br>ผลิตภัณฑ์   | อาชีพหลัก                     |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|---------------------------|-------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                           | ข้าราชการ/<br>รัฐ<br>วิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท    | อาชีพ<br>อิสระ       | เจ้าของกิจ<br>การ    | นักเรียน<br>นักศึกษา | แม่บ้าน              |                      |
|                           | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)          | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                      |
| มีสีให้เลือกน้อย          | 2.76<br>น้อย                  | 3.03<br>น้อย         | 2.90<br>น้อย         | 2.33<br>น้อยที่สุด   | 3.22<br>น้อย         | 2.67<br>น้อย         | 2.85<br>น้อย         |
| ไม่มีรูปแบบ<br>ที่ต้องการ | 2.67<br>น้อย                  | 2.94<br>น้อย         | 2.67<br>น้อย         | 2.42<br>น้อยที่สุด   | 3.17<br>น้อย         | 2.00<br>น้อยที่สุด   | 2.78<br>น้อย         |
| ลวดลายไม่<br>น่าสนใจ      | 2.88<br>น้อย                  | 2.84<br>น้อย         | 2.80<br>น้อย         | 2.42<br>น้อยที่สุด   | 3.10<br>น้อย         | 2.00<br>น้อยที่สุด   | 2.78<br>น้อย         |
| มีขนาดให้<br>เลือกน้อย    | 2.86<br>น้อย                  | 2.95<br>น้อย         | 2.87<br>น้อย         | 2.50<br>น้อย         | 3.07<br>น้อย         | 2.33<br>น้อยที่สุด   | 2.84<br>น้อย         |
| สินค้าไม่มีคุณภาพ         | 2.71<br>น้อย                  | 2.97<br>น้อย         | 2.58<br>น้อย         | 2.31<br>น้อยที่สุด   | 3.15<br>น้อย         | 2.33<br>น้อยที่สุด   | 2.76<br>น้อย         |
| รูปแบบไม่ทันสมัย          | 2.86<br>น้อย                  | 3.15<br>น้อย         | 3.03<br>น้อย         | 2.58<br>น้อย         | 3.24<br>น้อย         | 2.33<br>น้อยที่สุด   | 2.97<br>น้อย         |
| สินค้ามีตำหนิ             | 2.83<br>น้อย                  | 3.08<br>น้อย         | 2.98<br>น้อย         | 2.92<br>น้อย         | 3.29<br>น้อย         | 3.00<br>น้อย         | 3.03<br>น้อย         |
| ค่าเฉลี่ยรวม              | 2.79<br>น้อย                  | 2.99<br>น้อย         | 2.83<br>น้อย         | 2.49<br>น้อยที่สุด   | 3.17<br>น้อย         | 2.38<br>น้อยที่สุด   | 2.85<br>น้อย         |

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.79 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ลวดลายไม่น่าสนใจ มีขนาดให้เลือกน้อย รูปแบบไม่ทันสมัย สินค้ามีตำหนิ สินค้าไม่มีคุณภาพ มีสีให้เลือกน้อย และไม่มีรูปแบบที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัญหาข้อย่อยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อย่อยมีค่า

เฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่รูปแบบไม่ทันสมัย มีสีให้เลือกน้อย สินค้ามีตำหนิ มีขนาดให้เลือกน้อย สินค้าไม่มีคุณภาพ ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ และลวดลายไม่น่าสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ รูปแบบไม่ทันสมัย สินค้ามีตำหนิ มีสีให้เลือกน้อย มีขนาดให้เลือกน้อย ลวดลายไม่น่าสนใจ ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ และสินค้าไม่มีคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.49 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สินค้ามีตำหนิ รูปแบบไม่ทันสมัย และมีขนาดให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ ลวดลายไม่น่าสนใจ มีสีให้เลือกน้อย และสินค้าไม่มีคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.17 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สินค้ามีตำหนิ รูปแบบไม่ทันสมัย มีสีให้เลือกน้อย ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ สินค้าไม่มีคุณภาพ ลวดลายไม่น่าสนใจ และมีขนาดให้เลือกน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.38 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สินค้ามีตำหนิ และมีสีให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ มีขนาดให้เลือกน้อย สินค้าไม่มีคุณภาพ รูปแบบไม่ทันสมัย ลวดลายไม่น่าสนใจ และไม่มีรูปแบบที่ต้องการ



ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

| ปัจจัยด้านราคา                     | อาชีพหลัก                |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|------------------------------------|--------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|                                    | ข้าราชการ<br>รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท    | อาชีพ<br>อิสระ       | เจ้าของ<br>กิจการ    | นักเรียน<br>นักศึกษา | แม่บ้าน              |                      |
|                                    | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                      |
| ราคาไม่เหมาะสม                     | 3.00                     | 3.20                 | 2.98                 | 2.61                 | 3.32                 | 2.00                 | 3.02                 |
| ราคาไม่คงที่                       | น้อย                     | น้อย                 | น้อย                 | น้อย                 | น้อย                 | น้อยที่สุด           | น้อย                 |
| ต่อรองราคาสินค้า<br>ไม่ได้         | 3.00                     | 3.02                 | 2.70                 | 2.47                 | 3.17                 | 2.00                 | 2.87                 |
| ไม่ได้รับส่วนลด<br>หากซื้อจำนวนมาก | น้อย                     | น้อย                 | น้อย                 | น้อยที่สุด           | น้อย                 | น้อยที่สุด           | น้อย                 |
| ค่าเฉลี่ยรวม                       | 2.99                     | 3.06                 | 2.84                 | 2.52                 | 3.15                 | 1.88                 | 2.91                 |
|                                    | น้อย                     | น้อย                 | น้อย                 | น้อย                 | น้อย                 | น้อยที่สุด           | น้อย                 |

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหอยุ่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย้อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.84 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย้อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก และต่อรองราคาสินค้าไม่ได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย้อยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.84 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยใน

ระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ไม่ได้รับส่วนลด หากซื้อจำนวนมาก และต่อรองราคาสินค้าไม่ได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.15 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.88 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาสินค้าไม่ได้ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  | อาชีพหลัก                    |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---------------------------------|------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
|                                 | ข้าราชการ<br>รัฐ<br>วิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท    | อาชีพ<br>อิสระ       | เจ้าของกิจการ        | นักเรียน<br>นักศึกษา | แม่บ้าน              |                   |
|                                 | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)         | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                   |
| สถานที่ตั้งไปมา<br>ไม่สะดวก     | 2.43<br>น้อยที่สุด           | 2.69<br>น้อย         | 2.80<br>น้อย         | 2.00<br>น้อยที่สุด   | 2.93<br>น้อย         | 1.67<br>น้อยที่สุด   | 2.54<br>น้อย      |
| การจัดร้านไม่ดี<br>ไม่น่าสนใจ   | 2.71<br>น้อย                 | 2.78<br>น้อย         | 2.72<br>น้อย         | 2.25<br>น้อยที่สุด   | 2.93<br>น้อย         | 1.33<br>น้อยที่สุด   | 2.66<br>น้อย      |
| หาสินค้ายาก                     | 2.74<br>น้อย                 | 2.87<br>น้อย         | 2.80<br>น้อย         | 2.08<br>น้อยที่สุด   | 3.24<br>น้อย         | 2.33<br>น้อยที่สุด   | 2.72<br>น้อย      |
| เวลาการเปิด<br>และปิดร้าน       | 2.64<br>น้อย                 | 2.82<br>น้อย         | 2.65<br>น้อย         | 2.14<br>น้อยที่สุด   | 3.10<br>น้อย         | 2.00<br>น้อยที่สุด   | 2.66<br>น้อย      |
| การตกแต่งหน้า<br>ร้านไม่น่าสนใจ | 2.98<br>น้อย                 | 2.85<br>น้อย         | 2.70<br>น้อย         | 2.34<br>น้อยที่สุด   | 2.95<br>น้อย         | 2.33<br>น้อยที่สุด   | 2.75<br>น้อย      |
| สถานที่จอดรถ<br>ไม่สะดวก        | 2.60<br>น้อย                 | 2.62<br>น้อย         | 2.58<br>น้อย         | 2.03<br>น้อยที่สุด   | 2.93<br>น้อย         | 2.00<br>น้อยที่สุด   | 2.52<br>น้อย      |
| ค่าเฉลี่ยรวม                    | 2.68<br>น้อย                 | 2.77<br>น้อย         | 2.70<br>น้อย         | 2.14<br>น้อยที่สุด   | 3.01<br>น้อย         | 1.94<br>น้อย         | 2.64<br>น้อย      |

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.68 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ หาสินค้ายาก การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ เวลาการเปิดและปิดร้าน และสถานที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.77 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหา

ข้อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ หาสินค้ายาก การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ เวลาการเปิดและปิดร้าน การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก และสถานที่จอดรถไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.70 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหข้อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก หาสินค้ายาก การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจการตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ เวลาการเปิดและปิดร้าน และสถานที่จอดรถไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.14 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหข้อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ เวลาการเปิดและปิดร้าน หาสินค้ายาก สถานที่จอดรถไม่สะดวก และสถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.01 ซึ่งรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหข้อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ หาสินค้ายาก เวลาการเปิดและปิดร้าน การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ และสถานที่จอดรถไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.94 ซึ่งรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหข้อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ หาสินค้ายาก การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ สถานที่จอดรถไม่สะดวก สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก และการจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                  | อาชีพหลัก                |                      |                      |                      |                      |                      | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---|--------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
|   | ข้าราชการ<br>รัฐวิสาหกิจ | พนักงาน<br>บริษัท    | อาชีพอิสระ           | เจ้าของกิจการ        | นักเรียน<br>นักศึกษา | แม่บ้าน              |                   |
|   | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |                   |
| ไม่เคยเห็น<br>โฆษณา                           | 3.29<br>น้อย             | 3.38<br>น้อย         | 3.22<br>น้อย         | 2.91<br>น้อย         | 3.59<br>มาก          | 3.33<br>น้อย         | 3.27<br>น้อย      |
| การโฆษณา<br>ไม่น่าสนใจ                        | 3.29<br>น้อย             | 3.45<br>น้อย         | 3.13<br>น้อย         | 3.09<br>น้อย         | 3.41<br>น้อย         | 3.67<br>มาก          | 3.31<br>น้อย      |
| พนักงาน<br>ไม่สุภาพ                           | 3.00<br>น้อย             | 3.03<br>น้อย         | 3.05<br>น้อย         | 2.50<br>น้อย         | 3.07<br>น้อย         | 3.00<br>น้อย         | 2.92<br>น้อย      |
| พนักงานขายไม่มี<br>ความรู้เกี่ยวกับ<br>สินค้า | 3.02<br>น้อย             | 3.04<br>น้อย         | 2.97<br>น้อย         | 2.72<br>น้อย         | 3.15<br>น้อย         | 3.00<br>น้อย         | 2.97<br>น้อย      |
| พนักงานไม่เอา<br>ใจใส่ลูกค้า                  | 2.88<br>น้อย             | 3.02<br>น้อย         | 2.85<br>น้อย         | 2.63<br>น้อย         | 3.15<br>น้อย         | 3.00<br>น้อย         | 2.91<br>น้อย      |
| ไม่การส่งเสริม<br>การขาย                      | 3.14<br>น้อย             | 3.34<br>น้อย         | 2.83<br>น้อย         | 3.11<br>น้อย         | 3.22<br>น้อย         | 3.67<br>มาก          | 3.18<br>น้อย      |
| ค่าเฉลี่ยรวม                                  | 3.10<br>น้อย             | 3.20<br>น้อย         | 3.00<br>น้อย         | 2.82<br>น้อย         | 3.26<br>น้อย         | 3.27<br>น้อย         | 3.09<br>น้อย      |

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.10 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ไม่เคยเห็นโฆษณา การโฆษณาไม่น่าสนใจ การส่งเสริมการขาย พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานขายไม่สุภาพ และพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหา

ย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่เคยเห็นโฆษณา การส่งเสริมการขาย พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานขายไม่สุภาพ และพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ไม่เคยเห็นโฆษณา การโฆษณาไม่น่าสนใจ พนักงานขายไม่สุภาพ พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า และการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.82 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การส่งเสริมการขาย การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่เคยเห็นโฆษณา พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า และพนักงานขายไม่สุภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ไม่เคยเห็นโฆษณา การโฆษณาไม่น่าสนใจ พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า การส่งเสริมการขาย และพนักงานขายไม่สุภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.27 ซึ่งรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ การส่งเสริมการขาย ไม่เคยเห็นโฆษณา พนักงานขายไม่สุภาพ พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และพนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
เครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้าน<br>ผลิตภัณฑ์   | รายได้ต่อเดือน           |                         |                          |                          |                          |                          | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|---------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------|
|                           | น้อยกว่า<br>5,000<br>บาท | 5,001-<br>10,000<br>บาท | 10,001-<br>20,000<br>บาท | 20,001-<br>30,000<br>บาท | 30,001-<br>40,000<br>บาท | มากกว่า<br>40,000<br>บาท |                      |
|                           | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)    | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     |                      |
| มีสีให้เลือกน้อย          | 3.07<br>น้อย             | 3.09<br>น้อย            | 2.52<br>น้อย             | 2.42<br>น้อยที่สุด       | 3.33<br>น้อย             | 3.00<br>น้อย             | 2.85<br>น้อย         |
| ไม่มีรูปแบบ<br>ที่ต้องการ | 2.93<br>น้อย             | 2.97<br>น้อย            | 2.55<br>น้อย             | 2.33<br>น้อยที่สุด       | 3.27<br>น้อย             | 3.75<br>มาก              | 2.78<br>น้อย         |
| ลวดลายไม่<br>น่าสนใจ      | 2.93<br>น้อย             | 2.88<br>น้อย            | 2.74<br>น้อย             | 2.38<br>น้อยที่สุด       | 3.00<br>น้อย             | 3.50<br>มาก              | 2.78<br>น้อย         |
| มีขนาดให้<br>เลือกน้อย    | 2.88<br>น้อย             | 2.98<br>น้อย            | 2.74<br>น้อย             | 2.49<br>น้อยที่สุด       | 3.20<br>น้อย             | 3.75<br>มาก              | 2.84<br>น้อย         |
| สินค้าไม่มีคุณ<br>ภาพ     | 2.95<br>น้อย             | 2.98<br>น้อย            | 2.47<br>น้อยที่สุด       | 2.36<br>น้อยที่สุด       | 3.20<br>น้อย             | 3.00<br>น้อย             | 2.76<br>น้อย         |
| รูปแบบไม่<br>ทันสมัย      | 3.09<br>น้อย             | 3.15<br>น้อย            | 2.82<br>น้อย             | 2.67<br>น้อย             | 3.07<br>น้อย             | 3.25<br>น้อย             | 2.97<br>น้อย         |
| สินค้ามีตำหนิ             | 3.09<br>น้อย             | 3.19<br>น้อย            | 2.71<br>น้อย             | 2.98<br>น้อย             | 3.00<br>น้อย             | 3.75<br>มาก              | 3.03<br>น้อย         |
| ค่าเฉลี่ยรวม              | 2.99<br>น้อย             | 3.03<br>น้อย            | 2.64<br>น้อย             | 2.51<br>น้อย             | 3.15<br>น้อย             | 3.42<br>น้อย             | 2.85<br>น้อย         |

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.99 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ มีสีให้เลือกน้อย รูปแบบไม่ทันสมัย สินค้ามีตำหนิ ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ ลวดลายไม่น่าสนใจ สินค้าไม่มีคุณภาพ และมีขนาดให้เลือกน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่า

เฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สิ้นค้ามีตำหนิ รูปแบบไม่ทันสมัย มีสีให้เลือกน้อย มีขนาดให้เลือกน้อย  
สิ้นค้าไม่มีคุณภาพ ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ และลวดลายไม่น่าสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์  
โดยรวมอยู่ระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.64 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย  
ในระดับน้อย ได้แก่ รูปแบบไม่ทันสมัย ลวดลายไม่น่าสนใจ มีขนาดให้เลือกน้อย สิ้นค้ามีตำหนิ  
ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ และมีสีให้เลือกน้อย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ สิ้นค้าไม่มีคุณภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิต  
ภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.51 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญ  
มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สิ้นค้ามีตำหนิ และรูปแบบไม่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด  
ได้แก่ มีขนาดให้เลือกน้อย มีสีให้เลือกน้อย ลวดลายไม่น่าสนใจ สิ้นค้าไม่มีคุณภาพ และไม่มีรูป  
แบบที่ต้องการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิต  
ภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.15 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อย  
มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ มีสีให้เลือกน้อย ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ มีขนาดให้เลือกน้อย สิ้นค้าไม่  
มีคุณภาพ รูปแบบไม่ทันสมัย ลวดลายไม่น่าสนใจ และสิ้นค้ามีตำหนิ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิต  
ภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.42 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมี  
ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีรูปแบบที่ต้องการ มีขนาดให้เลือกน้อย สิ้นค้ามีตำหนิ และลวด  
ลายไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ รูปแบบไม่ทันสมัย มีสีให้เลือกน้อยและสิ้นค้าไม่มี  
คุณภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านราคา   | รายได้ต่อเดือน           |                         |                          |                          |                          |                          | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล) |
|------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------|
|                  | น้อยกว่า<br>5,000<br>บาท | 5,001-<br>10,000<br>บาท | 10,000-<br>20,000<br>บาท | 20,001-<br>30,000<br>บาท | 30,001-<br>40,000<br>บาท | มากกว่า<br>40,000<br>บาท |                      |
|                  | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)    | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     | ค่าเฉลี่ย<br>(แปลผล)     |                      |
| ราคาไม่เหมาะสม   | 3.16                     | 3.20                    | 2.86                     | 2.60                     | 3.20                     | 4.00                     | 3.02                 |
| ราคาไม่คงที่     | น้อย                     | น้อย                    | น้อย                     | น้อย                     | น้อย                     | มาก                      | น้อย                 |
| ต่อรองราคาไม่ได้ | 3.02                     | 2.98                    | 2.79                     | 2.53                     | 3.07                     | 3.00                     | 2.87                 |
|                  | น้อย                     | น้อย                    | น้อย                     | น้อย                     | น้อย                     | น้อย                     | น้อย                 |
| ไม่ได้รับส่วนลด  | 2.95                     | 3.00                    | 2.74                     | 2.44                     | 3.13                     | 3.75                     | 2.85                 |
| หากซื้อจำนวนมาก  | น้อย                     | น้อย                    | น้อย                     | น้อย                     | น้อย                     | มาก                      | น้อย                 |
| ค่าเฉลี่ยรวม     | 3.04                     | 3.06                    | 2.79                     | 2.52                     | 3.13                     | 3.58                     | 2.91                 |
|                  | น้อย                     | น้อย                    | น้อย                     | น้อย                     | น้อย                     | มาก                      | น้อย                 |

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.04 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาไม่ได้ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก และ ต่อรองราคาไม่ได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.79 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยใน

ระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาไม่ได้ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.52 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ ต่อรองราคาไม่ได้ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.13 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก และต่อรองราคาไม่ได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมราคาไม่คงที่ และไม่ได้รับส่วนลดหากซื้อจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ได้แก่ ต่อรองราคาไม่ได้

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | รายได้ต่อเดือน     |                   |                    |                    |                   |                    | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|--------------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
|                                | น้อยกว่า 5,000 บาท | 5,001-10,000 บาท  | 10,001-20,000 บาท  | 20,001-30,000 บาท  | 30,001-40,000 บาท | มากกว่า 40,000 บาท |                   |
|                                | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  |                   |
| สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก        | 2.82<br>น้อย       | 2.78<br>น้อย      | 2.20<br>น้อยที่สุด | 2.05<br>น้อยที่สุด | 3.00<br>น้อย      | 3.25<br>น้อย       | 2.54<br>น้อย      |
| การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ      | 2.75<br>น้อย       | 2.71<br>น้อย      | 2.67<br>น้อย       | 2.31<br>น้อยที่สุด | 3.00<br>น้อย      | 3.25<br>น้อย       | 2.66<br>น้อย      |
| หาสินค้ายาก                    | 2.91<br>น้อย       | 2.98<br>น้อย      | 2.62<br>น้อย       | 2.07<br>น้อยที่สุด | 2.87<br>น้อย      | 3.25<br>น้อย       | 2.72<br>น้อย      |
| เวลาการเปิดและปิดร้าน          | 2.79<br>น้อย       | 2.85<br>น้อย      | 2.61<br>น้อย       | 2.15<br>น้อยที่สุด | 2.73<br>น้อย      | 3.25<br>น้อย       | 2.66<br>น้อย      |
| การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ    | 2.74<br>น้อย       | 2.88<br>น้อย      | 2.71<br>น้อย       | 2.51<br>น้อย       | 2.93<br>น้อย      | 2.50<br>น้อย       | 2.75<br>น้อย      |
| สถานที่จอดรถไม่สะดวก           | 2.63<br>น้อย       | 2.75<br>น้อย      | 2.38<br>น้อยที่สุด | 2.00<br>น้อยที่สุด | 2.93<br>น้อย      | 3.00<br>น้อย       | 2.52<br>น้อย      |
| ค่าเฉลี่ยรวม                   | 2.77<br>น้อย       | 2.82<br>น้อย      | 2.53<br>น้อย       | 2.18<br>น้อยที่สุด | 2.91<br>น้อย      | 3.08<br>น้อย       | 2.64<br>น้อย      |

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.77 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ หาสินค้ายาก สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก เวลาการเปิดและปิดร้าน การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ การตกแต่งหน้าร้านไม่น่าสนใจ และ สถานที่จอดรถไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.82 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ หาสินค้ายาก สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก การตกแต่งหน้า

ร้านไม่น่าสนใจ เวลาการเปิดและปิดร้าน สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ สถานที่จอดรถไม่สะดวก และการจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.53 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การตกแต่งหน้าไม่น่าสนใจ การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ หาสินค้ายาก และเวลาการเปิดและปิดร้าน มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ สถานที่จอดรถไม่สะดวก และสถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.18 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การตกแต่งหน้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด ได้แก่ การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ เวลาการเปิดและปิดร้าน หาสินค้ายาก สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก และสถานที่จอดรถไม่สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.91 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ สถานที่จอดรถไม่สะดวก การตกแต่งหน้าไม่น่าสนใจ หาสินค้ายาก และเวลาการเปิดและปิดร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สถานที่ตั้งไปมาไม่สะดวก การจัดร้านไม่ดีไม่น่าสนใจ หาสินค้ายาก เวลาการเปิดและปิดร้าน สถานที่จอดรถไม่สะดวก และการตกแต่งหน้าไม่น่าสนใจ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องเคลือบดินเผาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด          | รายได้ต่อเดือน     |                   |                   |                   |                   |                    | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) |
|---------------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
|                                       | น้อยกว่า 5,000 บาท | 5,001-10,000 บาท  | 10,001-20,000 บาท | 20,001-30,000 บาท | 30,001-40,000 บาท | มากกว่า 40,000 บาท |                   |
|                                       | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล)  |                   |
| ไม่เคยเห็นโฆษณา                       | 3.46<br>น้อย       | 3.37<br>น้อย      | 3.20<br>น้อย      | 3.11<br>น้อย      | 2.93<br>น้อย      | 3.00<br>น้อย       | 3.27<br>น้อย      |
| การโฆษณาไม่น่าสนใจ                    | 3.35<br>น้อย       | 3.37<br>น้อย      | 3.38<br>น้อย      | 3.15<br>น้อย      | 3.07<br>น้อย      | 3.00<br>น้อย       | 3.31<br>น้อย      |
| พนักงานไม่สุภาพ                       | 2.93<br>น้อย       | 3.13<br>น้อย      | 2.80<br>น้อย      | 2.60<br>น้อย      | 3.20<br>น้อย      | 2.75<br>น้อย       | 2.92<br>น้อย      |
| พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า | 3.07<br>น้อย       | 3.08<br>น้อย      | 2.92<br>น้อย      | 2.60<br>น้อย      | 3.47<br>น้อย      | 3.00<br>น้อย       | 2.97<br>น้อย      |
| พนักงานไม่เอาใจใส่ลูกค้า              | 3.02<br>น้อย       | 3.03<br>น้อย      | 2.79<br>น้อย      | 2.53<br>น้อย      | 3.53<br>มาก       | 3.25<br>น้อย       | 2.91<br>น้อย      |
| ไม่มีการส่งเสริมการขาย                | 3.21<br>น้อย       | 3.28<br>น้อย      | 3.06<br>น้อย      | 3.05<br>น้อย      | 3.25<br>น้อย      | 3.25<br>น้อย       | 3.18<br>น้อย      |
| ค่าเฉลี่ยรวม                          | 3.17<br>น้อย       | 3.20<br>น้อย      | 3.02<br>น้อย      | 2.83<br>น้อย      | 3.09<br>น้อย      | 3.04<br>น้อย       | 3.09<br>น้อย      |

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.17 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ไม่เคยเห็นโฆษณา การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่มีการส่งเสริมการขาย พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานขายไม่เอาใจใส่ลูกค้า และพนักงานไม่สุภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าให้ความสำคัญทุกปัญหาข้อย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ ไม่เคยเห็นโฆษณา การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่มีการ

ส่งเสริมการขาย พนักงานไม่สุภาพ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า และพนักงานขายไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.02 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่เคยเห็นโฆษณา ไม่มีการส่งเสริมการขาย พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่สุภาพ และพนักงานขายไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.83 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่เคยเห็นโฆษณา ไม่มีการส่งเสริมการขาย พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่สุภาพ และพนักงานขายไม่เอาใจใส่ลูกค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานขายไม่เอาใจใส่ลูกค้า พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ไม่มีการส่งเสริมการขาย พนักงานไม่สุภาพ การโฆษณาไม่น่าสนใจ และไม่เคยเห็นโฆษณา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.04 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ให้ความสำคัญทุกปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ พนักงานขายไม่เอาใจใส่ลูกค้า ไม่มีการส่งเสริมการขาย พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า พนักงานไม่สุภาพ การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่เคยเห็นโฆษณา และพนักงานไม่สุภาพ