

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของ บริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 20)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 21 ถึง ตารางที่ 25)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของลูกค้า เพศ อายุ และ ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 26 ถึง ตารางที่ 45)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เท็คซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 46 ถึง ตารางที่ 49)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของลูกค้า

ประเภทของลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
องค์กรเอกชน	146	50.34
หน่วยงานราชการ	144	49.66
<b>รวม</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าองค์กรเอกชน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 50.34 รองลงมาเป็นลูกค้าหน่วยงานราชการ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 49.66

#### ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	29	19.86	64	44.44	93	32.07
หญิง	117	80.14	80	55.56	197	67.93
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 67.93 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 32.07

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 80.14 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.86

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	87	59.59	43	29.86	130	44.83
31-40 ปี	37	25.34	51	35.42	88	30.34
41-50 ปี	20	13.70	42	29.17	62	21.38
51-60 ปี	2	1.37	8	5.56	10	3.45
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 44.83 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 30.34 และมีอายุ 41-50 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 21.38

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชน ส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 59.59 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 25.34 และมีอายุ 41-50 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.42 รองลงมา มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 29.86 และมีอายุ 41-50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.00	0	0.00	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	2	1.37	6	4.17	8	2.76
ปวส./อนุปริญญา	10	6.85	8	5.56	18	6.21
ปริญญาตรี	120	82.19	112	77.78	232	80.00
ปริญญาโท	14	9.59	18	12.50	32	11.03
ปริญญาเอก	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาจบการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.03 และจบการศึกษาในระดับปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.21

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชน ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 82.19 รองลงมาจบการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.59 และจบการศึกษาในระดับปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.85

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 รองลงมาจบการศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และจบการศึกษาในระดับปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของหน่วยงาน

ลูก้า	ลักษณะของหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
เอกชน	กิจการเจ้าของคนเดียว	3	2.05
	บริษัทจำกัด	125	85.62
	ห้างหุ้นส่วน สามัญ	2	1.37
	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติบุคคล	0	0.00
	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	14	9.59
	อื่นๆ (บริษัทมหาชน)	2	1.37
	<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>
ราชการ	ส่วนราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ	39	27.08
	ส่วนราชการสังกัดกระทรวงกลาโหม	25	17.36
	ส่วนราชการสังกัดกระทรวงมหาดไทย	38	26.39
	ส่วนราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข	40	27.78
	อื่นๆ (องค์การศาสนา)	2	1.39
	<b>รวม</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 85.62 รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วน จำกัด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.59 และ กิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.05

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมาเป็น ส่วนราชการสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 27.08 และส่วนราชการสังกัดกระทรวง มหาดไทยจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 26.39

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ตำแหน่ง	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ	2	1.37	8	5.56	10	3.45
ผู้จัดการทั่วไป / หัวหน้างาน	20	13.70	20	13.89	40	13.79
ผู้จัดการแผนกการเงิน	2	1.37	4	2.78	6	2.07
ผู้จัดการแผนกบุคคล	2	1.37	2	1.39	4	1.38
พนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่	58	39.73	69	47.92	127	43.79
เจ้าของกิจการ	3	2.05	0	0.00	3	1.03
ผู้จัดการแผนกจัดซื้อ	26	17.81	9	6.25	35	12.07
ผู้จัดการแผนกบัญชี	13	8.90	2	1.39	15	5.17
ผู้จัดการแผนกการตลาด	0	0.00	0	0.00	0	0.00
อื่นๆ (เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์)	20	13.70	30	20.83	50	17.24
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น พนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 43.79 มากที่สุด รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 17.24 และ ผู้จัดการทั่วไป / หัวหน้างาน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.79

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ จำนวน 58คน คิดเป็นร้อยละ 39.73 มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้จัดการแผนกจัดซื้อ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.81 และ ผู้จัดการทั่วไป / หัวหน้างาน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่เป็น พนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 47.92 มากที่สุด รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 และ ผู้จัดการทั่วไป / หัวหน้างาน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.89

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์  
ที่ใช้งานในหน่วยงาน

จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 เครื่อง	28	19.18	13	9.03	41	14.14
3-4 เครื่อง	24	16.44	35	24.31	59	20.34
5-6 เครื่อง	13	8.90	19	13.19	32	11.03
7-10 เครื่อง	19	13.01	17	11.81	36	12.41
9-10 เครื่อง	17	11.64	12	8.33	29	10.00
มากกว่า 10 เครื่อง	45	30.82	48	33.33	93	32.07
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ใน  
หน่วยงานมากกว่า 10 เครื่อง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 32.07 รองลงมา คือ 3-4 เครื่อง  
จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 20.34 และ 5-6 เครื่อง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 14.14

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ใน  
หน่วยงานมากกว่า 10 เครื่อง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.82 รองลงมา คือ 1-2 เครื่อง  
จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 19.18 และ 3-4 เครื่อง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.44

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ มีจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้ใน  
หน่วยงานมากกว่า 10 เครื่อง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา คือ 3-4 เครื่อง  
จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 24.31 และ 5-6 เครื่อง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.19

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อเครื่องคอมพิวเตอร์ที่  
ใช้งานในหน่วยงาน

ยี่ห้อเครื่องคอมพิวเตอร์	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Hp	97	66.44	88	61.11	185	63.79
Lexmark	30	20.55	19	13.19	49	16.90
Canon	41	28.08	32	22.22	73	25.17
Sumsung	16	10.96	20	13.89	36	12.41
Epson	53	36.30	49	34.03	102	35.17
Brother	14	9.59	5	3.47	19	6.55
Aser	29	19.86	21	14.58	50	17.24
เครื่องประกอบ (OEM)	47	32.19	36	25.00	83	28.62
Compaq	39	26.71	21	14.58	60	20.69
IBM	24	16.44	25	17.36	49	16.90
อื่น ๆ (Sony, LG, Viva)	15	10.27	28	19.44	43	14.83

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย

ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ยี่ห้อ Hp จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 63.79 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 35.17 และเครื่องประกอบ (OEM) จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 28.62

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ยี่ห้อ Hp จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 66.44 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 และเครื่องประกอบ (OEM) จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 32.19

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ยี่ห้อ Hp จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 34.03 และเครื่องประกอบ (OEM) จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00



ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเครื่องปริ้นเตอร์  
ที่ใช้งานในหน่วยงาน

จำนวนเครื่องปริ้นเตอร์	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-2 เครื่อง	40	27.40	22	15.28	62	21.38
3-4 เครื่อง	39	26.71	40	27.78	79	27.24
5-6 เครื่อง	22	15.07	22	15.28	44	15.17
7-8 เครื่อง	10	6.85	16	11.11	26	8.97
9-10 เครื่อง	5	3.42	15	10.42	20	6.90
มากกว่า 10 เครื่อง	30	20.55	29	20.14	59	20.34
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนเครื่องปริ้นเตอร์ที่ใช้ใน  
หน่วยงาน 3-4 เครื่อง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 27.24 รองลงมา คือ 1-2 เครื่อง จำนวน 62 คน  
คิดเป็นร้อยละ 21.38 และ มากกว่า 10 เครื่อง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 20.34

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ มีจำนวนเครื่องปริ้นเตอร์ที่ใช้ใน  
หน่วยงาน 1-2 เครื่อง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 รองลงมา คือ 3-4 เครื่อง จำนวน 39  
คน คิดเป็นร้อยละ 26.71 และ มากกว่า 10 เครื่อง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 20.55

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ มีจำนวนเครื่องปริ้นเตอร์ที่ใช้ใน  
หน่วยงาน 3-4 เครื่อง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมา คือ มากกว่า 10 เครื่อง  
จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 20.14 และ 5-6 เครื่อง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 15.28

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อเครื่องปริ้นเตอร์ที่  
ใช้งานในหน่วยงาน

ยี่ห้อเครื่องปริ้นเตอร์	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Hp	122	83.56	121	84.03	243	83.79
Lexmark	34	23.29	45	31.25	79	27.24
Canon	59	40.41	64	44.44	123	42.41
Samsung	10	6.85	21	14.58	31	10.69
Epson	82	56.16	87	60.42	169	58.28
Brother	16	10.96	9	6.25	25	8.62
Aser	4	2.74	0	0.00	4	1.38
เครื่องประกอบ (OEM)	0	0.00	2	1.39	2	0.69
Compaq	6	4.11	4	2.78	10	3.45
IBM	4	2.74	2	1.39	6	2.07
อื่น ๆ (Ricoh, Xerox)	26	17.81	13	9.03	39	13.45

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย

ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ยี่ห้อ Hp จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 83.79 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 58.28 และ ยี่ห้อ Canon จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 42.41

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ยี่ห้อ Hp จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 83.56 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 56.16 และยี่ห้อ Canon จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 40.41

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ยี่ห้อ Hp จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 84.03 รองลงมา คือ ยี่ห้อ Epson จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 60.42 และ Canon จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเครื่องปริ้นเตอร์ที่ใช้ในงานในหน่วยงาน

ประเภทเครื่องปริ้นเตอร์	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลเซอร์ขาว-ดำ	88	60.27	105	72.92	193	66.55
เลเซอร์สี	43	29.45	50	34.72	93	32.07
เลเซอร์ All-In-One	10	6.85	18	12.50	28	9.66
อิงค์เจ็ท	92	63.01	107	74.31	199	68.62
อิงค์เจ็ท All-In-One	36	24.66	32	22.22	68	23.45
เครื่องพิมพ์หัวเข็ม (Dot Matrix)	74	50.68	84	58.33	158	54.48
อื่น ๆ (เครื่องพิมพ์บาร์โค้ด)	4	2.74	0	0.00	4	1.38

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย  
ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ ประเภทอิงค์เจ็ท จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 68.62 รองลงมา คือ เลเซอร์ขาว-ดำ จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 66.55 และเครื่องพิมพ์หัวเข็ม (Dot Matrix) จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 54.48

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ประเภทอิงค์เจ็ท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 63.01 รองลงมา คือ เลเซอร์ขาว-ดำ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 60.27 และเครื่องพิมพ์หัวเข็ม (Dot Matrix) จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 50.68

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ประเภทอิงค์เจ็ท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 74.31 รองลงมา คือ เลเซอร์ขาว-ดำ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 72.92 และเครื่องพิมพ์หัวเข็ม (Dot Matrix) จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาของเครื่องปริ้นเตอร์  
ที่ใช้งานในหน่วยงาน

ราคาเครื่องปริ้นเตอร์	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 บาท	24	16.44	36	25.00	60	20.69
3,000-6,000 บาท	61	41.78	59	40.97	120	41.38
6,001-9,000 บาท	51	34.93	37	25.69	88	30.34
9,001-12,000 บาท	49	33.56	61	42.36	110	37.93
มากกว่า 12,000 บาท	41	28.08	48	33.33	89	30.69

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย  
ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ราคา 3,000-6,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 41.38 รองลงมา คือ ราคา 9,001-12,000 บาทจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 37.93 และมากกว่า 12,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 30.69

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ราคา 3,000-6,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 41.78 รองลงมา คือ ราคา 6,001-9,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 34.93 และราคา 9,001-12,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 33.56

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ ใช้เครื่องปริ้นเตอร์ราคา 9,001-12,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 42.36 รองลงมา คือ ราคา 3,000-6,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 40.97 และราคามากกว่า 12,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการใช้งาน  
เครื่องปริ้นเตอร์ทั้งหมดในหน่วยงาน

ความถี่เฉลี่ย	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวันๆ ละไม่เกิน 2 ชั่วโมง	39	26.71	22	15.28	61	21.03
ทุกวันๆ ละ 2-4 ชั่วโมง	38	26.03	49	34.03	87	30.00
ทุกวันๆ ละมากกว่า 4 ชั่วโมง	67	45.89	67	46.53	134	46.21
2-3 วัน / ครั้ง	0	0.00	0	0.00	0	0.00
อาทิตย์ละ 1 ครั้ง	0	0.00	2	1.39	2	0.69
อื่นๆ (ใช้เมื่อมีงาน)	2	1.37	4	2.78	6	2.07
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ความถี่เฉลี่ยทุกวัน วันละมากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 46.21 รองลงมา คือ ใช้งานทุกวัน วันละ 2-4 ชั่วโมง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ ใช้งานทุกวัน วันละไม่เกิน 2 ชั่วโมง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.03

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ความถี่เฉลี่ยทุกวัน วันละมากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 45.89 รองลงมา คือ ใช้งานทุกวัน วันละไม่เกิน 2 ชั่วโมง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.71 และ ใช้งานทุกวัน วันละ 2-4 ชั่วโมง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 26.03

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ความถี่เฉลี่ยทุกวัน วันละมากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 46.53 รองลงมา คือ ใช้งานทุกวัน วันละ 2-4 ชั่วโมง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 34.03 และ ใช้งานทุกวัน วันละไม่เกิน 2 ชั่วโมง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 15.28

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนแผ่นกระดาษเฉลี่ยต่อวันต่อเครื่องที่ใช้ในการพิมพ์งานทั้งหมดในหน่วยงาน

จำนวนแผ่นกระดาษ	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1-10 แผ่น	22	15.07	24	16.67	46	15.86
11-20 แผ่น	45	30.82	36	25.00	81	27.93
21-50 แผ่น	41	28.08	42	29.17	83	28.62
51-100 แผ่น	14	9.59	8	5.56	22	7.59
มากกว่า 100 แผ่น	24	16.44	34	23.61	58	20.00
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์พิมพ์งานมีจำนวนแผ่นกระดาษเฉลี่ยต่อวันต่อเครื่อง 21-50 แผ่น จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 28.62 รองลงมาคือ 11-20 แผ่น จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 27.93 และ มากกว่า 100 แผ่น จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์พิมพ์งานมีจำนวนแผ่นกระดาษเฉลี่ยต่อวันต่อเครื่อง 11-20 แผ่น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.82 รองลงมาคือ 21-50 แผ่น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 28.08 และ มากกว่า 100 แผ่น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 16.44

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ ใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์พิมพ์งานมีจำนวนแผ่นกระดาษเฉลี่ยต่อวันต่อเครื่อง 21-50 แผ่น จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาคือ 11-20 แผ่น จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ มากกว่า 100 แผ่น จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.61

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์  
ในหน่วยงาน

ลักษณะการใช้งาน	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พิมพ์เอกสารประกอบการสอน	4	2.74	49	34.03	53	18.28
พิมพ์รายงาน เอกสารทั่วไปในสำนักงาน	134	91.78	137	95.14	271	93.45
พิมพ์เอกสารส่งออกนอกหน่วยงาน	98	67.12	123	85.42	221	76.21
พิมพ์งานทางบัญชี	105	71.92	97	67.36	202	69.66
พิมพ์ใบเสร็จรับเงิน	79	54.11	45	31.25	124	42.76
พิมพ์ใบเสนอราคา / ใบสั่งซื้อ	99	67.81	63	43.75	162	55.86
พิมพ์รูปภาพ	68	46.58	55	38.19	123	42.41
พิมพ์งานกราฟฟิก	40	27.40	20	13.89	60	20.69
อื่นๆ (ถ่ายเอกสาร)	8	5.48	2	1.39	10	3.45

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย

ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานเพื่อพิมพ์รายงาน เอกสารทั่วไปในสำนักงาน จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 93.45 รองลงมา คือ ใช้เพื่อพิมพ์เอกสารส่งออกนอกหน่วยงาน จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 76.21 และใช้เพื่อพิมพ์พิมพ์งานทางบัญชี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 69.66

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานเพื่อพิมพ์รายงาน เอกสารทั่วไปในสำนักงาน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 91.78 รองลงมา คือ ใช้เพื่อพิมพ์งานทางบัญชี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 71.92 และใช้เพื่อพิมพ์ใบเสนอราคา / ใบสั่งซื้อ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 67.81

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้งานเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานเพื่อพิมพ์รายงาน เอกสารทั่วไปในสำนักงาน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 95.14 รองลงมา คือ พิมพ์เอกสารส่งออกนอกหน่วยงาน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 85.42 และพิมพ์งานทางบัญชี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 67.36

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทหมึกของเครื่องปริ้นเตอร์ที่ใช้ในหน่วยงาน

ประเภทของหมึก	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตลับหมึกของแท้ (Original)	107	73.29	102	70.83	209	72.07
ตลับหมึกเทียบเท่า (Compatible)	84	57.53	92	63.89	176	60.69
ชุดเติมหมึก (Refill)	44	30.14	80	55.56	124	42.76
อื่นๆ (หมึกแท่งค์)	1	0.68	0	0.00	1	0.34

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย  
ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้หมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานแบบตลับหมึกของแท้ (Original) จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 72.07 รองลงมา คือ ตลับหมึกเทียบเท่า (Compatible) จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 60.69 และชุดเติมหมึก (Refill) จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 42.76

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่เลือกใช้หมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานแบบตลับหมึกของแท้ (Original) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 73.29 รองลงมา คือ ตลับหมึกเทียบเท่า (Compatible) จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 57.53 และชุดเติมหมึก (Refill) จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 30.14

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่เลือกใช้หมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงานแบบตลับหมึกของแท้ (Original) จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 70.83 รองลงมา คือ ตลับหมึกเทียบเท่า (Compatible) จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 63.89 และชุดเติมหมึก (Refill) จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56



ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อหมึกของเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงาน

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพของหมึก	118	80.82	110	76.39	228	78.62
พนักงานแนะนำ	23	15.75	63	43.75	86	29.66
การรับประกัน	90	61.64	108	75.00	198	68.28
ราคาประหยัด	92	63.01	86	59.72	178	61.38
สินค้าสมนาคุณ	26	17.81	25	17.36	51	17.59
อื่นๆ (บริการส่งสินค้า)	6	4.11	10	6.94	16	5.52

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย  
ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน เพราะคุณภาพของหมึก จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 78.62 รองลงมา คือ การรับประกัน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 68.28 และ ราคาประหยัด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 61.38

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่เลือกซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน เพราะคุณภาพของหมึก จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 80.82 รองลงมา คือ ราคาประหยัด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 63.01 และการรับประกัน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 61.64

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่เลือกซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน เพราะคุณภาพของหมึก จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 76.39 รองลงมา คือ การรับประกัน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 และราคาประหยัด จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 59.72

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อหมึก  
ของเครื่องปริ้นเตอร์ในหน่วยงาน

ความถี่ในการซื้อ	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุก 1-2 สัปดาห์	5	3.42	0	0.00	5	1.72
ทุก 3-4 สัปดาห์	53	36.30	23	15.97	76	26.21
ทุก 1-2 เดือน	73	50.00	82	56.94	155	53.45
ทุก 3-4 เดือน	11	7.53	25	17.36	36	12.41
ทุก 5-6 เดือน	2	1.37	8	5.56	10	3.45
ปีละ 1 ครั้ง	2	1.37	6	4.17	8	2.76
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน ทุก 1-2 เดือน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 53.45 รองลงมาคือ ทุก 3-4 สัปดาห์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 26.21 และทุก 3-4 เดือน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.41

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน ทุก 1-2 เดือน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ทุก 3-4 สัปดาห์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 และทุก 3-4 เดือน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.53

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์เพื่อใช้ในหน่วยงาน ทุก 1-2 เดือน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 56.94 รองลงมาคือ ทุก 3-4 เดือน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 17.36 และทุก 3-4 สัปดาห์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.97

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการซื้อหมึกของ  
เครื่องปริ้นเตอร์ใช้ในหน่วยงาน

วิธีการซื้อ	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จากร้านตัวแทนบริษัทที่ จำหน่ายยี่ห้อเฉพาะ	39	26.71	43	29.86	82	28.28
จากร้านค้าผู้จำหน่าย คอมพิวเตอร์ทั่วไป	64	43.84	84	58.33	148	51.03
จากแผนกขายคอมพิวเตอร์ใน ศูนย์การค้า หรือ ห้างสรรพสินค้าทั่วไป	26	17.81	48	33.33	74	25.52
จากบริษัทจำหน่ายหมึกพิมพ์ ทางโทรศัพท์ (Telesales)	94	64.38	74	51.39	168	57.93
อื่นๆ (มาจำหน่ายที่หน่วยงาน)	10	6.85	5	3.47	15	5.17

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย

ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัทจำหน่ายหมึกพิมพ์ทางโทรศัพท์ (Telesales) จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 57.93 รองลงมาคือ จากร้านค้าผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์ทั่วไป จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 51.03 และจากตัวแทนบริษัทที่จำหน่ายยี่ห้อเฉพาะ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 28.28

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัทจำหน่ายหมึกพิมพ์ทางโทรศัพท์ (Telesales) จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 64.38 รองลงมาคือ จากร้านค้าผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์ทั่วไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 43.84 และจากตัวแทนบริษัทที่จำหน่ายยี่ห้อเฉพาะ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.71

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากร้านค้าผู้จำหน่ายคอมพิวเตอร์ทั่วไป จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ บริษัทจำหน่ายหมึกพิมพ์ทางโทรศัพท์ (Telesales) จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 51.39 และจากแผนกขายคอมพิวเตอร์ในศูนย์การค้า หรือ ห้างสรรพสินค้าทั่วไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อหมึกปริ้นเตอร์จากบริษัท ก๊อปปี้ทีคส์ จำกัด ไปใช้ในหน่วยงาน

ระยะเวลาในการซื้อ	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งแรก	18	12.33	18	12.50	36	12.41
2-6 เดือน	27	18.49	27	18.75	54	18.62
6-12 เดือน	31	21.23	21	14.58	52	17.93
12-18 เดือน	18	12.33	17	11.81	35	12.07
19-24 เดือน	18	12.33	10	6.94	28	9.66
มากกว่า 24 เดือน	34	23.29	51	35.42	85	29.31
<b>รวม</b>	<b>146</b>	<b>100.00</b>	<b>144</b>	<b>100.00</b>	<b>290</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัท ก๊อปปี้ทีคส์ จำกัด เป็นระยะเวลานานมากกว่า 24 เดือน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 29.31 รองลงมา คือ 2-6 เดือน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.62 และ 6-12 เดือน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.93

ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชนส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัท ก๊อปปี้ทีคส์ จำกัด เป็นระยะเวลานานมากกว่า 24 เดือน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.29 รองลงมา คือ 6-12 เดือน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 21.23 และ 2-6 เดือน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.49

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการส่วนใหญ่ซื้อหมึกพิมพ์ของเครื่องปริ้นเตอร์จากบริษัท ก๊อปปี้ทีคส์ จำกัด เป็นระยะเวลานานมากกว่า 24 เดือน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.42 รองลงมา คือ 2-6 เดือน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และ 6-12 เดือน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.58

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก้อปี้เทคซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า							ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ทราบ			
ตรายี่ห้อ Laser Master/ Ink Master / Quali-Tek	14 (4.83)	169 (58.28)	103 (35.52)	2 (0.69)	2 (0.69)	0	3.66	มาก	
คุณภาพของสินค้า	41 (14.14)	166 (57.24)	74 (25.52)	7 (2.41)	2 (0.69)	0	3.82	มาก	
ความครบถ้วนของ สินค้า	47 (16.21)	180 (62.07)	58 (20)	3 (1.03)	0 (0)	2	3.94	มาก	
ความทันสมัยของ บรรจุภัณฑ์	25 (8.62)	139 (47.93)	111 (38.28)	13 (4.48)	0 (0)	2	3.61	มาก	
การมีสินค้าพร้อมขาย	44 (15.17)	161 (55.52)	70 (24.14)	7 (2.41)	0 (0)	8	3.86	มาก	
ความสะอาดของสินค้า	50 (17.24)	180 (62.07)	56 (19.31)	4 (1.38)	0 (0)	0	3.95	มาก	
การรับเปลี่ยนหรือ รับประกันสินค้า	62 (21.38)	161 (55.52)	41 (14.14)	4 (1.38)	0 (0)	22	4.05	มาก	
คุณภาพของสินค้าคลุม จากการรับประกัน	37 (12.76)	162 (55.86)	56 (19.31)	6 (2.07)	0 (0)	29	3.88	มาก	
บริษัทมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	28 (9.66)	144 (49.66)	102 (35.17)	4 (1.38)	0 (0)	12	3.71	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม								3.83	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากได้แก่ การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (4.05) ความสะอาดของสินค้า (3.95) ความครบถ้วนของสินค้า (3.94) คุณภาพของสินค้าคลุมจากการรับประกัน (3.88) การมีสินค้าพร้อมขาย (3.86) คุณภาพของสินค้า (3.82) บริษัทมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ (3.71) ตรายี่ห้อ Laser Master/ Ink Master / Quali-Tek (3.66) ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์ (3.61) ตามลำดับ



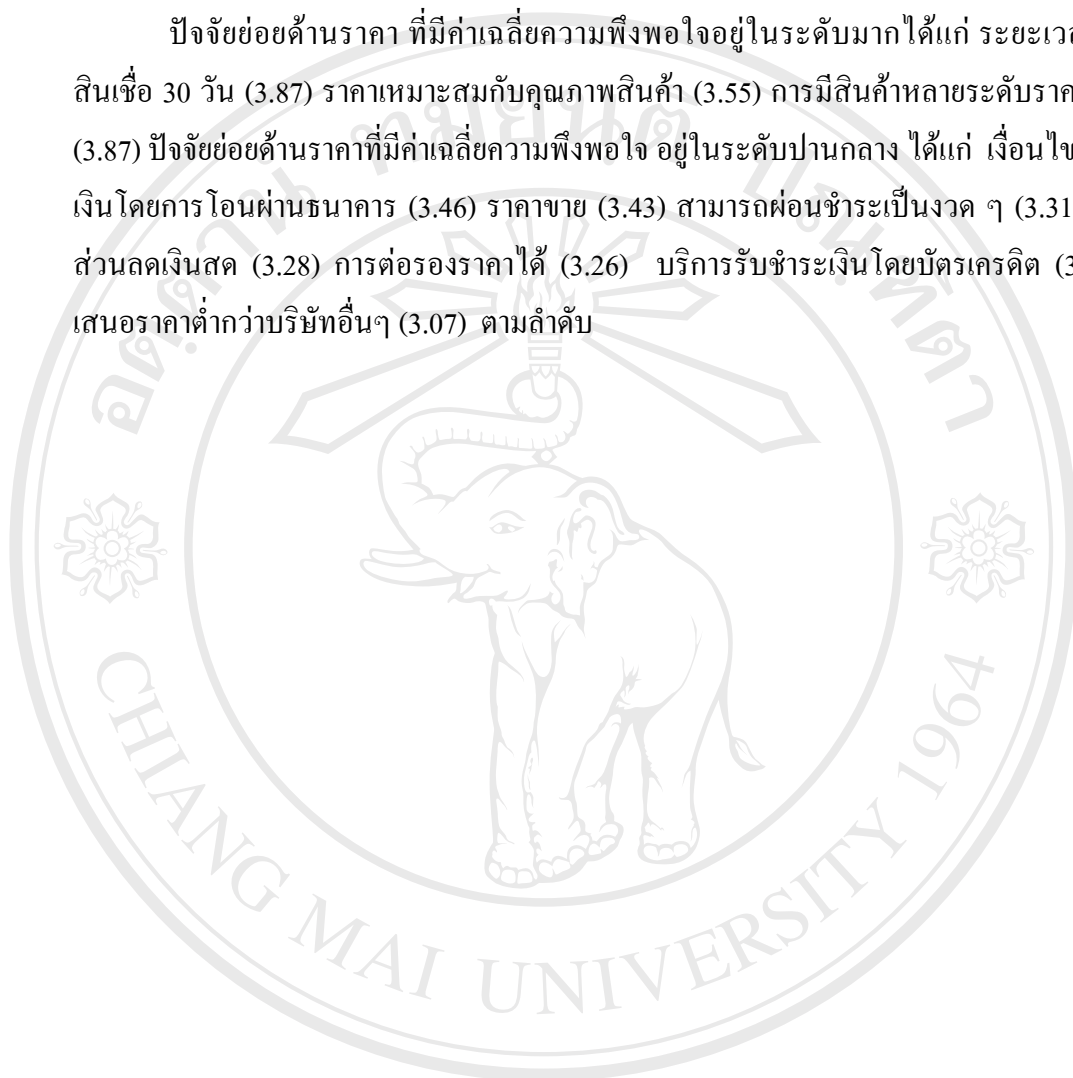
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ทราบ		
ราคาขาย	13 (4.48)	113 (38.97)	151 (52.07)	11 (3.79)	2 (0.69)	0	3.43	ปานกลาง
การต่อรองราคาได้	10 (3.45)	109 (37.59)	110 (37.93)	42 (14.48)	7 (2.41)	12	3.26	ปานกลาง
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	20 (6.9)	126 (43.45)	134 (46.21)	2 (0.69)	3 (1.03)	5	3.55	มาก
การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก	15 (5.17)	129 (44.48)	115 (39.66)	15 (5.17)	3 (1.03)	13	3.50	มาก
การให้ส่วนลดเงินสด	13 (4.48)	84 (28.97)	126 (43.45)	28 (9.66)	5 (1.72)	34	3.28	ปานกลาง
การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	11 (3.79)	65 (22.41)	142 (48.97)	53 (18.28)	7 (2.41)	12	3.07	ปานกลาง
เงื่อนไขการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร	21 (7.24)	85 (29.31)	106 (36.55)	13 (4.48)	4 (1.38)	61	3.46	ปานกลาง
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	57 (19.66)	148 (51.03)	57 (19.66)	9 (3.1)	6 (2.07)	13	3.87	มาก
สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ	14 (4.83)	56 (19.31)	75 (25.86)	14 (4.83)	9 (3.1)	122	3.31	ปานกลาง
บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต	6 (2.07)	46 (15.86)	74 (25.52)	24 (8.28)	5 (1.72)	135	3.15	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.39</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน (3.87) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.55) การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก (3.87) ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เงื่อนไขการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร (3.46) ราคาขาย (3.43) สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ (3.31) การให้ส่วนลดเงินสด (3.28) การต่อรองราคาได้ (3.26) บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต (3.15) การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ (3.07) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการ  
ตลาดด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า							ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ทราบ			
บริษัทมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก	10 (3.45)	88 (30.34)	80 (27.59)	8 (2.76)	0 (0)	104	3.54	มาก	
บรรยากาศภายในบริษัท เช่น การตกแต่ง สะอาด	6 (2.07)	59 (20.34)	82 (28.28)	8 (2.76)	0 (0)	135	3.41	ปานกลาง	
สถานที่จอดรถเพียงพอ	6 (2.07)	46 (15.86)	91 (31.38)	16 (5.52)	0 (0)	131	3.26	ปานกลาง	
ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	4 (1.38)	58 (20)	86 (29.66)	18 (6.21)	0 (0)	124	3.29	ปานกลาง	
บริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์	50 (17.24)	135 (46.55)	81 (27.93)	12 (4.14)	5 (1.72)	7	3.75	มาก	
บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	66 (22.76)	150 (51.72)	64 (22.07)	4 (1.38)	2 (0.69)	4	3.96	มาก	
สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ	45 (15.52)	133 (45.86)	88 (30.34)	8 (2.76)	4 (1.38)	12	3.74	มาก	
การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า	12 (4.14)	90 (31.03)	94 (32.41)	15 (5.17)	5 (1.72)	74	3.41	ปานกลาง	
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	55 (18.97)	150 (51.72)	69 (23.79)	10 (3.45)	4 (1.38)	2	3.84	มาก	
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.58</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
 ทางด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากได้แก่ บริษัทมี  
 บริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (3.96) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.84) บริษัทมีบริการ  
 เสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์ (3.75) สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ (3.74) บริษัทมีทำเลที่ตั้งที่  
 ติดต่อสะดวก (3.54) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง  
 ได้แก่ บรรยากาศภายในบริษัท เช่น การตกแต่ง สะอาด (3.41) การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่  
 หน่วยงานของลูกค้า (3.41) ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน (3.29) สถานที่จอดรถเพียงพอ (3.26)  
 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า							ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ทราบ			
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	6 (2.07)	65 (22.41)	65 (22.41)	41 (14.14)	19 (6.55)	94	2.99	ปานกลาง	
การลดราคาสินค้าประจำเดือน	13 (4.48)	66 (22.76)	71 (24.48)	42 (14.48)	16 (5.52)	82	3.09	ปานกลาง	
การแถมสินค้า เช่น ซีดีอาร์ เมาส์สก็อว์ เสื้อ	38 (13.1)	96 (33.1)	83 (28.62)	35 (12.07)	6 (2.07)	32	3.48	ปานกลาง	
การโฆษณาทางนิตยสาร	5 (1.72)	50 (17.24)	99 (34.14)	34 (11.72)	5 (1.72)	97	3.08	ปานกลาง	
การโฆษณาทางแผ่นพับโปสเตอร์	2 (0.69)	56 (19.31)	108 (37.24)	37 (12.76)	9 (3.1)	78	3.02	ปานกลาง	
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงาน	53 (18.28)	127 (43.79)	95 (32.76)	4 (1.38)	6 (2.07)	5	3.76	มาก	
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย	69 (23.79)	152 (52.41)	61 (21.03)	4 (1.38)	2 (0.69)	2	3.98	มาก	
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า	51 (17.59)	149 (51.38)	71 (24.48)	4 (1.38)	2 (0.69)	13	3.88	มาก	
การติดตามลูกค้าเป็นประจำ สม่ำเสมอ	50 (17.24)	137 (47.24)	85 (29.31)	4 (1.38)	5 (1.72)	9	3.79	มาก	
พนักงานขายมีความชำนาญและความรู้สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้าได้ดี	34 (11.72)	149 (51.38)	89 (30.69)	11 (3.79)	0 (0)	7	3.73	มาก	

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจของลูกค้า							ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่ทราบ			
การให้บริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์	38 (13.1)	124 (42.76)	93 (32.07)	14 (4.83)	0 (0)	21	3.69	มาก	
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ	40 (13.79)	139 (47.93)	88 (30.34)	0 (0)	0 (0)	23	3.82	มาก	
พนักงานมีบุคลิกภาพ และการแต่งกายที่ดี	23 (7.93)	129 (44.48)	77 (26.55)	4 (1.38)	2 (0.69)	55	3.71	มาก	
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.54</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.98) ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.88) พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ (3.82) การติดตามลูกค้าเป็นประจำสม่ำเสมอ (3.79) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงาน (3.76) พนักงานขายมีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้าได้ดี (3.73) พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี (3.71) การให้บริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ (3.69) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การแถมสินค้า เช่น ซีดีอาร์ เม้าส์สกอร์ เสื้อ (3.48) การลดราคาสินค้าประจำเดือน (3.09) การโฆษณาทางนิตยสาร (3.08) การโฆษณาทางแผ่นพับ ไปสเตอร์ (3.02) การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (2.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.83	มาก
ด้านราคา	3.39	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.58	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.54	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.83 รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.58 ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.54 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.39 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก้อปปีเท็กซ์ จำกัด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามประเภทของลูกค้า เพศ อายุและตำแหน่ง

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของลูกค้า

ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทของลูกค้า		
	องค์กรเอกชน	หน่วยงานราชการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตราที่หือ Laser Master/ Ink Master / Quali-Tek	3.58 (มาก)	3.74 (มาก)	3.66 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	3.79 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)
ความครบถ้วนของสินค้า	3.99 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)
ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์	3.56 (มาก)	3.66 (มาก)	3.61 (มาก)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.84 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)
ความสะอาดของสินค้า	3.94 (มาก)	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)
การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า	4.14 (มาก)	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)
คุณภาพของสินค้าเคลมจากการรับประกัน	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
บริษัทมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.82</b> <b>(มาก)</b>	<b>3.84</b> <b>(มาก)</b>	<b>3.83</b> <b>(มาก)</b>

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (4.14) ความครบถ้วนของสินค้า (3.99) และความสะอาดของสินค้า (3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของสินค้า (3.97) การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (3.96) และความครบถ้วนของสินค้า (3.89)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา  
จำแนกตามประเภทของลูกค้า

ด้านราคา	ประเภทของลูกค้า		
	องค์กรเอกชน	หน่วยงานราชการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
ราคาขาย	3.41 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การต่อรองราคาได้	3.25 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.55 (มาก)	3.55 (มาก)	3.55 (มาก)
การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก	3.52 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดเงินสด	3.18 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	3.05 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร	3.49 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	4.02 (มาก)	3.72 (มาก)	3.87 (มาก)
สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ	3.36 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต	3.25 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.41</b> (ปานกลาง)	<b>3.37</b> (ปานกลาง)	<b>3.39</b> (ปานกลาง)



จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน (4.02) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.55) และ การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก (3.52)

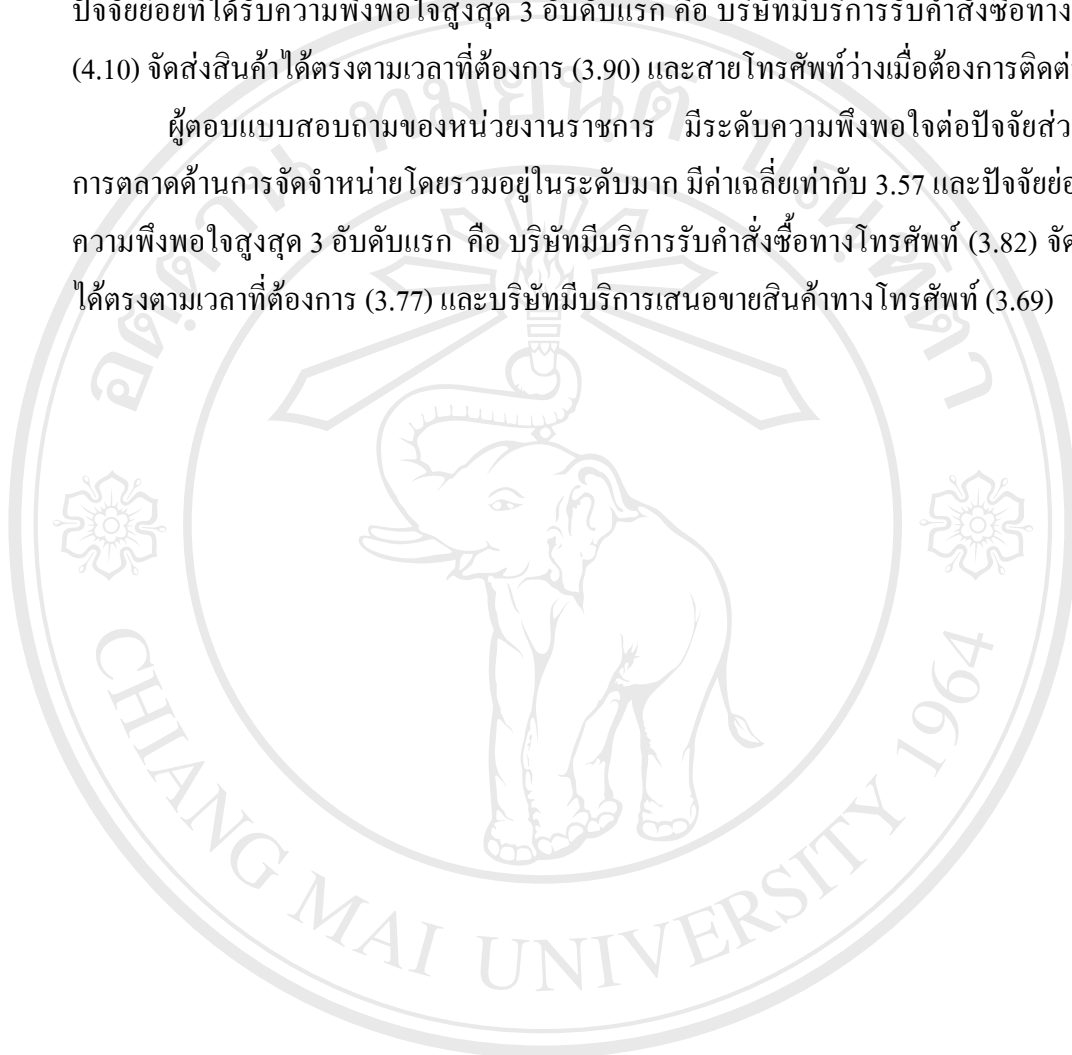
ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.72) การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก (3.48) และ ราคาขาย (3.44)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัด  
จำหน่าย จำแนกตามประเภทของลูกค้า

ด้านการจัดจำหน่าย	ประเภทของลูกค้า		
	องค์กรเอกชน	หน่วยงานราชการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก	3.59 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
บรรยากาศภายในบริษัท เช่น การ ตกแต่ง สะอาด	3.34 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.08 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	3.10 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
บริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทาง โทรศัพท์	3.82 (มาก)	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)
บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทาง โทรศัพท์	4.10 (มาก)	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)
สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ	3.86 (มาก)	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)
การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่ หน่วยงานของลูกค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	3.90 (มาก)	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.58</b> (มาก)	<b>3.57</b> (มาก)	<b>3.58</b> (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (4.10) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.90) และสายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ (3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (3.82) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.77) และบริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์ (3.69)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทของลูกค้า		
	องค์กรเอกชน	หน่วยงานราชการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	2.98 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
การลดราคาสินค้าประจำเดือน	3.09 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การแถมสินค้า เช่น ซีดีอาร์ มาส์ สก็อร์ เสื้อ	3.57 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางนิตยสาร	3.09 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางแผ่นพับ โปสเตอร์	3.13 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับ พนักงาน	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	3.76 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานชาย	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานส่งสินค้า	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)
การติดตามลูกค้าเป็นประจำ สม่ำเสมอ	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)
พนักงานชายมีความชำนาญและ ความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและ ประโยชน์ของสินค้าได้ดี	3.76 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)
การให้บริการให้คำปรึกษาทาง โทรศัพท์	3.81 (มาก)	3.56 (มาก)	3.69 (มาก)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้ำต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของลูกค้ำ (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทของลูกค้ำ		
	องค์กรเอกชน	หน่วยงานราชการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.82 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกาย ที่ดี	3.73 (มาก)	3.68 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.59</b> (มาก)	<b>3.49</b> (ปานกลาง)	<b>3.54</b> (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามขององค์กรเอกชน มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (4.07) ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.89) และ การติดตามลูกค้ำเป็นประจำ สม่ำเสมอ (3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามของหน่วยงานราชการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.89) ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.87) และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ (3.79)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามประเภทของลูกค้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.82	(มาก)	3.84	(มาก)
ด้านราคา	3.41	(ปานกลาง)	3.37	(ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.58	(มาก)	3.57	(มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.59	(มาก)	3.49	(ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.82 รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.59 ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.58 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.84 รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.57 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.49 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตรายี่ห้อ Laser Master/ Ink Master / Quali-Tek	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)
ความครบถ้วนของสินค้า	3.77 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)
ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์	3.62 (มาก)	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)
ความสะอาดของสินค้า	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)
การรับประกันหรือรับประกันสินค้า	3.89 (มาก)	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)
คุณภาพของสินค้าเคลมจากการ รับประกัน	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)	3.88 (มาก)
บริษัทมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และปัจจัยย่อยที่  
ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของสินค้า (3.95) การรับเปลี่ยนหรือ  
รับประกันสินค้า (3.89) และ คุณภาพของสินค้าเคลมจากการรับประกัน (3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน  
ผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด  
3 อันดับแรก คือ การรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (4.12) ความครบถ้วนของสินค้า (4.02) และ  
ความสะอาดของสินค้า (3.95)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา  
จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาขาย	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การต่อรองราคาได้	3.11 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	3.53 (มาก)	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)
การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก	3.34 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดเงินสด	3.24 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัทอื่นๆ	3.06 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร	3.41 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)
สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ	3.07 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
บริการรับชำระเงินโดยบัตรเครดิต	2.75 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.28</b> (ปานกลาง)	<b>3.44</b> (ปานกลาง)	<b>3.39</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และปัจจัยย่อยที่  
ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน (3.86) ราคาเหมาะสม  
กับคุณภาพสินค้า (3.53) และราคาขาย (3.43)

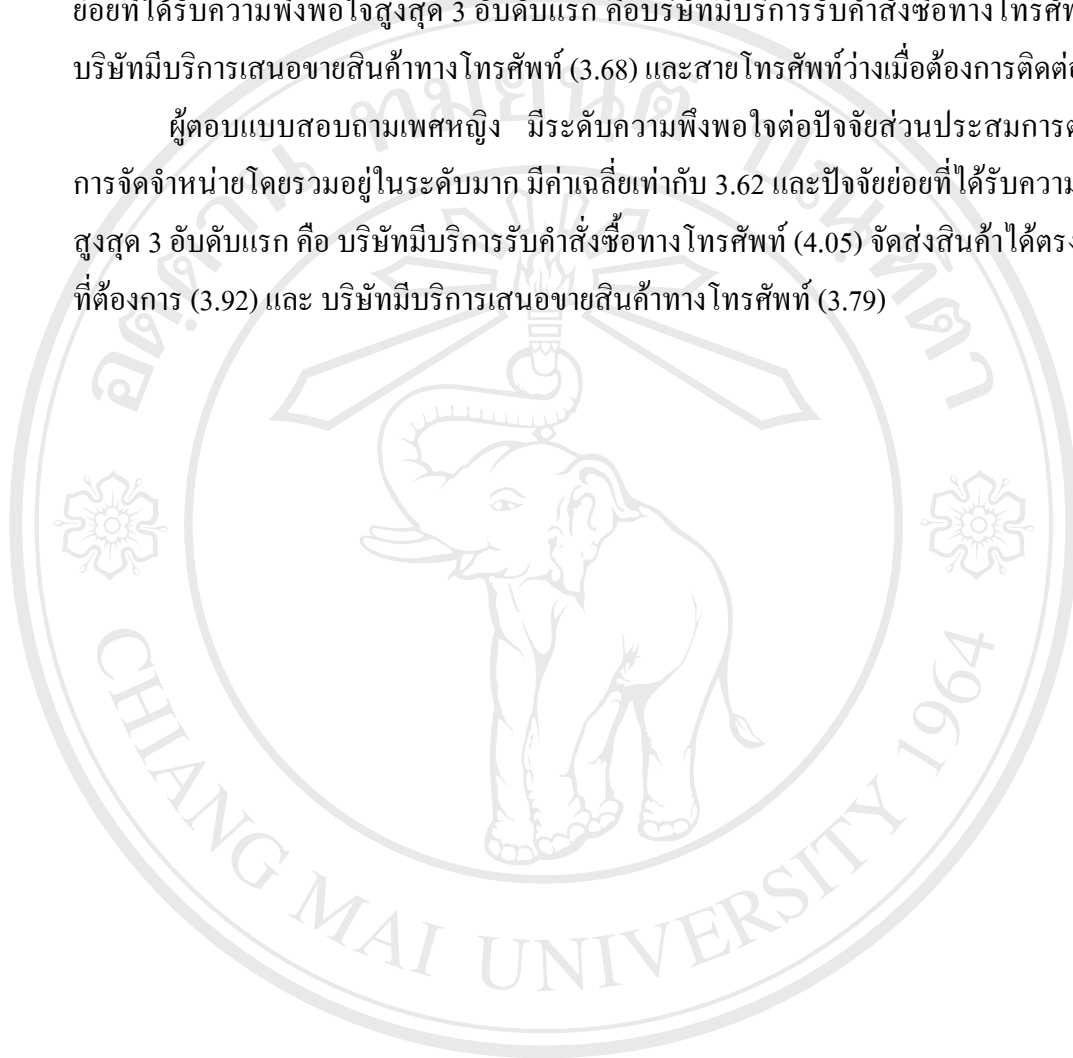
ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน  
ราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ  
สูงสุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน (3.87) การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก  
(3.58) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.56)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัด  
จำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อสะดวก	3.43 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.54 (มาก)
บรรยากาศภายในบริษัท เช่น การ ตกแต่ง สะอาด	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	3.25 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
บริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทาง โทรศัพท์	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)
บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทาง โทรศัพท์	3.76 (มาก)	4.05 (มาก)	3.96 (มาก)
สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ	3.68 (มาก)	3.77 (มาก)	3.74 (มาก)
การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่ หน่วยงานของลูกค้า	3.30 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	3.66 (มาก)	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.49</b> (ปานกลาง)	<b>3.62</b> (มาก)	<b>3.58</b> (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และปัจจัย  
 ย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือบริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (3.76)  
 บริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์ (3.68) และสายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ (3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน  
 การจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจ  
 สูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (4.05) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา  
 ที่ต้องการ (3.92) และ บริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์ (3.79)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	2.78 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
การลดราคาสินค้าประจำเดือน	2.87 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การแถมสินค้า เช่น ซีดีอาร์ เมาส์สก็อว์ เสื้อ	3.24 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางนิตยสาร	3.02 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางแผ่นพับ โปสเตอร์	2.86 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับ พนักงาน	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานชาย	3.90 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของ พนักงานส่งสินค้า	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)
การติดตามลูกค้าเป็นประจำ สม่ำเสมอ	3.74 (มาก)	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)
พนักงานชายมีความชำนาญและ ความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและ ประโยชน์ของสินค้าได้ดี	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)
การให้บริการให้คำปรึกษาทาง โทรศัพท์	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกาย ที่ดี	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.44</b> (ปานกลาง)	<b>3.59</b> (มาก)	<b>3.54</b> (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานชาย (3.90) พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ (3.77) และความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานชาย (4.02) ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.94) และ พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ (3.84)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตาม  
เพศ

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	เพศชาย		เพศหญิง	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.80	มาก	3.84	มาก
ด้านราคา	3.28	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.49	ปานกลาง	3.62	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.44	ปานกลาง	3.59	มาก

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.80 รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.49 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.44 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.28 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.84 รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.62 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากเท่ากับ 3.59 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตรายี่ห้อ Laser Master/ Ink Master / Quali-Tek	3.61 (มาก)	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)
ความครบถ้วนของสินค้า	4.02 (มาก)	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)	3.94 (มาก)
ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์	3.51 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.61 (มาก)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.82 (มาก)	3.92 (มาก)	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)
ความสะอาดของสินค้า	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	3.95 (มาก)
การรับประกันหรือรับประกัน สินค้า	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	4.05 (มาก)
คุณภาพของสินค้าเคลมจาก การรับประกัน	3.95 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
บริษัทมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.62 (มาก)	3.68 (มาก)	3.89 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.82</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3.85</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)



จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (4.13) ความครบถ้วนของสินค้า (4.02) และ คุณภาพของสินค้ากลมจากการรับประกัน (3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (4.00) ความสะอาดของสินค้า (4.00) และความครบถ้วนของสินค้า (3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของสินค้า (4.06) การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (3.96) และ คุณภาพของสินค้ากลมจากการรับประกัน (3.89)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา  
จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ			
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาขาย	3.44 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การต่อรองราคาได้	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สินค้า	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
การมีสินค้าหลายระดับราคา ให้เลือก	3.59 (มาก)	3.52 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดเงินสด	3.31 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัท อื่นๆ	3.14 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการชำระเงินโดยการ โอนผ่านธนาคาร	3.37 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	3.94 (มาก)	3.91 (มาก)	3.69 (มาก)	3.87 (มาก)
สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ	3.44 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
บริการรับชำระเงิน โดยบัตร เครดิต	3.29 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.44</b> (ปานกลาง)	<b>3.41</b> (ปานกลาง)	<b>3.27</b> (ปานกลาง)	<b>3.39</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน (3.94) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.63) และการมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก (3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน (3.91) เงื่อนไขการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร (3.67) และการมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก (3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน (3.69) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.46) และเงื่อนไขการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร (3.37)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการจัด  
จำหน่าย จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ			
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทมีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อดี	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
บรรยากาศภายในบริษัท เช่น การตกแต่ง สะอาด	3.42 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.13 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	3.20 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
บริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์	3.88 (มาก)	3.61 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)
บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	4.07 (มาก)	3.81 (มาก)	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)
สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)
การขอพบเพื่อให้รายละเอียดที่หน่วยงานของลูกค้า	3.43 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ	3.81 (มาก)	3.81 (มาก)	3.93 (มาก)	3.84 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.58</b> (มาก)	<b>3.60</b> (มาก)	<b>3.56</b> (มาก)	<b>3.58</b> (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (4.07) บริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์ (3.88) และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (3.81) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.81) และ สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ (3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (3.93) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.93) และ สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ (3.81)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการ  
ส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ (ลูกค้าองค์กรเอกชน)			
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	2.91 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
การลดราคาสินค้าประจำเดือน	3.16 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การแถมสินค้า เช่น ซีดาร์ เมาส์สกอว์ เสื้อ	3.60 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางนิตยสาร	3.24 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางแผ่นพับ โปสเตอร์	3.17 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
ความสะดวกรวดเร็วในการ ติดต่อกับพนักงาน	3.69 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงานชาย	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	4.06 (มาก)	3.98 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ ของพนักงานส่งสินค้า	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)
การติดตามลูกค้าเป็นประจำ สม่ำเสมอ	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)
พนักงานชายมีความชำนาญ และความรู้ สามารถอธิบายถึง คุณภาพและประโยชน์ของ สินค้าได้ดี	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ (ลูกค้าองค์กรเอกชน)			
	21-30 ปี	31-40 ปี	41-60 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์	3.79 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ	3.86 (มาก)	3.70 (มาก)	3.90 (มาก)	3.82 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.57</b> (มาก)	<b>3.54</b> (มาก)	<b>3.50</b> (มาก)	<b>3.54</b> (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานชาย (3.98) พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ (3.86) และความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.96) ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานชาย (3.92) และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงาน (3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานชาย (3.50)

พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ (3.90) และความสุขภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.89)

**ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามอายุ**

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	อายุ 21-30 ปี		อายุ 31-40 ปี		อายุ 41-60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.82	มาก	3.83	มาก	3.85	มาก
ด้านราคา	3.44	ปานกลาง	3.41	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.58	มาก	3.60	มาก	3.56	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57	มาก	3.54	มาก	3.50	มาก

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.82 รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.58 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.57 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.44 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.83 รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.60 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.54 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.85 รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.56 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากเท่ากับ 3.50 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.27 ตามลำดับ



ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้าน  
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่ง

ด้านผลิตภัณฑ์	ตำแหน่ง			
	ผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ	พนักงานทั่วไป/ เจ้าหน้าที่	เจ้าหน้าที่ คอมพิวเตอร์	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ตรายี่ห้อ Laser Master/ Ink Master / Quali-Tek	3.69 (มาก)	3.55 (มาก)	3.86 (มาก)	3.66 (มาก)
คุณภาพของสินค้า	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)	4.12 (มาก)	3.84 (มาก)
ความครบถ้วนของสินค้า	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	4.06 (มาก)	3.94 (มาก)
ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์	3.55 (มาก)	3.53 (มาก)	3.84 (มาก)	3.59 (มาก)
การมีสินค้าพร้อมขาย	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)
ความสะอาดของสินค้า	3.85 (มาก)	3.97 (มาก)	4.14 (มาก)	3.95 (มาก)
การรับประกันหรือรับประกัน สินค้า	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)
คุณภาพของสินค้าเคลมจาก การรับประกัน	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)
บริษัทมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.81</b> (มาก)	<b>3.80</b> (มาก)	<b>3.95</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (4.05) ความครบถ้วนของสินค้า (3.93) และคุณภาพของสินค้าเคลมจากการรับประกัน (3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (4.03) ความสะอาดของสินค้า (3.97) และความครบถ้วนของสินค้า (3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของสินค้า (4.14) คุณภาพของสินค้า (4.12) และการปรับเปลี่ยนหรือรับประกันสินค้า (4.11)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา  
จำแนกตามตำแหน่ง

ด้านราคา	ตำแหน่ง			
	ผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ	พนักงานทั่วไป/ เจ้าหน้าที่	เจ้าหน้าที่ คอมพิวเตอร์	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาขาย	3.34 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
การต่อรองราคาได้	3.14 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สินค้า	3.50 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)
การมีสินค้าหลายระดับราคา ให้เลือก	3.43 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดเงินสด	3.34 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
การเสนอราคาต่ำกว่าบริษัท อื่นๆ	2.96 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
เงื่อนไขการชำระเงินโดยการ โอนผ่านธนาคาร	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)
สามารถผ่อนชำระเป็นงวด ๆ	3.22 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
บริการรับชำระเงินโดยบัตร เครดิต	3.02 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.33</b> (ปานกลาง)	<b>3.43</b> (ปานกลาง)	<b>3.43</b> (ปานกลาง)	<b>3.39</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน(3.93) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.50) และการมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก (3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 30 วัน(3.91) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.57) และการมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก (3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ เงื่อนไขการชำระเงินโดยการโอนผ่านธนาคาร (3.72) ราคาขาย (3.68) และราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (3.64)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการ  
จัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่ง

ด้านการจัดจำหน่าย	ตำแหน่ง			
	ผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ	พนักงานทั่วไป/ เจ้าหน้าที่	เจ้าหน้าที่ คอมพิวเตอร์	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริษัทที่มีทำเลที่ตั้งที่ติดต่อกัน	3.36 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.53 (มาก)
บรรยากาศภายในบริษัท เช่น การตกแต่ง สะอาด	3.34 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถเพียงพอ	3.08 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)
ป้ายชื่อบริษัทเห็นได้ชัดเจน	3.10 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
บริษัทมีบริการเสนอขาย สินค้าทางโทรศัพท์	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.59 (มาก)	3.75 (มาก)
บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อ ทางโทรศัพท์	3.96 (มาก)	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)
สายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการ ติดต่อ	3.70 (มาก)	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)
การขอพบเพื่อให้รายละเอียด ที่หน่วยงานของลูกค้า	3.35 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ ต้องการ	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)	3.84 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.50</b> (มาก)	<b>3.65</b> (มาก)	<b>3.61</b> (มาก)	<b>3.58</b> (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (3.96) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.79) และบริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์ (3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (3.98) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.91) และบริษัทมีบริการเสนอขายสินค้าทางโทรศัพท์ (3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ (3.94) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลาที่ต้องการ (3.80) และสายโทรศัพท์ว่างเมื่อต้องการติดต่อ (3.77)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่ง			
	ผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ	พนักงานทั่วไป/ เจ้าหน้าที่	เจ้าหน้าที่ คอมพิวเตอร์	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	2.91 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
การลดราคาสินค้าประจำเดือน	3.05 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การแถมสินค้า เช่น ซิตีอาร์ เมาส์ สกอว์ เสื้อ	3.46 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางนิตยสาร	3.07 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
การโฆษณาทางแผ่นพับ โปสเตอร์	2.99 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงาน	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	3.92 (มาก)	3.75 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานชาย	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.98 (มาก)
ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)
การติดตามลูกค้าเป็นประจำสม่ำเสมอ	3.84 (มาก)	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)
พนักงานชายมีความชำนาญและ ความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพ และประโยชน์ของสินค้าได้ดี	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)	3.90 (มาก)	3.73 (มาก)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่ง (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่ง			
	ผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ	พนักงานทั่วไป/ เจ้าหน้าที่	เจ้าหน้าที่ คอมพิวเตอร์	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้บริการให้คำปรึกษา ทางโทรศัพท์	3.65 (มาก)	3.65 (มาก)	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)
พนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ	3.86 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)
พนักงานมีบุคลิกภาพและการ แต่งกายที่ดี	3.77 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.53</b> (มาก)	<b>3.52</b> (มาก)	<b>3.62</b> (มาก)	<b>3.54</b> (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานชาย (3.99) ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.90) และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ (3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานชาย (4.00) ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานส่งสินค้า (3.89) และพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือ (3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับ



พนักงาน (3.92) ความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย (3.91) และพนักงานขายมีความชำนาญและความรู้ สามารถอธิบายถึงคุณภาพและประโยชน์ของสินค้าได้ดี (3.90)

**ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาด จำแนกตามตำแหน่ง**

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ		พนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่		เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.81	มาก	3.80	มาก	3.95	มาก
ด้านราคา	3.33	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.50	มาก	3.65	มาก	3.61	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53	มาก	3.52	มาก	3.62	มาก

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.81 รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.53 ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.50 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งพนักงานทั่วไป / เจ้าหน้าที่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.80 รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.65 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.52 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.43 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.95 รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.62 ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก เท่ากับ 3.61 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.43 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของบริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าไม่มีคุณภาพ	12	8.22	13	9.03	25	8.62
สินค้าชำรุดเสียหาย	10	6.85	11	7.64	21	7.24
สินค้าขาดตลาด	20	13.70	11	7.64	31	10.69
สินค้ามีให้เล็กน้อย	24	16.44	21	14.58	45	15.52
บรรจุภัณฑ์ลำสมัย	6	4.11	4	2.78	10	3.45
สินค้าหมดอายุ	2	1.37	0	0.00	2	0.69
บรรจุภัณฑ์ไม่สะอาด	0	0.00	0	0.00	0	0.00
บริษัทไม่น่าเชื่อถือ	0	0.00	0	0.00	0	0.00
การเคลมสินค้าใช้เวลานาน	9	6.16	11	7.64	20	6.90
สินค้าเคลมไม่ได้คุณภาพ	8	5.48	7	4.86	15	5.17
ไม่พบปัญหา	73	50.00	87	60.42	160	55.17

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย

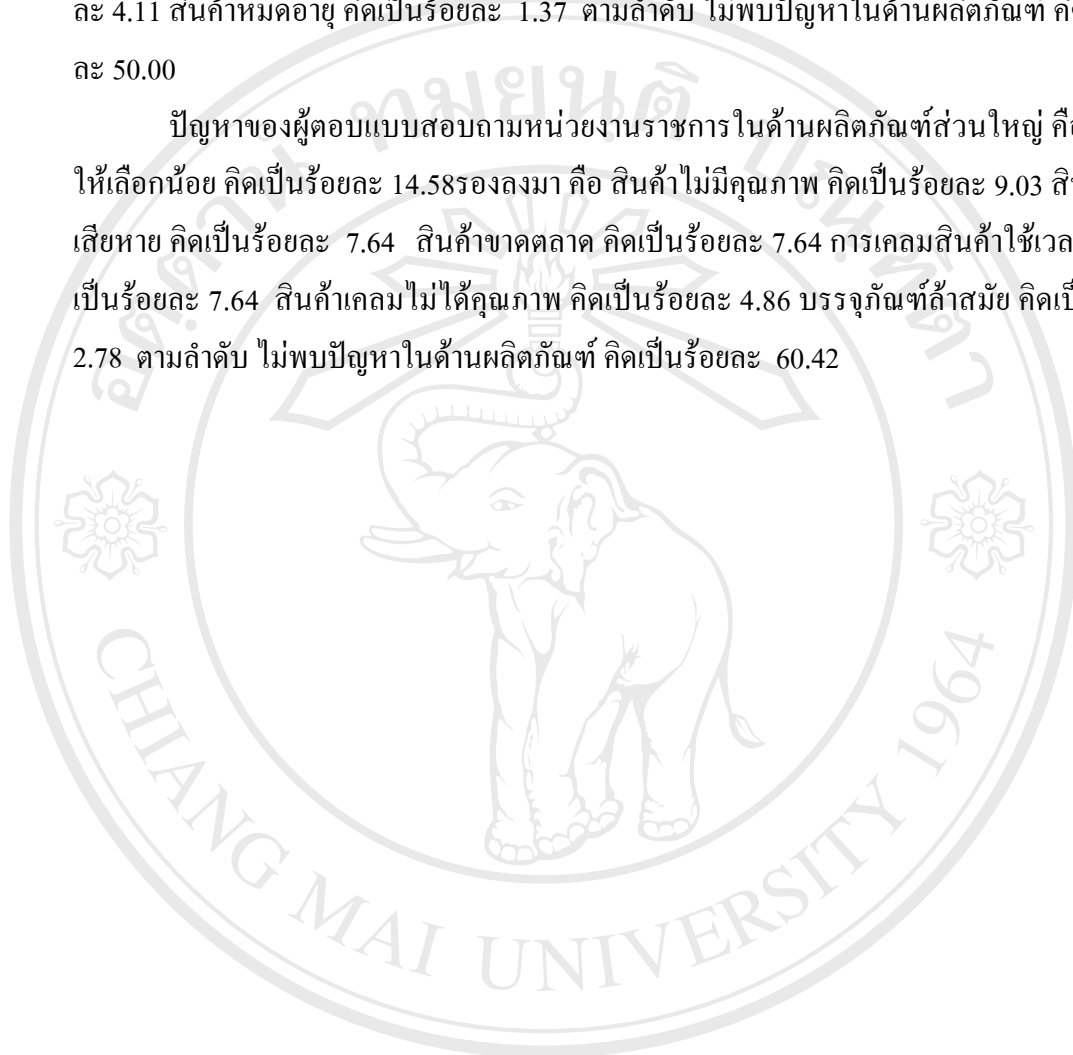
ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 46 พบว่าปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ คือ สินค้ามีให้เล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 15.52 รองลงมา คือ สินค้าขาดตลาด คิดเป็นร้อยละ 10.69 สินค้าไม่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.62 สินค้าชำรุดเสียหาย คิดเป็นร้อยละ 7.24 การเคลมสินค้าใช้เวลานาน คิดเป็นร้อยละ 6.90 สินค้าเคลมไม่ได้คุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 5.17 บรรจุภัณฑ์ลำสมัย คิดเป็นร้อยละ 3.45 สินค้าหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 0.69 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 55.17

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนในด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ คือ สินค้ามีให้เล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 16.44 รองลงมา คือ สินค้าขาดตลาด คิดเป็นร้อยละ 13.70 สินค้าไม่มี

คุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.22 สินค้าชำรุดเสียหาย คิดเป็นร้อยละ 6.85 การเคลมสินค้าใช้เวลานาน คิดเป็นร้อยละ 6.16 สินค้าเคลมไม่ได้คุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 5.48 บรรจุก้นท์ล่าสมัย คิดเป็นร้อยละ 4.11 สินค้าหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 1.37 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 50.00

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการในด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ คือ สินค้ามีให้เล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.58รองลงมา คือ สินค้าไม่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 9.03 สินค้าชำรุดเสียหาย คิดเป็นร้อยละ 7.64 สินค้าขาดตลาด คิดเป็นร้อยละ 7.64 การเคลมสินค้าใช้เวลานาน คิดเป็นร้อยละ 7.64 สินค้าเคลมไม่ได้คุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 4.86 บรรจุก้นท์ล่าสมัย คิดเป็นร้อยละ 2.78 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 60.42



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ด้านราคา	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาขายไม่คงที่	21	14.38	24	16.67	45	15.52
ไม่แจ้งราคาให้ชัดเจน	10	6.85	8	5.56	18	6.21
ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก	53	36.30	31	21.53	84	28.97
ราคาแพงกว่าที่อื่นๆ	27	18.49	37	25.69	64	22.07
ไม่มีส่วนลดเงินสด	20	13.70	16	11.11	36	12.41
การชำระเงินยุ่งยาก	0	0.00	2	1.39	2	0.69
ระยะเวลาให้สินเชื่อสั้นไป	11	7.53	6	4.17	17	5.86
ระยะเวลาให้สินเชื่อนานไป	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ไม่สามารถผ่อนชำระได้	5	3.42	5	3.47	10	3.45
ไม่มีบริการชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต	6	4.11	0	0.00	6	2.07
ไม่พบปัญหา	54	36.99	65	45.14	119	41.03

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย

ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 47 พบว่า ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านราคา ส่วนใหญ่ คือ ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก คิดเป็นร้อยละ 28.97 รองลงมา คือ ราคาแพงกว่าที่อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 22.07 ราคาขายไม่คงที่ คิดเป็นร้อยละ 15.52 ไม่มีส่วนลดเงินสด คิดเป็นร้อยละ 12.41 ไม่แจ้งราคาให้ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 6.21 ระยะเวลาให้สินเชื่อสั้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.86 ไม่สามารถผ่อนชำระได้ คิดเป็นร้อยละ 3.45 ไม่มีบริการชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 2.07 และการชำระเงินยุ่งยากคิดเป็นร้อยละ 0.69 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 41.03

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนในด้านราคา ส่วนใหญ่ คือ ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก คิดเป็นร้อยละ 36.30 รองลงมา คือ ราคาแพงกว่าที่อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 18.49 ราคาขายไม่คงที่ คิดเป็นร้อยละ 14.38 ไม่มีส่วนลดเงินสด คิดเป็นร้อยละ 13.70 ระยะเวลาให้สินเชื่อสั้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.53 ไม่แจ้งราคาให้ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 6.85 ไม่มีบริการชำระค่าสินค้าผ่านบัตร

เครดิต คิดเป็นร้อยละ 4.11 ไม่สามารถผ่อนชำระได้ คิดเป็นร้อยละ 3.42 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 36.99

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการในด้านราคา ส่วนใหญ่ คือ ราคาแพงกว่าที่อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 25.69 รองลงมา คือ ต่อรองราคาสินค้าได้ไม่มาก คิดเป็นร้อยละ 21.53 ราคาขายไม่คงที่ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ไม่มีส่วนลดเงินสด คิดเป็นร้อยละ 11.11 ไม่แจ้งราคาให้ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 5.56 ระยะเวลาให้สินเชื่อสั้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.17 ไม่สามารถผ่อนชำระได้ คิดเป็นร้อยละ 3.47 การชำระเงินยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 1.39 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 45.14



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการจัด  
จำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้งของบริษัทไม่สะดวก	10	6.85	10	6.94	20	6.90
บรรยากาศภายในบริษัทไม่อบอุ่น	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ไม่มีที่จอดรถ	2	1.37	2	1.39	4	1.38
ป้ายบริษัทไม่ชัดเจน	4	2.74	4	2.78	8	2.76
การส่งของล่าช้า	12	8.22	9	6.25	21	7.24
การส่งของไม่ครบจำนวน	12	8.22	2	1.39	14	4.83
การส่งของผิดรุ่น	6	4.11	4	2.78	10	3.45
พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย	14	9.59	4	2.78	18	6.21
ไม่มี Website	9	6.16	5	3.47	14	4.83
ไม่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง Internet	13	8.90	6	4.17	19	6.55
ไม่พบปัญหา	91	62.33	110	76.39	201	69.31

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย

ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 48 พบว่า ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ คือ การส่งของล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 7.24 รองลงมา คือ สถานที่ตั้งของบริษัทไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 6.90 ไม่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง Internet คิดเป็นร้อยละ 6.55 พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.21 การส่งของไม่ครบจำนวน คิดเป็นร้อยละ 4.83 ไม่มี Website คิดเป็นร้อยละ 4.83 การส่งของผิดรุ่น คิดเป็นร้อยละ 3.45 ป้ายบริษัทไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 2.76 ไม่มีที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 1.38 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 69.31

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนในด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ คือ พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.59 รองลงมา คือ ไม่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง Internet คิดเป็นร้อยละ 8.90 การส่งของล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 8.22 การส่งของไม่ครบจำนวน คิดเป็น

ร้อยละ 8.22 สถานที่ตั้งของบริษัทไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 6.85 ไม่มี Website คิดเป็นร้อยละ 6.16 การส่งของผิดรุ่น คิดเป็นร้อยละ 4.11 ป้ายบริษัทไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 2.74 ไม่มีที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 1.37 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 62.33

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการในด้านการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ คือ สถานที่ตั้งของบริษัทไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 6.94 รองลงมา คือ การส่งของล่าช้า คิดเป็นร้อยละ 6.25 ไม่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง Internet คิดเป็นร้อยละ 4.17 ไม่มี Website คิดเป็นร้อยละ 3.47 ป้ายบริษัทไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 2.78 การส่งของผิดรุ่น คิดเป็นร้อยละ 2.78 พนักงานให้บริการมีจำนวนน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.78 ไม่มีที่จอดรถ คิดเป็นร้อยละ 1.39 การส่งของไม่ครบจำนวน คิดเป็นร้อยละ 1.39 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 76.39

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริม  
การตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	78	53.42	77	53.47	155	53.45
การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและการให้บริการ	38	26.03	17	11.81	55	18.97
การส่งเสริมการขายด้วยการลดแลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ	39	26.71	21	14.58	60	20.69
พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน	8	5.48	10	6.94	18	6.21
พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่มีความสุภาพในการให้บริการ	2	1.37	2	1.39	4	1.38
พนักงานมีบุคลิกภาพ การแต่งกายที่ไม่เหมาะสม	6	4.11	0	0.00	6	2.07
จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	4	2.74	2	1.39	6	2.07
พนักงานไม่มีความคล่องแคล่วในการปฏิบัติงาน	0	0.00	0	0.00	0	0.00
พนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	13	8.90	7	4.86	20	6.90



ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	องค์กรเอกชน		หน่วยงานราชการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์	0	0.00	2	1.39	2	0.69
ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จใช้เวลานาน กระบวนการให้บริการยุ่งยาก	6	4.11	2	1.39	8	2.76
ไม่พบปัญหา	48	32.88	57	39.58	105	36.21

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนจำนวน 146 ราย  
ผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการจำนวน 144 ราย

จากตารางที่ 49 พบว่า ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 53.45 รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 20.69 การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้านำทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 18.97 พนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 6.90 พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 6.21 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จใช้เวลานาน กระบวนการให้บริการยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 2.76 พนักงานมีบุคลิกภาพ การแต่งกายที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 2.07 จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 2.07 พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่มีความสุภาพในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 1.38 และพนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์คิดเป็นร้อยละ 0.69 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 36.21

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามองค์กรเอกชนในด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 53.42 รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 26.71 การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้านำทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 26.03 พนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 8.90 พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ให้คำแนะนำและ

คำปรึกษาไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 5.48 พนักงานมีบุคลิกภาพ การแต่งกายที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 4.11 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จใช้เวลานาน กระบวนการให้บริการยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 4.11 จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 2.74 พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่มีความสุภาพในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 1.37 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 32.88

ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามหน่วยงานราชการในด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 53.47 รองลงมาคือ การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม ไม่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 14.58 การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 11.81 พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 6.94 พนักงานไม่สามารถให้บริการและแก้ปัญหาของลูกค้าอย่างรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 4.86 พนักงานไม่มีมนุษยสัมพันธ์ ไม่มีความสุภาพในการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 1.39 จำนวนพนักงานอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 1.39 พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ คิดเป็นร้อยละ 1.39 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานจนแล้วเสร็จใช้เวลานาน กระบวนการให้บริการยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 1.39 ตามลำดับ ไม่พบปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 39.58

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด มี ดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

- บรรจุภัณฑ์เหมือนกันทุกรุ่น ทั้งขนาดและสี ทำให้ยากแก่การใช้ โดยเฉพาะรุ่นเดียวกัน แต่คนละสี ควรมีการระบุรุ่นของปรินเตอร์และรุ่นของหมึกปรินเตอร์ แยกสีดำ และสี ให้ชัดเจน
- ควรมีการขายสินค้าที่มีขายตามร้านขายหมึกทั่วไป เช่น หมึกแท็งค์ หมึกเติม ฯลฯ

#### ด้านราคา

- ราคาสินค้าแพงกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ ขอให้ลดราคารุ่นหมึกของปรินเตอร์ที่ล้ำสมัยลงบ้าง
- ควรแจ้งราคาแก่ลูกค้า โดยการแจกเอกสารรายละเอียดของรุ่นปรินเตอร์และราคาทุก ๆ เดือน

#### ด้านการจัดจำหน่าย

- กรณีส่งสินค้าไม่ครบตามคำสั่งซื้อ ควรมีเอกสารใบคำสั่งส่งและโทรแจ้งลูกค้าทุกครั้ง
- บริษัท ก๊อปปี้เทคซ์ จำกัด ควรมีการสั่งซื้อและดูรุ่นของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ทาง Website

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ควรทำการเปลี่ยนของแถมเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี และสามารถใช้งานได้นาน
- ควรมีการแจ้งยอดสะสมให้แก่ลูกค้าทราบทุกครั้ง หรือเป็นประจำทุกเดือน