

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงพิมพ์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ สำเนาแบบดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงพิมพ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน นำเสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล (ตารางที่ 7-15)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงพิมพ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 16-20)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด (ตารางที่ 21-24)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัลของผู้ประกอบการโรงพิมพ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียนการค้า ระยะเวลาดำเนินกิจการ ทุนจดทะเบียนของกิจการ ตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ เพศ และอายุ (ตารางที่ 25-54)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียนการค้า

รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียนการค้า	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทจำกัด	8	16.0
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	12	24.0
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	17	34.0
กิจการเจ้าของคนเดียว	13	26.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียนการค้าเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ อื่น ได้แก่กิจการเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 26.0 ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ร้อยละ 24.0 และบริษัทจำกัด ร้อยละ 16.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการโรงพิมพ์

ระยะเวลาดำเนินกิจการโรงพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 ปี	2	4.0
3-5 ปี	20	40.0
6-10 ปี	3	6.0
11 ปีขึ้นไป	25	50.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาดำเนินกิจการโรงพิมพ์มากที่สุดคือ 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ 3-5 ปี ร้อยละ 40.0 6-10 ปี ร้อยละ 6.0 และไม่เกิน 2 ปี ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ทุนจดทะเบียนของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	35	70.0
2-5 ล้านบาท	14	28.0
9 ล้านบาทขึ้นไป	1	2.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทุนจดทะเบียนของกิจการ ไม่เกิน 1 ล้านบาท ร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ 2-5 ล้านบาท ร้อยละ 28.0 และ 9 ล้านบาทขึ้นไป ร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหรือผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัลของ โรงพิมพ์

ตำแหน่งหรือผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ สำเนาระบบดิจิทัลของโรงพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
กรรมการผู้จัดการ	6	12.0
ผู้จัดการทั่วไป	6	12.0
เจ้าของกิจการ	34	68.0
คณะกรรมการบริหาร	4	8.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่งหรือผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัลของโรงพิมพ์ คือ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 12.0 และอื่นๆ ได้แก่ คณะกรรมการบริหาร ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	33	66.0
หญิง	17	34.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 66.0 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 34.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	8	16.0
31-35 ปี	13	26.0
36-40 ปี	13	26.0
41 ปีขึ้นไป	16	32.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ 31-35 ปี และ 36-40 ปี เท่ากัน ร้อยละ 26.0 และไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 16.0

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล

วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเครื่องพิมพ์สำเนา ระบบดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
ใช้สำหรับพิมพ์งานด่วน	23	46.0
ใช้งานง่าย	14	28.0
ต้นทุนในการผลิตต่ำ	13	26.0
อื่นๆ	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล คือ ใช้สำหรับพิมพ์งานด่วน ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ ใช้งานง่าย ร้อยละ 28.0 และ ต้นทุนในการผลิตต่ำ ร้อยละ 26.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โอกาสที่เห็นว่าเหมาะสมกับการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล

โอกาสที่เห็นว่าเหมาะสมกับการซื้อเครื่องพิมพ์ สำเนาแบบดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
งานแสดงสินค้า	2	4.0
ช่วงใกล้เทศกาล	5	10.0
ความพร้อมทางการเงิน	34	68.0
อื่นๆ	9	18.0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ความเหมาะสมของงาน , Promotion (3) ช่วงใกล้เปิดเทอม (4 ราย)  
ของเก่าชำรุด (2 ราย)

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นว่าโอกาสที่เหมาะสมกับการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล คือ ความพร้อมทางการเงิน ร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ อื่นๆ ร้อยละ 18.0 ช่วงใกล้เทศกาล ร้อยละ 10.0 และงานแสดงสินค้า ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนา ระบบดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหาร	12	24.0
เจ้าของกิจการ	28	56.0
ช่างพิมพ์งาน	22	44.0
อื่นๆ	7	14.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 50 ราย

อื่นๆ ได้แก่ คนในครอบครัว (2 ราย) จำนวนของลูกค้า (1 ราย) ฝ่ายตลาด (1 ราย)

ความจำเป็นในการใช้งาน เช่น ช่วงงานมาก (1 ราย) ปริมาณงาน (2 ราย)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบว่าผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล คือ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ ช่างพิมพ์งาน ร้อยละ 44.0 ผู้บริหาร ร้อยละ 24.0 และอื่นๆ ร้อยละ 14.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ราคาเครื่องพิมพ์สำเนา ระบบดิจิทัลที่จะพิจารณาซื้อในแต่ละครั้ง

ราคาเครื่องพิมพ์สำเนา ระบบดิจิทัลที่จะพิจารณาซื้อในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
100,000 -200,000 บาท	34	68.0
200,001-300,000 บาท	8	16.0
300,001- 400,000 บาท	3	6.0
400,001 บาทขึ้นไป	5	10.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าราคาเครื่องพิมพ์สำเนา ระบบดิจิทัลที่จะพิจารณาซื้อในแต่ละครั้ง คือ 100,000 บาท-200,000 บาท ร้อยละ 68.0 รองลงมา คือ 200,001-300,000 บาท ร้อยละ 16.0 400,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10.0 และ 300,001 บาท - 400,000 บาท ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของเครื่องพิมพ์ สำเนา ระบบดิจิทัลที่คิดว่าดีที่สุด

ยี่ห้อของเครื่องพิมพ์สำเนา ระบบดิจิทัลที่คิดว่าดีที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ยี่ห้อริโซ่ (Riso)	41	82.0
ยี่ห้อริโก้ (Ricoh)	7	14.0
อื่นๆ	2	4.0
รวม	50	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ คือทุกยี่ห้อ

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่ายี่ห้อของเครื่องพิมพ์สำเนา ระบบดิจิทัลที่คิดว่าดีที่สุด คือ ยี่ห้อริโซ่ (Riso) ร้อยละ 82.0 รองลงมาคือ ยี่ห้อริโก้ (Ricoh) ร้อยละ 14.0 และอื่น ๆ ร้อยละ 4.0



ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติของ  
เครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล

คุณสมบัติของเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
มีความคมชัดที่เหมาะสม	39	78.0
สามารถใช้กับกระดาษได้หลากหลาย	33	66.0
มีความแข็งแรงทนทาน	33	66.0
มีความทันสมัยและใช้งานง่าย	31	62.0
อื่นๆ	3	6.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ คันทุนต่ำในการผลิต (2 ราย) คุณภาพ (1 ราย)  
ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 50 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า คุณสมบัติที่ควรมีของ  
เครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล คือ มีความคมชัดที่เหมาะสม ร้อยละ 78.0 รองลงมาคือ สามารถใช้  
กับกระดาษได้หลากหลาย มีความแข็งแรงทนทาน เท่ากัน ร้อยละ 66.0 มีความทันสมัยและใช้งาน  
ง่าย ร้อยละ 62.0 และอื่นๆ ร้อยละ 6.0



ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความต้องการบริการในการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล

ความต้องการบริการในการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนา ระบบดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
มีบริการติดตั้งเครื่อง	18	36.0
มีบริการฝึกอบรมการใช้งาน	21	42.0
มีบริการหลังการขาย	39	78.0
มีการติดตามให้คำปรึกษาและบริการหลังการขาย	39	78.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 50 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการบริการในการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัลประเภทต่างๆ คือ มีบริการหลังการขาย และ มีการติดตามให้คำปรึกษาและบริการหลังการขาย เท่ากัน ร้อยละ 78.0 รองลงมาคือ มีบริการฝึกอบรมการใช้งาน ร้อยละ 42.0 และ มีบริการติดตั้งเครื่อง ร้อยละ 36.0

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
ความทันสมัยของเทคโนโลยี	29	58.0
คู่แข่งชั้นนำมีการนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้น	12	24.0
ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	38	76.0
ต้องการงานที่มีคุณภาพสูงขึ้น	30	60.0
ราคาคู่กับคุณภาพของงานที่ได้	31	62.0
ลักษณะตัวเครื่องมีความสะดวกและคล่องตัวในการทำงาน	23	46.0
ไม่จำเป็นต้องมีช่างพิมพ์ประจำเครื่องใครก็สามารถใช้งานได้	19	38.0
ความชอบในตัวสินค้า	9	18.0
การมีประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าของผู้ขาย	7	14.0
ความมีชื่อเสียงของผู้จำหน่าย	10	20.0
ความมั่นคงทางการเงินของผู้จำหน่าย	3	6.0
ความเชื่อมั่นในตัวพนักงานขาย	13	26.0
อื่นๆ	1	2.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 50 ราย

อื่นๆ ได้แก่ จำนวนลูกค้าที่ใช้บริการ

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล คือ ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ร้อยละ 76.0 รองลงมาคือ ราคาคู่กับคุณภาพของงานที่ได้ ร้อยละ 62.0 ต้องการงานที่มีคุณภาพสูงขึ้น ร้อยละ 60.0 ความทันสมัยของเทคโนโลยี ร้อยละ 58.0 ลักษณะตัวเครื่องมีความสะดวกและคล่องตัวในการทำงาน ร้อยละ 46.0 ไม่จำเป็นต้องมีช่างพิมพ์ประจำเครื่องใครก็สามารถใช้งานได้ ร้อยละ 38.0 ความเชื่อมั่นในตัวพนักงานขาย ร้อยละ 26.0 ความมีชื่อเสียงของผู้จำหน่าย ร้อยละ 20.0 ความชอบในตัวสินค้า ร้อยละ 18.0 การมีประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าของผู้ขาย ร้อยละ 14.0 ความมั่นคงทางการเงินของผู้จำหน่าย ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แหล่งที่ซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล

แหล่งที่ซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทผู้ผลิตโดยตรง	29	58.0
ตัวแทนจำหน่าย	20	40.0
ร้านค้าเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัลมือสอง	1	2.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีแหล่งที่ซื้อเครื่องพิมพ์สำเนา ระบบดิจิทัล คือ ซื้อจากบริษัทผู้ผลิต โดยตรง ร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ ซื้อจากตัวแทนจำหน่าย ร้อยละ 40.0 และซื้อจากร้านค้าเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัลมือสอง ร้อยละ 2.0

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	S.D	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.คุณภาพสินค้า	28 (56.0)	12 (24.0)	8 (16.0)	1 (2.0)	1 (2.0)	4.30 (มาก)	0.95	3
2.ตราชื่อ	8 (16.0)	20 (40.0)	22 (44.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.72 (มาก)	0.73	11
3.ความหลากหลายของ สินค้า	7 (14.0)	21 (42.0)	21 (42.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	0.74	12
4.รูปลักษณ์และสีสันของ สินค้าทันสมัยและสวยงาม	5 (10.0)	20 (40.0)	19 (38.0)	6 (12.0)	0 (0.0)	3.48 (ปาน กลาง)	0.84	13
5.โปรแกรมใช้งานของเครื่อง สามารถใช้งานได้สะดวก และอยู่ในตำแหน่งที่ เหมาะสม	13 (26.0)	25 (50.0)	10 (20.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	0.91	10
6.ขั้นตอนการใช้งานไม่ ยุ่งยากและสามารถเข้าใจ ง่าย	23 (46.0)	20 (40.0)	5 (10.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	0.81	4
7.คุณสมบัติหรือ คุณลักษณะของเครื่องมี มากและเหมาะสม	18 (36.0)	21 (42.0)	8 (16.0)	1 (2.0)	2 (4.0)	4.04 (มาก)	0.99	9
8.อายุการใช้งานของเครื่อง	26 (52.0)	19 (38.0)	3 (6.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.38 (มาก)	0.78	2
9.การรับประกันสินค้า	23 (46.0)	22 (44.0)	3 (6.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	0.90	5

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
10.เทคโนโลยีของสินค้า	22 (44.0)	21 (42.0)	5 (10.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.26 (มาก)	0.80	6
11.ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้จำหน่าย	15 (30.0)	24 (48.0)	9 (18.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	0.81	8
12. มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง)	29 (58.0)	14 (28.0)	7 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.44 (มาก)	0.73	1
13. ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น ISO 9001	18 (36.0)	18 (36.0)	14 (28.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	0.80	7
ค่าเฉลี่ยรวม						4.07 (มาก)	0.83	

จากตารางที่ 16 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมาคือ อายุการใช้งานของเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.38) คุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากและสามารถเข้าใจง่าย และการรับประกันสินค้าเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) เทคโนโลยีของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.26) ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น ISO 9001 (ค่าเฉลี่ย 4.08) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปุ่มการใช้งานของเครื่องสามารถใช้งานได้สะดวกและอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตรายี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ความหลากหลายของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ด้านรูปลักษณ์และสีสันของสินค้าทันสมัยและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.ราคาขายเหมาะสมกับ คุณภาพ	19 (38.0)	19 (38.0)	10 (20.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	0.86	2
2.คุณภาพคุ้มราคาเพราะ สามารถลดต้นทุนการผลิต และ ค่าใช้จ่ายการ บำรุงรักษา	25 (50.0)	19 (38.0)	6 (12.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 (มาก)	0.70	1
3.สามารถต่อรองราคาได้	14 (28.0)	20 (40.0)	14 (28.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	0.85	3
4.ราคาสินค้าต่ำกว่ายี่ห้อ อื่น	4 (8.0)	15 (30.0)	23 (46.0)	7 (14.0)	1 (2.0)	3.28 (ปาน กลาง)	0.88	7
5.ราคาสินค้าถูกกว่าผู้ จำหน่ายรายอื่น	7 (14.0)	14 (28.0)	24 (48.0)	4 (8.0)	1 (2.0)	3.44 (ปาน กลาง)	0.91	6
6.มีการให้ส่วนลดเมื่อ ชำระเป็นเงินสดทันที	10 (20.0)	19 (38.0)	18 (36.0)	3 (6.0)	0 (0.0)	3.72 (มาก)	0.86	4
7.มีบริการแบ่งชำระเป็น งวด (เช่น 12 งวด 24 งวด และ 36 งวด)	12 (24.0)	16 (32.0)	19 (38.0)	1 (2.0)	2 (4.0)	3.70 (มาก)	0.99	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.79 (มาก)	0.86	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและ ค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.10) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดทันที (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีบริการแบ่งชำระเป็นงวด (เช่น 12 งวด 24 งวด และ 36 งวด) (ค่าเฉลี่ย 3.70) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ราคาสินค้าถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.44) ราคาสินค้าต่ำกว่ายี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.28)



ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล หาง่าย และเข้าออกสะดวก	9 (18.0)	21 (42.0)	20 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	0.74	2
2.สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	6 (12.0)	22 (44.0)	22 (44.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	0.68	3
3.การจัดโชว์สินค้าหน้าร้านเหมาะสมและสวยงาม	7 (14.0)	26 (52.0)	16 (32.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	0.71	1
4.บรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ	5 (10.0)	21 (42.0)	23 (46.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	0.70	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.71 (มาก)	0.71	

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับคือ การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล หาง่ายและเข้าออกสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ สถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และบรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.60)



ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา นิตยสาร	4 (8.0)	19 (38.0)	24 (48.0)	3 (6.0)	0 (0.0)	3.48 (ปานกลาง)	0.74	7
2.การมีของแถมให้ลูกค้า	10 (20.0)	13 (26.0)	25 (50.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	3.62 (มาก)	0.85	6
3.การลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า	12 (24.0)	18 (36.0)	17 (34.0)	3 (6.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	0.89	5
4.การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย	21 (42.0)	19 (38.0)	8 (16.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.18 (มาก)	0.85	3
5.ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน	24 (48.0)	18 (36.0)	6 (12.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	0.83	1
6.พนักงานมีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า	21 (42.0)	20 (40.0)	7 (14.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.20 (มาก)	0.83	2
7.บุคลิกภาพของพนักงานขาย	20 (40.0)	20 (40.0)	8 (16.0)	2 (4.0)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	0.84	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.96 (มาก)	0.83	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับ คือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือพนักงานมีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.18) บุคลิกภาพของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.16) การลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) การมีของแถมให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยอื่นๆ

ปัจจัยอื่นๆ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	S.D	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.งบประมาณที่มีของ กิจการ	17 (34.0)	20 (40.0)	12 (24.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	0.82	2
2.สถานะเศรษฐกิจ	16 (32.0)	26 (52.0)	8 (16.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	0.68	1
3.การพัฒนาที่รวดเร็วของ เทคโนโลยี	15 (30.0)	22 (44.0)	13 (26.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	0.75	3
4.การแข่งขันที่รุนแรงของ ธุรกิจ	16 (32.0)	18 (36.0)	16 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	0.81	4
5.นโยบายการบริหาร ประเทศของรัฐบาล	7 (14.0)	17 (34.0)	22 (44.0)	4 (8.0)	0 (0.0)	3.54 (มาก)	0.84	7
6.วัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานทำบุญขึ้นบ้าน ใหม่ งานแต่งงาน งาน บวช ซึ่งจะมีการใช้การ์ด เชิญในปริมาณมาก	11 (22.0)	20 (40.0)	15 (30.0)	4 (8.0)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	0.89	5
7.การเปลี่ยนแปลงของ ค่าเงินบาท	8 (16.0)	17 (34.0)	21 (42.0)	3 (6.0)	1 (2.0)	3.56 (มาก)	0.91	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 (มาก)	0.81	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบดิจิทัล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ สถานะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.16) งบประมาณที่มีของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.04) การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.00) วัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานบวช ซึ่งจะมีการใช้การ์ดเชิญในปริมาณมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท (ค่าเฉลี่ย 3.56) นโยบายการบริหารประเทศของรัฐบาล (ค่าเฉลี่ย 3.54)

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน	13 (26.0)	12 (24.0)	15 (30.0)	9 (18.0)	1 (2.0)	3.54 (มาก)	1.13	1
2.คราบน้ำมันไม่มีชื่อเสียง	4 (8.0)	9 (18.0)	22 (44.0)	15 (30.0)	0 (0.0)	3.04 (ปานกลาง)	0.90	8
3.ไม่มีความหลากหลายของสินค้า	5 (10.0)	10 (20.0)	19 (38.0)	16 (32.0)	0 (0.0)	3.08 (ปานกลาง)	0.97	7
4.รูปลักษณ์และสีสินค้าไม่ทันสมัยและไม่สวยงาม	8 (16.0)	25 (50.0)	13 (26.0)	4 (8.0)	0 (0.0)	2.74 (ปานกลาง)	0.83	10
5.ปุ่มการใช้งานของเครื่องใช้งานไม่สะดวกและอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม	7 (14.0)	6 (12.0)	23 (46.0)	13 (26.0)	1 (2.0)	3.10 (ปานกลาง)	1.02	6
6.ขั้นตอนการใช้งานยุ่งยาก	9 (18.0)	14 (28.0)	12 (24.0)	12 (24.0)	3 (6.0)	3.28 (ปานกลาง)	1.20	4
7.คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของเครื่องมีไม่มากและไม่เหมาะสม	3 (6.0)	19 (38.0)	15 (30.0)	13 (26.0)	0 (0.0)	3.24 (ปานกลาง)	0.92	5
8.อายุการใช้งานไม่นาน	15 (30.0)	7 (14.0)	18 (36.0)	7 (14.0)	3 (6.0)	3.48 (ปานกลาง)	1.23	2
9.ไม่มีกรับประกันสินค้า	16 (32.0)	7 (14.0)	11 (22.0)	10 (20.0)	6 (12.0)	3.34 (ปานกลาง)	1.42	3
10.เทคโนโลยีของสินค้าไม่ทันสมัย	11 (22.0)	10 (20.0)	14 (28.0)	13 (26.0)	2 (4.0)	3.30 (ปานกลาง)	1.20	4

ตารางที่ 21 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	S.D	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
11.ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้จำหน่ายไม่ดี	6 (12.0)	11 (22.0)	17 (34.0)	9 (18.0)	7 (14.0)	3.00 (ปานกลาง)	1.21	9
ไม่มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง)	16 (32.0)	6 (12.0)	11 (22.0)	13 (26.0)	4 (8.0)	3.34 (ปานกลาง)	1.38	3
ไม่มีการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น ISO 9001	7 (14.0)	14 (28.0)	10 (20.0)	14 (28.0)	5 (10.0)	3.08 (ปานกลาง)	1.24	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.20 (ปานกลาง)	1.13	

จากตารางที่ 21 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการตัดสินใจซื้อ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพสินค้าไม่ได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.54) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ อายุการใช้งานไม่นาน (ค่าเฉลี่ย 3.48) ไม่มีการรับประกันสินค้าและไม่มีการบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 3.34) เทคโนโลยีของสินค้าไม่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.30) ขั้นตอนการใช้งานยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 3.28) คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของเครื่องมีไม่มากและไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.24) ปุ่มการใช้งานของเครื่องใช้งานไม่สะดวกและอยู่ในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.10) ไม่มีความหลากหลายของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.08) ตรายี่ห้อไม่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.04) ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้จำหน่ายไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.00) และรูปลักษณ์และสีสันทันสมัยและไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 2.74)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาในระบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.ราคาขายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	13 (26.0)	12 (24.0)	16 (32.0)	9 (18.0)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	1.07	2
2.คุณภาพไม่คุ้มราคาเพราะไม่สามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษาได้	15 (30.0)	10 (20.0)	17 (34.0)	6 (12.0)	2 (4.0)	3.60 (มาก)	1.16	1
3.ไม่สามารถต่อรองราคาได้	6 (12.0)	13 (26.0)	23 (46.0)	5 (10.0)	3 (6.0)	3.28 (ปานกลาง)	1.01	4
4.ราคาสินค้าไม่ต่ำกว่ายี่ห้ออื่น	5 (10.0)	8 (16.0)	28 (56.0)	9 (18.0)	0 (0.0)	3.18 (ปานกลาง)	0.85	6
5.ราคาสินค้าไม่ถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น	5 (10.0)	8 (16.0)	24 (48.0)	13 (26.0)	0 (0.0)	3.10 (ปานกลาง)	0.91	7
6.ไม่มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดทันที	7 (14.0)	7 (14.0)	26 (52.0)	9 (18.0)	1 (2.0)	3.20 (ปานกลาง)	0.97	5
7.ไม่มีบริการแบ่งชำระเป็นงวด (เช่น 12 งวด 24 งวด และ 36 งวด)	10 (20.0)	9 (18.0)	19 (38.0)	11 (22.0)	1 (2.0)	3.32 (ปานกลาง)	1.10	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.32 (ปานกลาง)	1.01	

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการตัดสินใจซื้อ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพไม่คุ้มราคาเพราะไม่สามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ราคาขายไม่เหมาะสมกับคุณภาพ



(ค่าเฉลี่ย 3.58) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ ไม่มีบริการแบ่งชำระ เป็นงวด (เช่น 12 งวด 24 งวด และ 36 งวด) (ค่าเฉลี่ย 3.32) ไม่สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.28) ไม่มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดทันที (ค่าเฉลี่ย 3.20) ราคาสินค้าไม่ต่ำกว่ายี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.18) ราคาสินค้าไม่ถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.ทำเลที่ตั้งอยู่ไกล หายากและเข้าออกไม่สะดวก	11 (22.0)	10 (20.0)	15 (30.0)	12 (24.0)	2 (4.0)	3.32 (ปานกลาง)	1.19	1
2.การจัดจำหน่ายจอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ	9 (18.0)	11 (22.0)	17 (34.0)	12 (24.0)	1 (2.0)	3.30 (ปานกลาง)	1.09	2
3.การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน ไม่เหมาะสมและไม่สวยงาม	4 (8.0)	14 (28.0)	20 (40.0)	11 (22.0)	1 (2.0)	3.18 (ปานกลาง)	.94	3
4.บรรยากาศในร้านดูไม่เหมาะสม	4 (8.0)	16 (32.0)	13 (26.0)	15 (30.0)	2 (4.0)	3.10 (ปานกลาง)	1.05	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.23 (ปานกลาง)	1.07	

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการตัดสินใจซื้อ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับ คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ไกล หายากและเข้าออกไม่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.32) การจัดจำหน่ายจอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.30) การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน ไม่เหมาะสมและไม่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.18) บรรยากาศในร้านดูไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.10)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พบในการซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบดิจิทัล จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ไม่มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา นิตยสาร	5 (10.0)	14 (28.0)	19 (38.0)	9 (18.0)	3 (6.0)	3.18 (ปานกลาง)	1.04	6
2. ไม่มีของแถมให้ลูกค้า	6 (12.0)	11 (22.0)	20 (40.0)	12 (24.0)	1 (2.0)	3.18 (ปานกลาง)	1.00	5
3. ไม่ลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า	5 (10.0)	14 (28.0)	18 (36.0)	13 (26.0)	0 (0.0)	3.22 (ปานกลาง)	.95	4
4. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความไม่เต็มใจของพนักงานขาย	14 (28.0)	10 (20.0)	11 (22.0)	10 (20.0)	5 (10.0)	3.36 (ปานกลาง)	1.35	3
5. ไม่มีความชำนาญและไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขาย	13 (26.0)	12 (24.0)	12 (24.0)	10 (20.0)	3 (6.0)	3.44 (ปานกลาง)	1.25	2
6. พนักงานไม่มีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า	9 (18.0)	18 (36.0)	11 (22.0)	11 (22.0)	1 (2.0)	3.46 (ปานกลาง)	1.09	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.31 (ปานกลาง)	1.12	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการตัดสินใจซื้อ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับ คือ พนักงานไม่มีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.46) ไม่มีความชำนาญและไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.44) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความไม่เต็มใจของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.36) ไม่ลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.22) ไม่มีของแถมให้ลูกค้า และ ไม่มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.18)



ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำหรับระบบดิจิทัล  
จำแนกตาม รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียนการค้า ระยะเวลาดำเนินกิจการ  
ทุนจดทะเบียนของกิจการ ตำแหน่งผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจซื้อ เพศ และอายุ

5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำหรับระบบ  
ดิจิทัล จำแนกตาม รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียนการค้า

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามรูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน				
	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	กิจการเจ้าของ คนเดียว	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพสินค้า	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.12 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
ตราชื่อ	3.25 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้า	3.63 (มาก)	4.08 (มาก)	3.53 (มาก)	3.54 (มาก)	3.68 (มาก)
รูปลักษณ์และสีสันทันสมัย และสวยงาม	3.25 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.29 (มาก)	3.54 (มาก)	3.48 (มาก)
ปุ่มการใช้งานของเครื่องสามารถให้ งานได้สะดวกและอยู่ในตำแหน่งที่ เหมาะสม	3.25 (ปานกลาง)	4.42 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)
ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากและ สามารถเข้าใจง่าย	3.75 (มาก)	4.17 (มาก)	4.47 (มาก)	4.46 (มาก)	4.28 (มาก)
คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของเครื่อง มีมากและเหมาะสม	3.38 (ปานกลาง)	4.08 (มาก)	4.35 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
อายุการใช้งานของเครื่อง	4.13 (มาก)	4.42 (มาก)	4.29 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)

ตารางที่ 25 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน				
	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล	ห้างหุ้นส่วน * จำกัด	กิจการเจ้าของ คนเดียว	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การรับประกันสินค้า	3.63 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)	4.46 (มาก)	4.28 (มาก)
เทคโนโลยีของสินค้า	4.13 (มาก)	4.42 (มาก)	4.24 (มาก)	4.23 (มาก)	4.26 (มาก)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้จำหน่าย	3.63 (มาก)	4.08 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)	4.04 (มาก)
มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น ISO 9001	3.88 (มาก)	4.17 (มาก)	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)	4.22 (มาก)	4.06 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรูปแบบกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.38)

รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ การรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.58)

รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ขั้นตอนการใช้งาน ไม่ยุ่งยากและสามารถเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.47)

รูปแบบกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.77)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านราคา	รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน				
	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	กิจการเจ้าของ คนเดียว	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.40 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	4.24 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.10 (มาก)
คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถ ลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่าย การบำรุงรักษา	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.47 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.25 (ปานกลาง)	4.42 (มาก)	3.71 (มาก)	4.15 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาสินค้าต่ำกว่ายี่ห้ออื่น	2.75 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าถูกกว่าผู้จำหน่ายราย อื่น	2.63 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็น เงินสดทันที	3.39 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	4.08 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการบริการแบ่งชำระเป็นงวด	3.38 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.53 (มาก)	3.92 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)	3.69 (มาก)	4.08 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า รูปแบบกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.00)

รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.42)

รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพผู้มาราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.47)

รูปแบบกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ สามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน				
	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	กิจการเจ้าของ คนเดียว	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ห่างและ เข้าออกสะดวก	3.38 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)
การจัดจำหน่ายจอร์จรถสะดวก และเพียงพอ	3.25 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)
การจัด โชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม	3.50 (มาก)	4.17 (มาก)	3.59 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)
บรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.62 (มาก)	3.94 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่ารูปแบบกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือ การจัด โชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม บรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ การจัด โชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.17)

รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล หาง่ายและเช่าออกสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.76)

รูปแบบกิจการกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล หาง่ายและเช่าออกสะดวก การจัดจำหน่ายจอร์ตสะดวก และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน				
	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	กิจการเจ้าของ คนเดียว	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา นิตยสาร	2.88 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
การมีของแถมให้ลูกค้า	3.25 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.59 (มาก)	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามงานแสดง สินค้า	3.13 (ปานกลาง)	4.08 (มาก)	3.65 (มาก)	4.08 (มาก)	3.78 (มาก)
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วย ความยินดีและเต็มใจของ พนักงานขาย	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.35 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับ สินค้าของพนักงาน	3.50 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)
พนักงานมีทักษะในการสาธิต วิธีการใช้งานของสินค้า	3.25 (ปานกลาง)	4.17 (มาก)	4.29 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)
บุคลิกภาพของพนักงานขาย	3.25 (ปานกลาง)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.69 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23 (ปานกลาง)	4.01 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่ารูปแบบกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.35)

รูปแบบกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ พนักงานมีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า บุคลิกภาพของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.69)



ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยอื่น ๆ จำแนกตามรูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน

ปัจจัยอื่นๆ	รูปแบบของกิจการหรือประเภทของการจดทะเบียน				
	บริษัทจำกัด	ห้างหุ้นส่วน สามัญนิติ บุคคล	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	กิจการเจ้าของ คนเดียว	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
งบประมาณที่มีของกิจการ	3.50 (มาก)	3.92 (มาก)	4.12 (มาก)	4.46 (มาก)	4.06 (มาก)
สถานะเศรษฐกิจ	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)	3.88 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)
การพัฒนาที่รวดเร็วของ เทคโนโลยี	3.63 (มาก)	4.25 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)
การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ	3.63 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	4.31 (มาก)	4.00 (มาก)
นโยบายการบริหารประเทศของ รัฐบาล	3.25 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.54 (มาก)
วัฒนธรรม ประเพณี เช่น งาน ทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานบวช ซึ่งจะมีการใช้การ์ด เชิญในปริมาณมาก	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.59 (มาก)	3.92 (มาก)	3.76 (มาก)
การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.54 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.64 (มาก)	3.90 (มาก)	3.78 (มาก)	4.11 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 29 รูปแบบกิจการเป็นบริษัทจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สถานะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.25)



รูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ  
งบประมาณที่มีของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

รูปแบบกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับ  
แรก คือ สภาวะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.54)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ลำนำระบบ  
ดิจิทัล จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาดำเนินการ				
	ไม่เกิน 2 ปี	3-5 ปี	6-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพสินค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.40 (มาก)	4.30 (มาก)
ตราชื่อ	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.72 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)
รูปลักษณะและสีของสินค้า ทันสมัยและสวยงาม	2.50 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ปุ่มการใช้งานของเครื่องสามารถ ใช้งานได้ง่ายและอยู่ใน ตำแหน่งที่เหมาะสม	3.00 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากและ สามารถเข้าใจง่าย	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.56 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)
คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของ เครื่องมีมากและเหมาะสม	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	4.00 (มาก)	4.32 (มาก)	4.04 (มาก)
อายุการใช้งานของเครื่อง	4.00 (มาก)	4.35 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.56 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
การรับประกันสินค้า	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.36 (มาก)	4.28 (มาก)
เทคโนโลยีของสินค้า	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	4.48 (มาก)	4.26 (มาก)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของ ผู้จำหน่าย	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.36 (มาก)	4.04 (มาก)

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาดำเนินการ				
	ไม่เกิน 2 ปี	3-5 ปี	6-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง)	4.50 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.60 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น ISO 9001	3.00 (ปานกลาง)	4.10 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.24 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69 (มาก)	3.98 (มาก)	3.64 (มาก)	4.23 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ระยะเวลาดำเนินการ ไม่เกิน 2 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า และมีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ระยะเวลาดำเนินการ 3-5 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.40)

ระยะเวลาดำเนินการ 6-10 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ทรายี่หือรูปลักษณ์และสีสันของสินค้าทันสมัยและสวยงาม ปุ่มการใช้งานของเครื่องสามารถใช้งานได้สะดวกและอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของเครื่องมีมากและเหมาะสม การรับประกันสินค้า เทคโนโลยีของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ระยะเวลาดำเนินการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.60)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ปัจจัยด้านราคา	ระยะเวลาดำเนินการ				
	ไม่เกิน 2 ปี	3-5 ปี	6-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (มากที่สุด)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (มาก)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) (มาก)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.50 (มากที่สุด)	3.85 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.36 (มาก)	4.10 (มาก)
คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.60 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาสินค้าต่ำกว่ายี่ห้ออื่น	3.00 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น	3.00 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดทันที	3.50 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการบริการแบ่งชำระเป็นงวด	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าระยะเวลาดำเนินการ ไม่เกิน 2 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และคุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ระยะเวลาดำเนินการ 3-5 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ระยะเวลาดำเนินการ 6-10 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สามารถต่อรองราคาได้ ราคาสินค้าต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ราคาสินค้าถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดทันที และมีการบริการแบ่งชำระเป็นงวด (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ระยะเวลาดำเนินการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ คุณภาพคุ้มค่าเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.60)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการจัด  
จำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาดำเนินการ				
	ไม่เกิน 2 ปี	3-5 ปี	6-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ง่ายและ เข้าออกสะดวก	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)
การจัดจำหน่ายจอร์จรถสะดวก และเพียงพอ	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.68 (มาก)
การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)
บรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ	4.00 (มาก)	3.55 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าระยะเวลาดำเนินการ ไม่เกิน 2 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ย  
สูงสุดอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ง่ายและเข้าออกสะดวก การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน  
เหมาะสมและสวยงาม บรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ระยะเวลาดำเนินการ 3-5 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้ง  
อยู่ไม่ไกล ง่ายและเข้าออกสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ระยะเวลาดำเนินการ 6-10 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การจัด  
โชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ระยะเวลาดำเนินการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ  
ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ง่ายและเข้าออกสะดวก และการจัดจำหน่ายจอร์จรถสะดวก และเพียงพอ  
(ค่าเฉลี่ย 3.76)



ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาดำเนินการ				
	ไม่เกิน 2 ปี	3-5 ปี	6-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา นิตยสาร	3.50 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
การมีของแถมให้ลูกค้า	3.50 (มาก)	3.80 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย	5.00 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.36 (มาก)	4.18 (มาก)
ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน	4.50 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.48 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานมีทักษะในการสารพัดวิธีการใช้งานของสินค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.05 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.40 (มาก)	4.20 (มาก)
บุคลิกภาพของพนักงานขาย	4.50 (มากที่สุด)	4.05 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.32 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21 (มาก)	3.91 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.05 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าระยะเวลาดำเนินการ ไม่เกิน 2 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ระยะเวลาดำเนินการ 3-5 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ระยะเวลาดำเนินการ 6-10 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ระยะเวลาดำเนินการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.48)



ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยอื่นๆ จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ปัจจัยอื่นๆ	ระยะเวลาดำเนินการ				
	ไม่เกิน 2 ปี	3-5 ปี	6-10 ปี	11 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
งบประมาณที่มีของกิจการ	5.00 (มากที่สุด)	3.85 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.28 (มาก)	4.06 (มาก)
สถานะเศรษฐกิจ	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)
การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี	3.50 (มาก)	4.10 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.12 (มาก)	4.04 (มาก)
การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.12 (มาก)	4.00 (มาก)
นโยบายการบริหารประเทศของรัฐบาล	3.00 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	4.00 (มาก)	3.52 (มาก)	3.54 (มาก)
วัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานบวช ซึ่งจะมีการใช้การ์ดเชิญในปริมาณมาก	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	3.76 (มาก)
การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)	3.67 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.62 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าระยะเวลาดำเนินการ ไม่เกิน 2 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ งบประมาณที่มีของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ระยะเวลาดำเนินการ 3-5 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สถานะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ระยะเวลาดำเนินการ 6-10 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ สภาวะเศรษฐกิจ นโยบายการบริหารประเทศของรัฐบาล และวัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานบวช ซึ่งจะมีการใช้การ์ดเชิญในปริมาณมาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ระยะเวลาดำเนินการ 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ งบประมาณที่มีของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.28)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

5.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์ลำนำระบบ  
ดิจิทัล จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียนของกิจการ			
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท	2-5 ล้านบาท	9 ล้านบาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพสินค้า	4.37 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)
ตราชื่อ	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้า	3.69 (มาก)	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)
รูปลักษณ์และสีสันทันสมัยและสวยงาม	3.60 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ปุ่มการใช้งานของเครื่องสามารถใช้งานได้สะดวก และอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.11 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากและสามารถเข้าใจง่าย	4.37 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.28 (มาก)
คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของเครื่องมีมากและ เหมาะสม	4.26 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
อายุการใช้งานของเครื่อง	4.51 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.38 (มาก)
การรับประกันสินค้า	4.46 (มาก)	3.79 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)
เทคโนโลยีของสินค้า	4.37 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้จำหน่าย	4.14 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียนของกิจการ			
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท	2-5 ล้านบาท	9 ล้านบาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง)	4.46 (มาก)	4.36 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น ISO 9001	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า ทุนจดทะเบียนของกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ อายุการใช้งานของเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ทุนจดทะเบียนของกิจการ 2-5 ล้านบาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ทุนจดทะเบียนของกิจการ 9 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การรับประกันสินค้า และ มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	ทุนจดทะเบียนของกิจการ			
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท	2-5 ล้านบาท	9 ล้านบาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.26 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา	4.49 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.38 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.11 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาสินค้าต่ำกว่ายี่ห้ออื่น	3.43 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น	3.66 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดทันที	3.80 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการบริการแบ่งชำระเป็นงวด	3.77 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าทุนจดทะเบียนของกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาท และ 2-5 ล้านบาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.49, 4.14)

ทุนจดทะเบียนของกิจการ 9 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา สามารถต่อรองราคาได้ มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดทันที และมีบริการแบ่งชำระเป็นงวดเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบังคับด้านการจัด  
จำหน่าย จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ทุนจดทะเบียนของกิจการ			
	ไม่เกิน 1 ล้าน บาท	2-5 ล้านบาท	9 ล้านบาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ง่ายและเข้าออกสะดวก	3.89 (มาก)	3.57 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
การจัดจำหน่ายจอร์จสะดวก และเพียงพอ	3.83 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและ สวยงาม	3.91 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
บรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ	3.66 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่า ทุนจดทะเบียนของกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ทุนจดทะเบียนของกิจการ 2-5 ล้านบาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ง่ายและเข้าออกสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ทุนจดทะเบียนของกิจการ 9 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00)



ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ทุนจดทะเบียนของกิจการ			
	ไม่เกิน 1 ล้านบาท	2-5 ล้านบาท	9 ล้านบาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา นิตยสาร	3.57 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
การมีของแถมให้ลูกค้า	3.71 (มาก)	3.50 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.62 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า	3.97 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.78 (มาก)
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย	4.29 (มาก)	3.86 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)
ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน	4.43 (มาก)	3.86 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)
พนักงานมีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า	4.40 (มาก)	3.64 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)
บุคลิกภาพของพนักงานขาย	4.37 (มาก)	3.57 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11 (มาก)	3.59 (มาก)	3.86 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าทุนจดทะเบียนของกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ทุนจดทะเบียนของกิจการ 2-5 ล้านบาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย และ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ทุนจดทะเบียนของกิจการ 9 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน พนักงานมีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า และ บุคลิกภาพของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 5.00)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยอื่นๆ จำแนกตาม  
ทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยอื่นๆ	ทุนจดทะเบียนของกิจการ			
	ไม่เกิน 1 ล้าน บาท	2-5 ล้านบาท	9 ล้านบาท ขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
งบประมาณที่มีของกิจการ	4.23 (มาก)	3.71 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.06 (มาก)
สถานะเศรษฐกิจ	4.17 (มาก)	4.21 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.16 (มาก)
การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี	4.11 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ	4.11 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
นโยบายการบริหารประเทศของรัฐบาล	3.69 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.54 (มาก)
วัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานทำบุญขึ้นบ้าน ใหม่ งานแต่งงาน งานบวช ซึ่งจะมีการใช้ การ์ดเชิญในปริมาณมาก	3.77 (มาก)	3.86 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.76 (มาก)
การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท	3.46 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าทุนจดทะเบียนของกิจการไม่เกิน 1 ล้านบาท ให้ความสำคัญที่มี  
ค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ งบประมาณที่มีของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ทุนจดทะเบียนของกิจการ 2-5 ล้านบาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก  
คือ สถานะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ทุนจดทะเบียนของกิจการ 9 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับ  
แรก คือ การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี และ การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ (ค่าเฉลี่ย 5.00)

54 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำนาระบบ  
ดิจิทัล จำแนกตามตำแหน่ง

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ				
	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	เจ้าของกิจการ	คณะกรรมการ บริหาร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพสินค้า	4.67 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.30 (มาก)
ตราชื่อ	3.17 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้า	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	3.68 (มาก)
รูปลักษณ์และสีของสินค้า ทันสมัยและสวยงาม	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
ปุ่มการใช้งานของเครื่องสามารถ ใช้งานได้สะดวกและอยู่ใน ตำแหน่งที่เหมาะสม	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)
ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากและ สามารถเข้าใจง่าย	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)
คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของ เครื่องมีมากและเหมาะสม	4.33 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.04 (มาก)
อายุการใช้งานของเครื่อง	4.67 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.25 (มาก)	4.38 (มาก)
การรับประกันสินค้า	4.17 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)	4.28 (มาก)
เทคโนโลยีของสินค้า	4.67 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ				
	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	เจ้าของกิจการ	คณะกรรมการบริหาร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้จำหน่าย	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง)	4.83 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.38 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต สินค้า เช่น ISO 9001	4.33 (มาก)	3.67 (มาก)	4.09 (มาก)	4.25 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.17 (มาก)	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ เจ้าของกิจการ และคณะกรรมการบริหาร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.83, 4.38, 4.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ การรับประกันสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.67)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา  
จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านราคา	ตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ				
	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	เจ้าของกิจการ	คณะกรรมการ บริหาร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	4.25 (มาก)	4.10 (มาก)
คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลด ต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการ บำรุงรักษา	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.33 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)
ราคาสินค้าต่ำกว่าหืออื่น	2.83 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น	2.83 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงิน สดทันที	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
มีการบริการแบ่งชำระเป็นงวด	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)	2.25 (น้อย)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.48 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าทุกตำแหน่งให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก คือ  
คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.33, 4.33,  
4.38 และ 4.50)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ				
	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	เจ้าของกิจการ	คณะกรรมการ บริหาร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ห้างยและเข้า ออกสะดวก	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
การจัดจำหน่ายจอร์จรถสะดวกและ เพียงพอ	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม	3.67 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.97 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
บรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ	3.67 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67 (มาก)	3.54 (มาก)	3.82 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ห้างยและเข้าออกสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ตำแหน่งคณะกรรมการบริหาร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การจัดจำหน่ายจอร์จรถสะดวก และเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.25)

All rights reserved



ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ				
	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	เจ้าของกิจการ	คณะกรรมการบริหาร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา นิตยสาร	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
การมีของแถมให้ลูกค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.74 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า	3.17 (ปานกลาง)	4.33 (มาก)	3.85 (มาก)	3.25 (มาก)	3.78 (มาก)
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)	4.24 (มาก)	3.75 (มาก)	4.18 (มาก)
ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานมีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)
บุคลิกภาพของพนักงานขาย	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	4.02 (มาก)	4.01 (มาก)	3.71 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ตำแหน่งคณะกรรมการบริหาร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน และพนักงานมีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยอื่นๆ	ตำแหน่งของผู้ตัดสินใจซื้อ				
	กรรมการผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	เจ้าของกิจการ	คณะกรรมการบริหาร	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
งบประมาณที่มีของกิจการ	3.50 (มาก)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
สถานะเศรษฐกิจ	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)
การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)
นโยบายการบริหารประเทศของรัฐบาล	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
วัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานบวช ซึ่งจะมีการใช้การค้ำชูเงินในปริมาณมาก	3.83 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.50 (มาก)	3.76 (มาก)
การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท	4.17 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.71 (มาก)	3.94 (มาก)	3.71 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ งบประมาณที่มีของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ สภาวะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ตำแหน่งคณะกรรมการบริหาร ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ งบประมาณที่มีของกิจการ สภาวะเศรษฐกิจ และการพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.00)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### 5.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาระบบ

ดิจิทัล จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพสินค้า	4.24 (มาก)	4.41 (มาก)	4.30 (มาก)
ตราชื่อ	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	3.72 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้า	3.64 (มาก)	3.76 (มาก)	3.68 (มาก)
รูปลักษณ์และสีทันของสินค้าทันสมัยและสวยงาม	3.48 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ปุ่มการใช้งานของเครื่องสามารถใช้งานได้สะดวกและอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	3.85 (มาก)	4.12 (มาก)	3.94 (มาก)
ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากและสามารถเข้าใจง่าย	4.15 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)
คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของเครื่องมีมากและเหมาะสม	3.85 (มาก)	4.41 (มาก)	4.04 (มาก)
อายุการใช้งานของเครื่อง	4.36 (มาก)	4.41 (มาก)	4.38 (มาก)
การรับประกันสินค้า	4.12 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)
เทคโนโลยีของสินค้า	4.15 (มาก)	4.47 (มาก)	4.26 (มาก)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้จำหน่าย	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)	4.04 (มาก)
มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง)	4.36 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น ISO 9001	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99 (มาก)	4.22 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ อายุการใช้งานของเครื่อง และมีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.36)

เพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การรับประกันสินค้า และมีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.59)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.97 (มาก)	4.35 (มาก)	4.10 (มาก)
คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา	4.30 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.85 (มาก)	4.06 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาสินค้าต่ำกว่ายี่ห้ออื่น	3.24 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น	3.48 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดทันที	3.79 (มาก)	3.59 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการบริการแบ่งชำระเป็นงวด	3.73 (มาก)	3.65 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.30, 4.53)



ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบริษัทด้านการจัด  
จำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ง่ายและเข้าออกสะดวก	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)
การจัดจำหน่ายจอร์จรถสะดวก และเพียงพอ	3.70 (มาก)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)
การจัดโชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม	3.85 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)
บรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ	3.61 (มาก)	3.59 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.66 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าเพศชาย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การจัด  
โชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.85)

เพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ง่าย  
และเข้าออกสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายโฆษณา นิตยสาร	3.36 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
การมีของแถมให้ลูกค้า	3.61 (มาก)	3.65 (มาก)	3.62 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)	3.78 (มาก)
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย	4.12 (มาก)	4.29 (มาก)	4.18 (มาก)
ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน	4.24 (มาก)	4.35 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานมีทักษะในการสารัตถิวิธีการใช้งานของสินค้า	4.15 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)
บุคลิกภาพของพนักงานขาย	4.09 (มาก)	4.29 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91 (มาก)	4.05 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.24, 4.35)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยอื่น จำแนกตามเพศ

ปัจจัยอื่นๆ	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
งบประมาณที่มีของกิจการ	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	4.06 (มาก)
สถานะเศรษฐกิจ	4.12 (มาก)	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)
การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)	4.04 (มาก)
การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)
นโยบายการบริหารประเทศของรัฐบาล	3.58 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
วัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานบวช ซึ่งจะมีการใช้การ์ดเชิญในปริมาณมาก	3.88 (มาก)	3.53 (มาก)	3.76 (มาก)
การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท	3.58 (มาก)	3.53 (มาก)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ สถานะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.12, 4.24)

## 5.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์สำเนาแบบ

## ดิจิทัล จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพสินค้า	4.63 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)	4.44 (มาก)	4.30 (มาก)
ตราชื่อ	3.38 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	4.15 (มาก)	3.75 (มาก)	3.72 (มาก)
ความหลากหลายของสินค้า	3.75 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)
รูปลักษณ์และสีต้นของสินค้าทันสมัยและสวยงาม	3.38 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.63 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
ปุ่มการใช้งานของเครื่องสามารถใช้งานได้สะดวกและอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.00 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	4.38 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)
ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากและสามารถเข้าใจง่าย	4.63 (มากที่สุด)	3.77 (มาก)	4.31 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)
คุณสมบัติหรือคุณลักษณะของเครื่องมีมากและเหมาะสม	4.50 (มากที่สุด)	3.15 (ปานกลาง)	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	4.04 (มาก)
อายุการใช้งานของเครื่อง	4.63 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.31 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
การรับประกันสินค้า	4.38 (มาก)	3.92 (มาก)	4.46 (มาก)	4.38 (มาก)	4.28 (มาก)
เทคโนโลยีของสินค้า	4.38 (มาก)	3.69 (มาก)	4.38 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.26 (มาก)
ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของผู้จำหน่าย	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	4.15 (มาก)	4.38 (มาก)	4.04 (มาก)

ตารางที่ 50 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง)	4.25 (มาก)	4.15 (มาก)	4.46 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตสินค้า เช่น ISO 9001	4.13 (มาก)	3.77 (มาก)	4.23 (มาก)	4.19 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13 (มาก)	3.66 (มาก)	4.24 (มาก)	4.23 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ขั้นตอนการใช้งานไม่ยุ่งยากสามารถเข้าใจง่าย และอายุการใช้งานของเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.63)

อายุ 31-35 ปีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ มีบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.15)

อายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การรับประกันสินค้าและบริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.46)

อายุ 41 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ บริการก่อนและหลังการขาย (เช่น การขนส่งและการติดตั้ง) (ค่าเฉลี่ย 4.75)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ				
	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.25 (มาก)	3.77 (มาก)	4.08 (มาก)	4.31 (มาก)	4.10 (มาก)
คุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา	4.63 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.25 (มาก)	3.77 (มาก)	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
ราคาสินค้าต่ำกว่ายี่ห้ออื่น	3.50 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าถูกกว่าผู้จำหน่ายรายอื่น	3.63 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	2.94 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
มีการให้ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสดทันที	4.13 (มาก)	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)
มีการบริการแบ่งชำระเป็นงวด	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05 (มาก)	3.67 (มาก)	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่าทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือคุณภาพคุ้มราคาเพราะสามารถลดต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.63, 4.23, 4.23, 4.50)

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการจัด  
จำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ				
	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ง่ายและเข้าออกสะดวก	3.88 (มาก)	3.54 (มาก)	3.92 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)
การจัดจำหน่ายจอดรถสะดวก และ เพียงพอ	3.75 (มาก)	3.54 (มาก)	3.77 (มาก)	3.69 (มาก)	3.68 (มาก)
การจัด โชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและ สวยงาม	3.88 (มาก)	3.62 (มาก)	4.15 (มาก)	3.56 (มาก)	3.78 (มาก)
บรรยากาศในร้านดูดีมีระดับ	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)	3.77 (มาก)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78 (มาก)	3.56 (มาก)	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรก  
คือ ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล ง่ายและเข้าออกสะดวก และการจัด โชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและ  
สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.88)

อายุ 31-35 ปี และ 36-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การจัด  
โชว์สินค้าหน้าร้าน เหมาะสมและสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.62, 4.15)

อายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกล  
ง่ายและเข้าออกสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	* ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น ป้าย โฆษณา นิตยสาร	4.00 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
การมีของแถมให้ลูกค้า	4.13 (มาก)	3.62 (มาก)	3.69 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
การลดราคาสินค้าตามงานแสดงสินค้า	4.38 (มาก)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดี และเต็มใจของพนักงานขาย	4.38 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.31 (มาก)	4.18 (มาก)
ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของ พนักงาน	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.31 (มาก)	4.38 (มาก)	4.28 (มาก)
พนักงานมีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้ งานของสินค้า	4.38 (มาก)	3.92 (มาก)	4.38 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)
บุคลิกภาพของพนักงานขาย	4.38 (มาก)	3.92 (มาก)	4.38 (มาก)	4.06 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.30 (มาก)	3.79 (มาก)	4.03 (มาก)	3.86 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าอายุไม่เกิน 30 ปี 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.50, 4.38)

อายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าด้วยความยินดีและเต็มใจของพนักงานขาย และความชำนาญและความรู้เกี่ยวกับสินค้าของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือพนักงานมีทักษะในการสาธิตวิธีการใช้งานของสินค้า และบุคลิกภาพของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีต่อบังคับอื่นๆ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยอื่นๆ	อายุ				
	ไม่เกิน 30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
งบประมาณที่มีของกิจการ	4.75 (มากที่สุด)	3.77 (มาก)	3.92 (มาก)	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)
สถานะเศรษฐกิจ	4.63 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)
การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี	4.38 (มาก)	3.85 (มาก)	4.15 (มาก)	3.94 (มาก)	4.04 (มาก)
การแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจ	4.38 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)
นโยบายการบริหารประเทศของรัฐบาล	3.50 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
วัฒนธรรม ประเพณี เช่น งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน งานบวช ซึ่งจะมีการใช้การ์ดเชิญในปริมาณมาก	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.92 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)
การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินบาท	3.75 (มาก)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16 (มาก)	3.75 (มาก)	3.95 (มาก)	3.78 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่าอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ งบประมาณที่มีของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 4.75)

อายุ 31-35 ปี และ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ สถานะเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.00, 4.13)

อายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.15)