

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนผู้มีส่วนร่วมในองค์กรในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการคนสุดท้าย เขตอุตสาหกรรม ประเภทอุตสาหกรรม เงินทุนจดทะเบียนของบริษัท ระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการถึงปัจจุบัน ยอดขายต่อปี จำนวนพนักงานในบริษัท แผนกที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทที่ใช้ทำงาน ระยะเวลาในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ จำนวนผู้ขายที่บริษัทสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการ สินค้าที่สั่งซื้อและบริการที่ใช้จากบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ รูปแบบบริการที่ต้องการกรณีเครื่องคอมพิวเตอร์มีปัญหา ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเรียกช่างมาบริการ ระยะเวลาในการซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์ ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้านระบบคอมพิวเตอร์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง แหล่งข้อมูลที่รู้จักบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ (ตารางที่ 1-23)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยเฉพาะบุคคล (ตารางที่ 24-27)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 28-34)

ส่วนที่ 4 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (ตารางที่ 35-41)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตาม ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้าย ประเภทอุตสาหกรรม และเขตอุตสาหกรรม (ตารางที่ 42-61)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตาม ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้าย ประเภทอุตสาหกรรม และเขตอุตสาหกรรม (ตารางที่ 62-93)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลบริษัท

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	31	58.5
หญิง	22	41.5
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 58.5 เป็นเพศหญิง

ร้อยละ 41.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	19	35.9
31-40 ปี	27	50.9
41-50 ปี	6	11.3
51 ปีขึ้นไป	1	1.9
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุมากที่สุด คือ 31-40 ปี ร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ 21-30 ปี ร้อยละ 35.9 อายุ 41-50ปี ร้อยละ 11.3 และอายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	3.8
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	46	86.8
สูงกว่าปริญญาตรี	5	9.4
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ร้อยละ 86.8 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 9.4 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	14	26.4
ผู้จัดการฝ่าย IT	13	24.5
ผู้จัดการโรงงาน,ผู้จัดการฝ่ายบัญชี-การเงิน,ผู้จัดการฝ่ายควบคุมคุณภาพ	5	9.5
ผู้จัดการทั่วไป	7	13.2
ตำแหน่งอื่นๆ	14	26.4
รวม	53	100.0

หมายเหตุ: ตำแหน่งอื่นๆ ได้แก่ - เจ้าหน้าที่จัดซื้อ (1 คน) - พนักงานฝ่ายบุคคล (3 คน) - หัวหน้าแผนกธุรกิจการบุคคล (1 คน) IT Staff (1 คน) - ช่างเทคนิค (1 คน) - เจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายเทคนิคคอมพิวเตอร์ (1 คน) Nature Administrator (1 คน) หัวหน้าฝ่าย (1 คน) - Programmer Supervisor (1 คน) Purchase Officer (1 คน) - เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ (1 คน) - เจ้าหน้าที่ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการ IT (1 คน)

จากตารางที่ 4 พบว่าตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามในบริษัทมากที่สุด คือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ และตำแหน่งอื่นๆ ร้อยละ 26.4 รองลงมาคือ ผู้จัดการฝ่าย IT ร้อยละ 24.5 ผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 13.2 ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี-การเงิน และผู้จัดการฝ่ายควบคุมคุณภาพ ร้อยละ 9.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	3	5.7
2-3 คน	36	67.9
มากกว่า 3 คน	14	26.4
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ คือ 2-3 คน ร้อยละ 67.9 รองลงมาคือมากกว่า 3 คน ร้อยละ 26.4 และ 1 คน ร้อยละ 5.7

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกซื้อ หรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานคนสุดท้าย

ผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการฝ่าย IT	11	20.8
ประธานบริษัท	29	54.7
อื่นๆ	13	24.5
รวม	53	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ กรรมการผู้จัดการ MD. (3 คน) Executive Director Administration (1 คน)

ผู้จัดการทั่วไป (1 คน) ผู้จัดการโรงงาน (2 คน) หัวหน้าแผนก IT (1 คน)

Advisor (Japanese) (1 คน) ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ (1 คน) ผู้จัดการฝ่าย/โครงการ 3 คน

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดของผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกซื้อ หรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานคนสุดท้ายคือ ประธานบริษัท ร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ ผู้จัดการฝ่าย IT ร้อยละ 20.8 ตำแหน่งอื่นๆ ร้อยละ 24.5

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

เขตอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
เขตอุตสาหกรรมทั่วไป	14	26.4
เขตอุตสาหกรรมส่งออก	36	67.9
เขตอุตสาหกรรมอื่นๆ	3	5.7
รวม	53	100.0

หมายเหตุ: เขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้แก่ เขตประกอบการค้าเสรี (2 คน), เขตพาณิชย์กรรม (1คน)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ เขตอุตสาหกรรมทั่วไป ร้อยละ 26.4 เขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ร้อยละ 5.7

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ประเภทอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	14	26.5
อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	13	24.5
อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	8	15.1
อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	6	11.3
อุตสาหกรรมประเภทอื่น	12	22.6
รวม	53	100.0

หมายเหตุ: อุตสาหกรรมประเภทอื่นได้แก่ อุปกรณ์เสริมความงาม (1 คน) เครื่องปั้นไฟ (1 คน)

ตกแต่งภายในที่ทำจากผ้า (1 คน) เกษตรกรรม (2 คน) บริการขนส่ง (2 คน) อุตสาหกรรมเบา (ชิ้นส่วนชุดชั้นใน) (1 คน) แปรงเสริมสวย พู่กัน (1 คน) ห้องเย็น รับฝากพืชผลการเกษตร (1 คน) ผลิตภัณฑ์ P.V.C. (1 คน) เย็บผ้า (1 คน)

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดประกอบกิจการอุตสาหกรรมประเภท อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 26.5 รองลงมาคือ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ร้อยละ 24.5 อุตสาหกรรมประเภทอื่น ร้อยละ 22.6 อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 15.1 และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ร้อยละ 11.3

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของบริษัท

เงินทุนจดทะเบียนของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า หรือเท่ากับ 50 ล้านบาท	21	39.6
51-100 ล้านบาท	17	32.1
101-200 ล้านบาท	6	11.3
มากกว่า 200 ล้านบาท	6	11.3
อื่นๆ	3	5.7
รวม	53	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไม่ทราบ (1 คน) 1,000 ล้านบาท (1 คน) มากกว่า 400 ล้านบาท (1 คน)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเงินทุนจดทะเบียนของบริษัทสูงสุด คือน้อยกว่า หรือเท่ากับ 50 ล้านบาท ร้อยละ 39.6 รองลงมาคือ 51-100 ล้านบาท ร้อยละ 32.1 101-200 ล้านบาท และมากกว่า 200 ล้านบาท ร้อยละ 11.3 และอื่นๆ ร้อยละ 5.7

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการถึงปัจจุบัน

ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการถึงปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	2	3.8
5-10 ปี	9	17.0
11-15 ปี	18	34.0
มากกว่า 15 ปี	24	45.20
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการถึงปัจจุบันมากที่สุดคือระยะเวลา มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 45.20 รองลงมาคือระยะเวลา 11-15 ปี ร้อยละ 34.0 ระยะเวลา 5-10 ปี ร้อยละ 17.0 ระยะเวลา ต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยอดขายต่อปีของบริษัท

ยอดขายต่อปีของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 ล้านบาท	35	66.0
500-1,000 ล้านบาท	11	20.8
1,001-1,500 ล้านบาท	1	1.9
มากกว่า 2,000 ล้านบาท	6	11.3
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยอดขายต่อปีของบริษัทคือ ต่ำกว่า 500 ล้านบาท ร้อยละ 66.0 รองลงมาคือ 500-1,000 ล้านบาท ร้อยละ 20.8 มากกว่า 2,000 ล้านบาท ร้อยละ 11.3 และ 1,001-1,500 ล้านบาท ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนพนักงานในบริษัท

จำนวนพนักงานในบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 300 คน	29	54.7
300-600 คน	8	15.1
601-900 คน	6	11.3
901-1,200 คน	2	3.8
มากกว่า 1,200 คน	8	15.1
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานในบริษัทต่ำกว่า 300 คน ร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ 300-600 คนและมากกว่า 1,200 คน ร้อยละ 15.1 601-900 คน ร้อยละ 11.3 และ 901-1,200 คน ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแผนกที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน

แผนกที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน	จำนวน	ร้อยละ
แผนก/ฝ่ายทรัพยากรบุคคล	51	96.2
แผนก/ฝ่ายการตลาด	29	54.7
แผนก/ฝ่าย IT	40	75.5
แผนก/ฝ่ายบัญชี - การเงิน	49	92.5
แผนก/ฝ่ายผลิต	37	69.8
แผนก/ฝ่ายควบคุมคุณภาพ	33	62.3
แผนก/ฝ่ายอื่นๆ	11	20.8

หมายเหตุ : ตอบคำถามมากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 53 ราย

แผนก/ฝ่ายอื่นๆ ได้แก่ Production engineer (1 คน) วิศวกรรวม (1 คน) คลังสินค้าและจัดส่ง (1 คน) นำเข้า - ส่งออก (1 คน) ทุกแผนก (2 คน) บริหาร (1 คน) จัดซื้อ (1 คน) สต็อกสินค้า ชั่งน้ำหนัก รถบรรทุก (1 คน) แผนกจัดซื้อ, แผนกสนับสนุนการผลิต, แผนกควบคุมการผลิต, แผนกสิ่งแวดล้อม (1 คน) ทุกแผนก (1 คน)

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดแผนกที่ใช้คอมพิวเตอร์ในการปฏิบัติงาน คือ แผนก/ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ร้อยละ 96.2 รองลงมาคือ แผนก/ฝ่ายบัญชี – การเงิน ร้อยละ 92.5 แผนก/ฝ่าย IT ร้อยละ 75.5 แผนก/ฝ่ายผลิต ร้อยละ 69.8 แผนก/ฝ่ายควบคุมคุณภาพ ร้อยละ 62.3 แผนก/ฝ่ายการตลาด ร้อยละ 54.7 และแผนก/ฝ่ายอื่นๆ ร้อยละ 20.8

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการทำงาน

จำนวนคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 เครื่อง	26	49.1
30-50 เครื่อง	7	13.2
51-100 เครื่อง	4	7.5
101-150 เครื่อง	3	5.7
มากกว่า 150 เครื่อง	13	24.5
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการทำงานมากที่สุดคือ ต่ำกว่า 30 เครื่อง ร้อยละ 49.1 รองลงมาคือ มากกว่า 150 เครื่อง ร้อยละ 24.5 30-50 เครื่อง ร้อยละ 13.2 51-100 เครื่อง ร้อยละ 7.5 และ 101-150 เครื่อง ร้อยละ 5.7

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่บริษัทได้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์

ระยะเวลาที่บริษัทได้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	8	15.1
5-10 ปี	14	26.4
11-15 ปี	22	41.5
มากกว่า 15 ปี	9	17.0
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ระยะเวลาที่บริษัทได้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คือ 11-15 ปี ร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ 5-10 ปี ร้อยละ 26.4 มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 17.0 และ ต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 15.1

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้ขายที่สั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์

จำนวนผู้ขายที่สั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
1 ราย	7	13.2
2-3 ราย	29	54.7
4-5 ราย	8	15.1
มากกว่า 5 ราย	9	17.0
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวนผู้ขายที่สั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คือ 2-3 ราย ร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ราย ร้อยละ 17.0 4-5 ราย ร้อยละ 15.1 และ 1 ราย ร้อยละ 13.2

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสินค้าที่บริษัทสั่งซื้อจากบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์

ประเภทของสินค้าที่บริษัทสั่งซื้อจากบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ฮาร์ดแวร์	51	96.2
ซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆ	48	90.6
อุปกรณ์เสริมและวัสดุสิ้นเปลือง	45	84.9
อุปกรณ์รักษาความปลอดภัย	26	49.1
อุปกรณ์เครือข่าย	45	84.9

หมายเหตุ: ตอบคำถามมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดประเภทของสินค้าที่บริษัทสั่งซื้อจากบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คือ ฮาร์ดแวร์ ร้อยละ 96.2 รองลงมาคือ ซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆ ร้อยละ 90.6 อุปกรณ์เสริมและวัสดุสิ้นเปลือง อุปกรณ์เครือข่าย ร้อยละ 84.9 และอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย ร้อยละ 49.1

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบริการที่ใช้จากบริษัท
จัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์

บริการที่ใช้จากบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ระบบการบำรุงรักษา	46	86.8
บริการสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ออกแบบเว็บไซต์	6	11.3
การเช่าอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์	16	30.2
บริการรักษาความปลอดภัยบนเครือข่าย	13	24.5
บริการติดตั้งระบบเครือข่าย	40	75.5

หมายเหตุ: ตอบคำถามมากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดบริการที่ใช้จากบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คือ ระบบการบำรุงรักษา ร้อยละ 86.8 รองลงมาคือ บริการติดตั้งระบบเครือข่าย ร้อยละ 75.5 การเช่าอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 30.2 บริการรักษาความปลอดภัยบนเครือข่าย ร้อยละ 24.5 และบริการสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ออกแบบเว็บไซต์ ร้อยละ 11.3

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการรูปแบบบริการกรณีเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทมีปัญหา/ใช้งานไม่ได้

ความต้องการรูปแบบบริการกรณีเครื่องคอมพิวเตอร์ ของบริษัทมีปัญหา/ใช้งานไม่ได้	จำนวน	ร้อยละ
มีเครื่องสำรองให้ใช้	16	30.2
เรียกบริการไปได้ทันที	33	62.2
ฟรีค่าบริการ	3	5.7
เปลี่ยนอะไหล่ทันที	1	1.9
รวม	53	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ความต้องการรูปแบบบริการกรณีเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทมีปัญหา/ใช้งานไม่ได้ คือ เรียกบริการไปได้ทันที ร้อยละ 62.2 รองลงมาคือ มีเครื่องสำรองให้ใช้ ร้อยละ 30.2 ฟรีค่าบริการ ร้อยละ 5.7 และเปลี่ยนอะไหล่ทันที ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในกรณีเรียกข่างมาบริการที่บริษัทโดยเฉลี่ย

ระยะเวลาในกรณีเรียกข่างมาบริการที่บริษัทโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 2 ชม.	9	17.0
ภายใน 1/2 วัน	18	34.0
ภายใน 2 วัน	17	32.1
ภายใน 3 วัน	5	9.4
อื่นๆ	4	7.5
รวม	53	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ภายใน 1 วัน (1 คน) วันถัดไปที่ไม่ตรงกับวันหยุด (2 คน) ภายใน 1 ชั่วโมง (1 คน)

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาในกรณีเรียกช่างมาบริการที่บริษัทโดยเฉลี่ยมากที่สุดคือ ภายใน 1/2 วัน ร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ภายใน 2 วัน ร้อยละ 32.1 ภายใน 2 ชม. ร้อยละ 17.0 ภายใน 3 วัน ร้อยละ 9.4 และอื่นๆ ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์

ระยะเวลาในการซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ได้ภายใน 1/2 วัน	7	13.2
ใช้ได้ภายใน 1 วัน	14	26.5
ใช้ได้ภายใน 2 วัน	9	17.0
ใช้ได้ภายใน 3 วัน	7	13.2
ใช้ได้ภายใน 4-7 วัน	12	22.6
อื่นๆ	4	7.5
รวม	53	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ แล้วแต่กรณี (1 คน) ขึ้นอยู่กับอาการเสีย/ปัญหา (3 คน)

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดระยะเวลาในการซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์ คือ ใช้ได้ภายใน 1 วัน ร้อยละ 26.5 รองลงมาคือ ใช้ได้ภายใน 4-7 วัน ร้อยละ 22.6 ใช้ได้ภายใน 2 วัน ร้อยละ 17.0 ใช้ได้ภายใน 1/2 วันและใช้ได้ภายใน 3 วัน ร้อยละ 13.2 และอื่นๆ ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้านระบบคอมพิวเตอร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้านระบบคอมพิวเตอร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	41	77.3
อยู่ในช่วง 50,001-100,000 บาท	9	17.0
อยู่ในช่วง 100,001-150,000 บาท	1	1.9
มากกว่า 200,000 บาท	1	1.9
อื่นๆ	1	1.9
รวม	53	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ไม่นั่นนอน (1 คน)

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อสินค้าหรือใช้บริการด้านระบบคอมพิวเตอร์ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท ร้อยละ 77.3 รองลงมาคือ อยู่ในช่วง 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 17.0 อยู่ในช่วง 100,001-150,000 บาท มากกว่า 200,000 บาท และอื่นๆ ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่รู้จักบริษัท
จัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์

แหล่งข้อมูลที่รู้จักบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
วารสารคอมพิวเตอร์	27	50.9
ป้ายโฆษณา	10	18.9
หนังสือพิมพ์	9	17.0
เอกสารแผ่นพับ	9	17.0
เว็บไซต์ของบริษัทผู้ขาย	23	43.4
พนักงานขาย	25	47.2
เพื่อนแนะนำ	21	39.6
ได้รับคำแนะนำจากผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม ภาคเหนือที่ใช้บริการ	24	45.3
อื่นๆ	2	3.8

หมายเหตุ : ตอบคำถามมากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ ได้แก่ สำนักงานใหญ่แนะนำ (1 คน) แนะนำกับทางบริษัท (1 คน)

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดแหล่งข้อมูลที่รู้จักบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ คือ วารสารคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ พนักงานขาย ร้อยละ 47.2 ได้รับคำแนะนำจากผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือที่ใช้บริการ ร้อยละ 45.3 เว็บไซต์ของบริษัทผู้ขาย ร้อยละ 43.4 เพื่อนแนะนำ ร้อยละ 39.6 ป้ายโฆษณา ร้อยละ 18.9 หนังสือพิมพ์ เอกสารแผ่นพับ ร้อยละ 17.0 และอื่นๆ ร้อยละ 3.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กรของท่าน	19 (35.8)	34 (64.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	1
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5 (9.4)	46 (86.8)	2 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
อัตราดอกเบี้ย	0 (0.0)	26 (49.1)	18 (34.0)	5 (9.4)	4 (7.5)	3.25 (น้อย)	7
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	5 (9.4)	26 (49.1)	15 (28.3)	3 (5.7)	4 (7.5)	3.47 (น้อย)	6
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	0 (0.0)	42 (79.2)	11 (20.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	3
กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ เช่น ISO 14001	5 (9.4)	21 (39.6)	27 (50.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	4
การแข่งขันของธุรกิจ	6 (11.3)	24 (45.3)	17 (32.1)	5 (9.4)	1 (1.9)	3.55 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						3.72 (มาก)	

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากเรียงลำดับ คือ ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กรของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.79) กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ เช่น ISO 14001 (ค่าเฉลี่ย 3.58) การแข่งขันของธุรกิจ (3.55) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับคือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.47) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการ บริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยภายในองค์กร

ปัจจัยภายในองค์กร	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
วัตถุประสงค์และนโยบายของ องค์กร	17 (32.1)	31 (58.5)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	1
โครงสร้างภายในองค์กร	11 (20.8)	21 (39.6)	21 (39.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	3
กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ/จัดซื้อ	8 (15.1)	24 (45.3)	21 (39.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	4
ระบบการจัดการภายในองค์กร	7 (13.2)	32 (60.4)	14 (26.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.92 (มาก)	

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก เรียงลำดับ คือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมาคือ ระบบการจัดการภายในองค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.87) โครงสร้างภายในองค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.81) และกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ/จัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการ บริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยระหว่างบุคคล

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
เงื่อนไขคุณภาพสินค้าและบริการ	25 (47.2)	23 (43.4)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.38 (มาก)	1
อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก	14 (26.4)	28 (52.8)	11 (20.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
ความเข้าใจกันระหว่างผู้เลือกซื้อและผู้ขาย	10 (18.9)	33 (62.3)	6 (11.3)	4 (7.5)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	3
ความสามารถในการชักชวนของผู้ขาย	0 (0.0)	22 (41.5)	17 (32.1)	14 (26.4)	0 (0.0)	3.15 (น้อย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.88 (มาก)	

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ เงื่อนไขคุณภาพสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความเข้าใจกันระหว่างผู้เลือกซื้อและผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.92) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ ความสามารถในการชักชวนของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการ บริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยเฉพาะบุคคล

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การยอมรับและความน่าเชื่อถือ ในการบริการ	26 (49.1)	27 (50.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.49 (มาก)	1
การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อ ผู้ขาย เช่น ความรู้ ความชำนาญ บุคคลิกลักษณะ	6 (11.3)	46 (86.8)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.09 (มาก)	2
ความคิดเห็นต่อความเสี่ยงใน การจัดซื้อหรือใช้บริการ	5 (9.4)	38 (71.7)	10 (18.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						4.16 (มาก)	

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือ การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อผู้ขาย เช่น ความรู้ ความชำนาญ บุคคลิกลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และความคิดเห็นต่อความเสี่ยงในการจัดซื้อหรือใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัท
จัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ได้ มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ	26 (49.1)	27 (50.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.49 (มาก)	2
ตราหือของสินค้า	1 (1.9)	36 (67.9)	16 (30.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.72 (มาก)	11
ตราหือของอะไหล่	1 (1.9)	41 (77.4)	11 (20.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	10
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า และการบริการ							
- มีเครื่องสำรองให้ใช้กรณี สินค้าชำรุดเสียหายระหว่าง ระยะเวลาประกัน	22 (41.5)	31 (58.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.42 (มาก)	3
- การบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง	22 (41.5)	30 (56.6)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	4
มีการแนะนำให้การปรึกษา วิธีการใช้งาน	12 (22.6)	31 (58.5)	6 (11.3)	4 (7.5)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	8
มีคู่มือรายละเอียดเกี่ยวกับ สินค้าและบริการ	17 (32.1)	23 (43.4)	9 (17.0)	4 (7.5)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	7
มีการบริการหลังการขาย	26 (49.1)	22 (41.5)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	4
คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่ สมบูรณ์	32 (60.4)	21 (39.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60 (มากที่สุด)	1
คุณภาพ งานซ่อม ที่สมบูรณ์	32 (60.4)	21 (39.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.60 (มากที่สุด)	1

ตารางที่ 28 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะอาดเรียบร้อยหลังการ บริการติดตั้ง	21 (39.6)	22 (41.5)	10 (18.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	5
ความสะอาดเรียบร้อยหลังงาน ซ่อม	12 (22.6)	31 (58.5)	10 (18.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	6
มีความหลากหลายของรูปแบบ ของสินค้าและการบริการ	6 (11.3)	32 (60.4)	15 (28.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	9
มีสินค้าหลากหลายให้เลือก ซื้อ	1 (1.9)	38 (71.7)	9 (17.0)	5 (9.4)	0 (0.0)	3.66 (มาก)	12
ค่าเฉลี่ยรวม						4.15 (มาก)	

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพการบริการติดตั้งที่สมบูรณ์ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีเครื่องสำรองไฟให้ใช้กรณีสินค้าชำรุดเสียหายระหว่างระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 4.42) การบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง มีการบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.40) ความสะอาดเรียบร้อยหลังการบริการติดตั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสะอาดเรียบร้อยหลังงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีคู่มือรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.0) มีการแนะนำให้การปรึกษา วิธีการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีความหลากหลายของรูปแบบของสินค้าและการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ทรายี่ห่อของอะไหล่ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ทรายี่ห่อของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) และมีสินค้าหลากหลายให้เลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาสินค้า							
- ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์	21 (39.6)	27 (50.9)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30 (มาก)	3
- ราคาซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆ	11 (20.8)	37 (69.8)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	6
- ราคาอะไหล่/ อุปกรณ์เสริม/ วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ	11 (20.8)	37 (69.8)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	6
อัตรค่าบริการ							
- การบำรุงรักษา	6 (11.3)	14 (26.4)	23 (43.4)	10 (18.9)	0 (0.0)	3.30 (น้อย)	7
- การบริการติดตั้งพิมพ์ เช่น การออกแบบเว็บไซต์	0 (0.0)	19 (35.8)	10 (18.9)	18 (34.0)	6 (11.3)	2.79 (น้อย)	9
- การเช่าอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์	0 (0.0)	24 (45.3)	5 (9.4)	24 (45.3)	0 (0.0)	3.00 (น้อย)	8
- บริการติดตั้งระบบเครือข่าย	0 (0.0)	19 (35.8)	15 (28.3)	19 (35.8)	0 (0.0)	3.00 (น้อย)	8
มีการให้เครดิตทางการค้า	17 (32.1)	32 (60.4)	4 (7.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.25 (มาก)	4
มีระยะเวลาในการให้เครดิต	16 (30.2)	33 (62.3)	4 (7.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	5
มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด	32 (60.4)	16 (30.2)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.51 (มากที่สุด)	2
มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า	21 (39.6)	17 (32.1)	15 (28.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	6
สามารถต่อรองราคาได้	32 (60.4)	17 (32.1)	4 (7.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.53 (มากที่สุด)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.85 (มาก)	

จาดารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา คือ มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.51) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีการให้เครดิตทางการค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีระยะเวลาในการให้เครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.23) ราคาซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆ ราคาอะไหล่/อุปกรณ์เสริม/วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ และมีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 4.11) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับคือ อัตราค่าบริการการบำรุงรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.30) อัตราค่าบริการเช่าอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์ อัตราค่าบริการติดตั้งระบบเครือข่าย (ค่าเฉลี่ย 3.00) และอัตราค่าบริการสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การออกแบบเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและ บริการทางโทรศัพท์ได้	6 (11.3)	26 (49.1)	6 (11.3)	15 (28.3)	0 (0.0)	3.43 (น้อย)	2
มีบริการติดต่อสอบถามข้อมูล ปรึกษาปัญหาทางโทรศัพท์	2 (3.8)	17 (32.1)	24 (45.3)	10 (18.9)	0 (0.0)	3.21 (น้อย)	6
มีความยืดหยุ่นของระยะเวลา การส่งสินค้าและบริการตาม ความเร่งด่วนของโครงการ	2 (3.8)	12 (22.6)	34 (64.2)	5 (9.4)	0 (0.0)	3.21 (น้อย)	6
ให้บริการทุกวันไม่เว้น วันหยุดราชการหรือ วันนักขัตฤกษ์	24 (45.3)	19 (35.8)	10 (18.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.26 (น้อย)	5
การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.	5 (9.4)	20 (37.7)	18 (34.0)	5 (9.4)	5 (9.4)	3.28 (น้อย)	4
การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	1 (1.9)	6 (11.3)	27 (50.9)	13 (24.5)	6 (11.3)	2.68 (น้อย)	9
สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง	11 (20.8)	24 (45.3)	3 (5.7)	15 (28.3)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	1
สามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้า และบริการได้สะดวก รวดเร็ว	7 (13.2)	18 (34.0)	18 (34.0)	10 (18.9)	0 (0.0)	3.42 (น้อย)	3
มีหลายสาขา สะดวกในการใช้ บริการ	5 (9.4)	8 (15.1)	32 (60.4)	8 (15.1)	0 (0.0)	3.19 (น้อย)	7
มีสินค้าตลอดเวลา/ไม่ ขาดสต็อก	3 (5.7)	20 (37.7)	12 (22.6)	18 (34.0)	0 (0.0)	3.15 (น้อย)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.24 (น้อย)	

จากตารางที่ 30 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (3.24) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.58) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยเรียงลำดับคือ สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.43) สามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการได้สะดวก รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.42) การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.28) ให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์ (ค่าเฉลี่ย 3.26) มีบริการติดต่อสอบถามข้อมูล ปรึกษาปัญหาทางโทรศัพท์ และมีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าและบริการตามความเร่งด่วนของโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีหลายสาขาสะดวกในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.19) มีสินค้าตลอดเวลา/ไม่ขาดสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.15) และการให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น. (ค่าเฉลี่ย 2.68)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็น ลูกค้าประจำ	19 (35.8)	21 (39.6)	13 (24.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	1
มีส่วนลดพิเศษกรณีสั่งซื้อ สินค้ามีปริมาณมากตาม เงื่อนไขที่กำหนด	15 (28.3)	22 (41.5)	11 (20.8)	5 (9.4)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	2
การจัดฝึกอบรมความรู้ สัมมนา แก่ลูกค้าฟรีอย่างสม่ำเสมอ	1 (1.9)	13 (24.5)	30 (56.6)	9 (17.0)	0 (0.0)	3.11 (น้อย)	6
มีพนักงานขาย เข้ามาแนะนำ สินค้าและบริการที่บริษัท	13 (24.5)	19 (35.8)	15 (28.3)	6 (11.3)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	3
มีบริการให้ทดลองใช้สินค้า หลังการติดตั้ง เช่น 1 อาทิตย์	1 (1.9)	13 (24.5)	31 (58.5)	8 (15.1)	0 (0.0)	3.13 (น้อย)	5
มีบริการตรวจเช็คเครื่องฟรี ก่อนทำการซ่อม	1 (1.9)	15 (28.3)	36 (67.9)	1 (1.9)	0 (0.0)	3.30 (น้อย)	4
การโฆษณา	1 (1.9)	21 (39.6)	24 (45.3)	(13.2)	0 (0.0)	2.30 (น้อยที่สุด)	8
มีการส่งข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	1 (1.9)	3 (5.7)	21 (39.6)	22 (41.5)	6 (11.3)	2.45 (น้อยที่สุด)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.25 (น้อย)	

จากตารางที่ 31 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (3.25) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมาคือ มีส่วนลดพิเศษกรณีสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณมากตามเงื่อนไขที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีพนักงานขายเข้ามาแนะนำสินค้าและบริการที่บริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.74) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับคือ มีบริการตรวจเช็คเครื่องฟรีก่อนทำการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.30) มีบริการให้ทดลองใช้สินค้าหลังการติดตั้ง เช่น 1 อาทิตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.13) การจัดฝึกอบรมความรู้สัมมนาแก่ลูกค้าฟรีอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.11) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุดคือ มีการส่งข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 2.45) และการโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 2.30)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ ในการติดตั้งระบบ คอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี	27 (50.9)	21 (39.6)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.42 (มาก)	1
ช่างเทคนิค วิศวกร ได้รับการ ฝึกอบรมมาอย่างดีและต่อเนื่อง ในสินค้าและบริการติดตั้ง ระบบคอมพิวเตอร์	24 (45.3)	19 (35.8)	10 (18.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.26 (มาก)	5
ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หา สาเหตุและสามารถแก้ไข ปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง	27 (50.9)	21 (39.6)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.42 (มาก)	1
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถ อธิบายปัญหาและแก้ไขให้ เข้าใจได้	24 (45.3)	24 (45.3)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.36 (มาก)	2
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถ อธิบายเหตุผลของอาการเสียได้	22 (41.5)	26 (49.1)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.32 (มาก)	3
พนักงานขาย ช่างเทคนิคและ วิศวกรมีอัธยาศัยและมนุษย- สัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพใน การให้บริการ	22 (41.5)	26 (49.1)	1 (1.9)	4 (7.5)	0 (0.0)	4.25 (มาก)	6
ความกระตือรือร้นการ ให้บริการของพนักงานทุกคน	22 (41.5)	24 (45.3)	7 (13.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	4
ช่างเทคนิคและ วิศวกร สามารถทำงานต่อเนื่องเกิน เวลา	18 (34.0)	30 (56.6)	6 (5.7)	1 (1.9)	1 (1.9)	4.19 (มาก)	8

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานขาย ออกพบปะลูกค้า สม่ำเสมอ	16 (30.2)	28 (52.8)	9 (17.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	10
พนักงานขาย มีการดูแลเอาใจ ใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	17 (32.1)	31 (58.5)	5 (9.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	7
พนักงานขายเสนอสินค้าและ บริการได้เหมาะสมกับความ ต้องการ	17 (32.1)	27 (50.9)	9 (17.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	9
พนักงานขายมีการติดต่อ ประสานงานกับผู้ซื้ออย่าง ต่อเนื่อง	16 (30.2)	29 (54.7)	8 (15.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	9
ค่าเฉลี่ยรวม						4.26 (มาก)	

จากตารางที่ 32 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวม
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
เรียงลำดับ คือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบ
คอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่าง
ถูกต้อง/ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมาคือ ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้
เข้าใจได้ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายเหตุผลของอาการเสียได้ (ค่าเฉลี่ย 4.32)
ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ช่างเทคนิค วิศวกร ได้รับการ
ฝึกอบรมมาอย่างดีและต่อเนื่องในสินค้าและบริการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.26)
พนักงานขาย ช่างเทคนิคและ วิศวกรมีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพในการ
ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) พนักงานขาย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.23) ช่าง
เทคนิคและวิศวกร สามารถทำงานต่อเนื่องเกินเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.19) พนักงานขายเสนอสินค้าและ
บริการได้เหมาะสมกับความต้องการ พนักงานขายมีการติดต่อประสานงานกับผู้ซื้ออย่างต่อเนื่อง
(ค่าเฉลี่ย 4.15) และพนักงานขาย ออกพบปะลูกค้าสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	16 (30.2)	22 (41.5)	15 (28.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	6
มีความสะดวกรวดเร็วในการ ติดต่อกับทางบริษัท	22 (41.5)	25 (47.2)	6 (11.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.30 (มาก)	5
การนัดหมายตรงเวลา	41 (77.4)	11 (20.8)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75 (มากที่สุด)	1
มีความรวดเร็วในการใช้เวลา ในการบริการติดตั้งและซ่อม	36 (67.9)	11 (20.8)	6 (11.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.57 (มากที่สุด)	2
แจ้งระยะเวลาก่อนการติดตั้ง และการซ่อมที่ชัดเจน	27 (50.9)	20 (37.7)	6 (11.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	4
แจ้งข้อมูลค่าบริการก่อนการ ติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	27 (50.9)	20 (37.7)	6 (11.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	4
เงื่อนไขการให้บริการสามารถ แก้ไขให้ตรงตามความต้องการ ของลูกค้า	31 (58.5)	21 (39.6)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.57 (มากที่สุด)	2
การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ	31 (58.5)	21 (39.6)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.57 (มากที่สุด)	2
มีจำนวนช่างเทคนิค วิศวกร เพียงพอในการบริการ	35 (66.0)	7 (13.2)	11 (20.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.45 (มาก)	3
มีการจัดทำบันทึกเก็บประวัติ การบริการให้ลูกค้า	12 (22.6)	30 (56.6)	9 (17.0)	1 (1.9)	1 (1.9)	3.96 (มาก)	7
การออกไปกำกับภาษีและ ใบเสร็จรับเงินที่ถูกต้องและ รวดเร็ว	12 (22.6)	20 (37.7)	17 (32.1)	4 (7.5)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						4.34 (มาก)	

จากตารางที่ 33 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.75) รองลงมาคือ มีความรวดเร็วในการใช้เวลาในการบริการติดตั้งและซ่อม เนื่อง ไขการให้บริการสามารถแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.57) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงลำดับคือ มีจำนวนช่างเทคนิค วิศวกรเพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) แจ้งระยะเวลาก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน แจ้งข้อมูลค่าบริการก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับทางบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.30) กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการจัดทำบันทึกเก็บประวัติการบริการให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) และการออกใบกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระดับอิทธิพล					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มีผล		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ภาพพจน์ของบริษัทดีและ น่าเชื่อถือ	13 (24.5)	16 (30.2)	20 (37.7)	12 (22.6)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	1
บริษัทมีชื่อเสียง	5 (9.4)	16 (30.2)	20 (37.7)	12 (22.6)	0 (0.0)	3.26 (น้อย)	5
บริษัทตั้งมานาน	1 (1.9)	15 (28.3)	19 (35.8)	10 (18.9)	8 (15.1)	2.83 (น้อย)	7
พนักงานขาย ช่างเทคนิค วิศวกรแต่งกายเรียบร้อยและมี ชุดฟอร์มที่เป็นเอกลักษณ์ของ บริษัทผู้ขาย	0 (0.0)	19 (35.8)	18 (34.0)	9 (17.0)	7 (13.2)	2.92 (น้อย)	6
มีเครื่องมืออุปกรณ์ครบและ ทันสมัยในการให้บริการ	5 (9.4)	20 (37.7)	20 (37.7)	8 (15.1)	0 (0.0)	3.42 (น้อย)	4
มีใบรับรองคุณภาพ มาตรฐาน ในสินค้าและการให้บริการ	22 (41.5)	9 (17.0)	6 (11.3)	15 (28.3)	1 (1.9)	3.68 (มาก)	2
ชื่อเสียงและความชำนาญใน การให้บริการ	9 (17.0)	22 (41.5)	13 (24.5)	4 (7.5)	5 (9.4)	3.49 (น้อย)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.44 (น้อย)	

จากตารางที่ 34 ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวม
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.44) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก
เรียงลำดับ คือ ภาพพจน์ของบริษัทดีและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมาคือ มีใบรับรองคุณภาพ
มาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
น้อยเรียงลำดับ คือ ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีเครื่องมืออุปกรณ์
ครบและทันสมัยในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.42) บริษัทมีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.26) พนักงานขาย ช่าง
เทคนิค วิศวกรแต่งกายเรียบร้อยและมีชุดฟอร์มที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัทผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 2.92)
และบริษัทตั้งมานาน (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ส่วนที่ 4 ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ไม่ได้ มาตรฐาน ตามที่กำหนด							
- คุณลักษณะเครื่อง คอมพิวเตอร์	4 (7.5)	29 (54.7)	15 (28.3)	5 (9.4)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	4
- คุณลักษณะอะไหล่/ อุปกรณ์เสริม/วัสดุสิ้นเปลือง ต่างๆ	4 (7.5)	31 (58.5)	16 (30.2)	5 (9.4)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	3
ตรายี่ห้อสินค้าไม่มีชื่อเสียง (ไม่เป็นที่รู้จัก)	0 (0.0)	9 (17.0)	30 (56.6)	10 (18.9)	4 (7.5)	2.83 (น้อย)	12
ตรายี่ห้ออะไหล่ ไม่มีชื่อเสียง (ไม่เป็นที่รู้จัก)	0 (0.0)	13 (24.5)	28 (52.8)	8 (15.1)	4 (7.5)	2.94 (น้อย)	10
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า และบริการ							
- ไม่มีเครื่องสำรองใช้กรณี สินค้าชำรุดเสียหายระหว่าง ระยะเวลาประกัน	8 (15.1)	32 (60.4)	11 (20.8)	2 (3.8)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	1
- การบำรุงรักษาสินค้าทำไม่ ต่อเนื่อง	8 (15.1)	30 (56.6)	13 (24.5)	2 (3.8)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	2
ไม่มีการแนะนำ ให้การปรึกษา วิธีการใช้งาน	10 (18.9)	15 (28.3)	20 (37.7)	7 (13.2)	1 (1.9)	3.49 (น้อย)	6
ไม่มี คู่มือรายละเอียดเกี่ยวกับ สินค้าและบริการ	16 (30.2)	10 (18.9)	19 (35.8)	4 (7.5)	4 (7.5)	3.57 (มาก)	5

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีการบริการหลังการขาย	11 (20.8)	17 (32.1)	17 (32.1)	2 (3.8)	6 (11.3)	3.47 (น้อย)	7
คุณภาพการติดตั้ง ไม่เรียบร้อย / ไม่สมบูรณ์	9 (17.0)	15 (28.3)	16 (30.2)	9 (17.0)	4 (7.5)	3.30 (น้อย)	8
คุณภาพการซ่อมไม่เรียบร้อย / ไม่สมบูรณ์	5 (9.4)	16 (30.2)	19 (35.8)	10 (18.9)	3 (5.7)	3.19 (น้อย)	9
รูปแบบสินค้าหรือการบริการมี ไม่หลากหลาย	3 (5.7)	10 (18.9)	23 (43.4)	14 (26.4)	3 (5.7)	2.92 (น้อย)	11
ไม่มีสินค้าหลากหลายให้เลือก	3 (5.7)	7 (13.2)	23 (43.4)	17 (32.1)	3 (5.7)	2.81 (น้อย)	13
ค่าเฉลี่ยรวม						3.35 (น้อย)	

จากตารางที่ 35 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.35) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก เรียงลำดับ คือ ไม่มีเครื่องสำรองใช้กรณีสินค้าชำรุดเสียหายระหว่างระยะเวลาประกัน (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือ การบำรุงรักษาสินค้าทำไม่ต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.83) คุณลักษณะอะไหล่/ อุปกรณ์เสริม/วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ ไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนด(ค่าเฉลี่ย 3.70) คุณลักษณะเครื่อง คอมพิวเตอร์ไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.60) ไม่มี คู่มือรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและ การบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับคือ ไม่มีการ แนะนำ ให้การปรึกษา วิธีการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.49) ไม่มีการบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.47) คุณภาพการติดตั้ง ไม่เรียบร้อย / ไม่สมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.30) คุณภาพการซ่อมไม่เรียบร้อย / ไม่ สมบูรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.19) ตรายี่ห้ออะไหล่ ไม่มีชื่อเสียง (ไม่เป็นที่รู้จัก) (ค่าเฉลี่ย 2.94) รูปแบบสินค้า หรือการบริการมีไม่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 2.92) ตรายี่ห้อสินค้าไม่มีชื่อเสียง (ไม่เป็นที่รู้จัก) (ค่าเฉลี่ย 2.83) และไม่มีสินค้าหลากหลายให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 2.81)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สินค้ามีราคาแพง							
- ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์แพง	20 (37.7)	18 (34.0)	13 (24.5)	2 (3.8)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
- ราคาซอฟต์แวร์และ โปรแกรมต่างๆแพง	20 (37.7)	26 (49.1)	5 (9.4)	2 (3.8)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	1
- ราคาอะไหล่/ อุปกรณ์เสริม ต่างๆ/วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆแพง	20 (37.7)	18 (34.0)	13 (24.5)	2 (3.8)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
ค่าบริการสูงกว่าผู้ขายรายอื่นๆ							
- ค่าบริการบำรุงรักษา มีราคา สูง	16 (30.2)	24 (45.3)	13 (24.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
- ค่าบริการติดตั้งพิมพ์ มีราคา สูง	11 (20.8)	20 (37.7)	18 (34.0)	3 (5.7)	1 (1.9)	3.70 (มาก)	4
- ค่าเช่าอุปกรณ์ระบบ คอมพิวเตอร์ มีราคาสูง	6 (11.3)	28 (52.8)	15 (28.3)	0 (0.0)	4 (7.5)	3.60 (มาก)	5
- ค่าบริการติดตั้งระบบ เครือข่าย มีราคาสูง	11 (20.8)	33 (62.3)	8 (15.1)	0 (0.0)	1 (1.9)	4.00 (มาก)	3
ไม่มีการให้เครดิตทางการค้า	6 (11.3)	10 (18.9)	29 (54.7)	4 (7.5)	4 (7.5)	3.19 (น้อย)	8
การให้เครดิตระยะเวลาสั้น	6 (11.3)	10 (18.9)	31 (58.5)	5 (9.4)	1 (1.9)	3.28 (น้อย)	7
ไม่มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไข ปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด	6 (11.3)	16 (30.2)	27 (50.9)	0 (0.0)	4 (7.5)	3.38 (น้อย)	6
ไม่มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลง ราคาให้ทราบล่วงหน้า	5 (9.4)	8 (15.1)	32 (60.4)	3 (5.7)	5 (9.4)	3.09 (น้อย)	9
ไม่สามารถต่อรองราคาได้	11 (20.8)	5 (9.4)	28 (52.8)	1 (1.9)	8 (15.1)	3.19 (น้อย)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.65 (มาก)	

จากตารางที่ 36 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ราคาซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆแพง (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมาคือ ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์แพง ราคาอะไหล่/ อุปกรณ์เสริมต่างๆ/วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆแพง ค่าบริการบำรุงรักษา มีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 4.06) ค่าบริการติดตั้งระบบเครือข่าย มีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ค่าบริการสื่อสิ่งพิมพ์ มีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.70) ค่าเช่าอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์ มีราคาสูง (ค่าเฉลี่ย 3.60) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับคือ ไม่มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.38) การให้เครดิตระยะเวลาสั้น (ค่าเฉลี่ย 3.28) ไม่มีการให้เครดิตทางการค้า ไม่สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.19) และไม่มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาให้ทราบล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่สามารถ/ยาก ในการติดต่อ สั่งซื้อสินค้าและบริการทาง โทรศัพท์	5 (9.4)	10 (18.9)	38 (71.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.38 (น้อย)	5
ไม่มีบริการติดต่อสอบถาม ข้อมูล ปรึกษาปัญหาทาง โทรศัพท์	11 (20.8)	16 (30.2)	26 (49.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.72 (มาก)	3
ไม่มีความยืดหยุ่นในเรื่อง ระยะเวลาการส่งสินค้าและ บริการตามความเร่งด่วนของ โครงการ	9 (17.0)	17 (32.1)	27 (50.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.66 (มาก)	4
วัน เวลา ให้บริการไม่สะดวก	20 (37.7)	11 (20.8)	22 (41.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	1
ติดต่อกับช่างยากและล่าช้า	16 (30.2)	11 (20.8)	26 (49.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	2
ไม่สะดวก/ยาก ในติดต่อกับ ผู้ขายสินค้าและบริการ	20 (37.7)	11 (20.8)	22 (41.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	1
ไม่มีสินค้าที่สั่งซื้อในสต็อก/ สินค้าขาดสต็อกบ่อย	15 (28.3)	20 (37.7)	14 (26.4)	1 (1.9)	3 (5.7)	3.81 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.76 (มาก)	

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบ
ปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับมาก เรียงลำดับ คือ วัน เวลา ให้บริการไม่สะดวก ไม่สะดวก/ยาก ในติดต่อกับผู้ขายสินค้าและ
บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมาคือ ติดต่อกับช่างยากและล่าช้า ไม่มีสินค้าที่สั่งซื้อในสต็อก/สินค้า
ขาดสต็อกบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ไม่มีบริการติดต่อสอบถามข้อมูล ปรึกษาปัญหาทางโทรศัพท์
(ค่าเฉลี่ย 3.72) ไม่มีความยืดหยุ่นในเรื่องระยะเวลาการส่งสินค้าและบริการตามความเร่งด่วนของ
โครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยคือ ไม่สามารถ/ยาก ในการ
ติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็น ลูกค้าประจำ	4 (7.5)	15 (28.3)	32 (60.4)	2 (3.8)	0 (0.0)	3.40 (น้อย)	3
ไม่มีส่วนลดพิเศษกรณีสั่งซื้อ สินค้ามีปริมาณมากตาม เงื่อนไข ที่กำหนด	7 (13.2)	19 (35.8)	20 (37.7)	5 (9.4)	2 (3.8)	3.45 (น้อย)	2
ไม่มีโปรแกรม การจัดฝึกอบรม ความรู้ สัมมนาแก่ลูกค้าฟรี	5 (9.4)	21 (39.6)	16 (30.2)	10 (18.9)	1 (1.9)	3.36 (น้อย)	4
ไม่มีพนักงานขายเข้ามาแนะนำ สินค้าหรือการบริการที่บริษัท	0 (0.0)	21 (39.6)	24 (45.3)	2 (3.8)	6 (11.3)	3.13 (น้อย)	6
ไม่มีสินค้าให้ทดลองก่อนการ สั่งซื้อ	14 (26.4)	23 (43.4)	12 (22.6)	4 (7.5)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	1
ไม่มีโฆษณาหรือการโฆษณา ไม่น่าสนใจ	6 (11.3)	16 (30.2)	20 (37.7)	5 (9.4)	6 (11.3)	3.21 (น้อย)	5
สื่อโฆษณาต่างๆส่งไปไม่ถึง/ ไม่ได้รับข่าวสารต่างๆ	5 (9.4)	9 (17.0)	29 (54.7)	6 (11.3)	4 (7.5)	3.09 (น้อย)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.36 (น้อย)	

จากตารางที่ 38 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.36) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก คือ ไม่มีสินค้าให้ทดลองก่อนการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ น้อย เรียงลำดับ คือ ไม่มีส่วนลดพิเศษกรณีสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณมากตามเงื่อนไข ที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.45) รองลงมาคือ ไม่มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ไม่มี โปรแกรม การจัดฝึกอบรมความรู้ สัมมนาแก่ลูกค้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.36) ไม่มีโฆษณาหรือการโฆษณา ไม่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.21) ไม่มีพนักงานขายเข้ามาแนะนำสินค้าหรือการบริการที่บริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.13) และสื่อโฆษณาต่างๆส่งไปไม่ถึง/ ไม่ได้รับข่าวสารต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ช่างเทคนิค วิศวกรไม่มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ ในการติดตั้งระบบ คอมพิวเตอร์	11 (20.8)	11 (20.8)	30 (56.6)	0 (0.0)	1 (1.9)	3.58 (มาก)	3
ช่างเทคนิค วิศวกรไม่สามารถ อธิบายปัญหา สาเหตุและแก้ไข ให้เข้าใจได้	14 (26.4)	14 (26.4)	24 (45.3)	0 (0.0)	1 (1.9)	3.75 (มาก)	1
ช่างเทคนิควิศวกรไม่สามารถ วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาได้ อย่างถูกต้อง / ถูกจุด	11 (20.8)	13 (24.5)	28 (52.8)	0 (0.0)	1 (1.9)	3.62 (มาก)	2
ช่างเทคนิค วิศวกร ขาดความ เชื่อถือ ไม่ได้รับการฝึกอบรม ในเรื่องของสินค้าและบริการที่ ดีเท่าที่ควร	6 (11.3)	12 (22.6)	31 (58.5)	3 (5.7)	1 (1.9)	3.36 (น้อย)	5
พนักงานขาย ช่างเทคนิคและ วิศวกรไม่สุภาพและไม่มี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี ในการ ให้บริการ	6 (11.3)	12 (22.6)	34 (64.2)	0 (0.0)	1 (1.9)	3.42 (น้อย)	4
พนักงานขายไม่ออกพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยๆ	0 (0.0)	17 (32.1)	27 (50.9)	9 (17.0)	0 (0.0)	3.15 (น้อย)	6
พนักงานขายไม่ดูแลเอาใจใส่ ลูกค้า/ไม่สนใจในการ ให้บริการ	1 (1.9)	16 (30.2)	22 (41.5)	14 (26.4)	0 (0.0)	3.08 (น้อย)	7
พนักงานขายไม่มีการติดต่อ ประสานงานกับผู้ซื้ออย่าง ต่อเนื่อง	0 (0.0)	22 (41.5)	31 (58.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.42 (น้อย)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.42 (น้อย)	

จากตารางที่ 39 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.42) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมากเรียงลำดับคือ ช่างเทคนิค วิศวกรไม่สามารถอธิบายปัญหา สาเหตุและแก้ไขให้เข้าใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมาคือ ช่างเทคนิควิศวกรไม่สามารถวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง / ถูกจุด (ค่าเฉลี่ย 3.62) ช่างเทคนิค วิศวกรไม่มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับคือ พนักงานขายช่างเทคนิคและวิศวกรไม่สุภาพและไม่มีความสัมพันธ์ที่ดี ในการให้บริการ พนักงานขายไม่มีการติดต่อประสานงานกับผู้ซื้ออย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ช่างเทคนิค วิศวกร ขาดความเชื่อถือ ไม่ได้รับการฝึกอบรมในเรื่องของสินค้าและบริการที่ดีเท่าที่ควร (ค่าเฉลี่ย 3.36) พนักงานขายไม่ออกพบปะ เยี่ยมเยียนลูกค้าบ่อยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.15) และพนักงานขายไม่ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า/ไม่สนใจในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ขบวนการสั่งซื้อสินค้ายุ่งยาก ซับซ้อน	6 (11.3)	1 (1.9)	35 (66.0)	8 (15.1)	3 (5.7)	2.98 (น้อย)	10
ไม่ได้รับความสะดวกในการ ติดต่อกับทางบริษัท	9 (17.0)	3 (5.7)	32 (60.4)	6 (11.3)	3 (5.7)	3.17 (น้อย)	8
ไม่มาตรงตามเวลาที่นัดหมาย	10 (18.9)	19 (35.8)	22 (41.5)	2 (3.8)	0 (0.0)	3.70 (มาก)	3
การบริการติดตั้ง /ซ่อม ซ้ำ ใช้ เวลานาน	10 (18.9)	22 (41.5)	19 (35.8)	2 (3.8)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	2
ไม่มีการแจ้งระยะเวลาก่อนการ ติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	4 (7.5)	20 (37.7)	22 (41.5)	7 (13.2)	0 (0.0)	3.40 (น้อย)	7
ไม่มีการแจ้งข้อมูลค่าบริการ ก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ ชัดเจน	9 (17.0)	14 (26.4)	20 (37.7)	10 (18.9)	0 (0.0)	3.42 (น้อย)	6
ไม่สามารถแก้ไขเงื่อนไขการ ให้บริการให้ตรงตามความ ต้องการของลูกค้า	10 (18.9)	16 (30.2)	20 (37.7)	7 (13.2)	0 (0.0)	3.55 (มาก)	5
การส่งมอบสินค้าที่ล่าช้าและ ไม่ถูกต้อง	20 (37.7)	7 (13.2)	22 (41.5)	4 (7.5)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	1
จำนวนช่างเทคนิค วิศวกร มีไม่ เพียงพอในการบริการ	10 (18.9)	14 (26.4)	27 (50.9)	2 (3.8)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	4
ไม่มีการทำบันทึก รายงาน ติดตามผลการบริการให้ลูกค้า	1 (1.9)	11 (20.8)	32 (60.4)	6 (11.3)	3 (5.7)	3.02 (น้อย)	9
ค่าเฉลี่ยรวม						3.44 (น้อย)	

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม พบ ปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.44) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ การส่งมอบสินค้าที่ล่าช้าและไม่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมาคือ การบริการติดตั้ง / ซ่อม ซ้ำ ใช้เวลานาน (ค่าเฉลี่ย 3.75) ไม่มาตรงตามเวลาที่นัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.70) จำนวนช่างเทคนิค วิศวกร มีไม่เพียงพอในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ไม่สามารถแก้ไขข้อบกพร่องการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับคือ ไม่มีการแจ้งข้อมูลค่าบริการก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.42) ไม่มีการแจ้งระยะเวลาก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.40) ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการติดต่อกับทางบริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.17) ไม่มีการทำบันทึก รายงานติดตามผลการบริการให้ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.02) และขบวนการตั้งชื่อสินค้ายุ่งยาก ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัย ด้านลักษณะทาง กายภาพ	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่พบ ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บริษัทมีภาพพจน์ไม่น่าเชื่อถือ	11 (20.8)	7 (13.2)	26 (49.1)	1 (1.9)	5 (5.1)	3.23 (น้อย)	4
บริษัทไม่มีชื่อเสียง	5 (9.4)	11 (20.8)	28 (52.8)	1 (1.9)	8 (15.1)	3.08 (น้อย)	5
บริษัทไม่มีสาขา / มีสาขาน้อย	10 (18.9)	12 (22.6)	30 (56.6)	1 (1.9)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	1
พนักงานขาย ช่างเทคนิค วิศวกรแต่งกายไม่เรียบร้อย ไม่ เหมาะสม	6 (11.3)	10 (18.9)	31 (58.5)	3 (5.7)	3 (5.7)	3.25 (น้อย)	3
เครื่องมืออุปกรณ์ไม่ครบและ ไม่ทันสมัยในการบริการ	11 (20.8)	11 (20.8)	28 (52.8)	3 (5.7)	0 (0.0)	3.57 (มาก)	2
ไม่มีใบรับรองคุณภาพ มาตรฐานของสินค้าและการ ให้บริการ	6 (11.3)	11 (20.8)	30 (56.6)	2 (3.8)	4 (7.5)	3.25 (น้อย)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.32 (น้อย)	

จากตารางที่ 41 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.32) ในปัจจัยย่อยพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากเรียงลำดับ คือ บริษัทไม่มีสาขา / มีสาขาน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.58) เครื่องมืออุปกรณ์ไม่ครบและไม่ ทันสมัยในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับคือ พนักงานขาย ช่างเทคนิค วิศวกรแต่งกายไม่เรียบร้อย ไม่เหมาะสม ไม่มีใบรับรองคุณภาพ มาตรฐานของสินค้าและการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.25) บริษัทมีภาพพจน์ไม่น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.23) และบริษัทไม่มีชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย ประเภทของอุตสาหกรรม และเขตอุตสาหกรรม

5.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กรของท่าน	4.43 (มาก)	4.38 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)	4.36 (มาก)
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.07 (น้อย)	3.15 (มาก)	3.57 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.25 (น้อย)
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.57 (มาก)	3.23 (น้อย)	4.14 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.47 (น้อย)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	3.86 (มาก)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)
กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ เช่น ISO14001	3.50 (มาก)	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)	3.43 (น้อย)	3.58 (มาก)
การแข่งขันของธุรกิจ	3.50 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.86 (มาก)	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)	3.96 (มาก)	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72, 3.68, 3.96, 3.71, 3.64)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการฝ่าย IT ผู้จัดการโรงงาน, ผู้จัดการบัญชี-การเงินและผู้จัดการควบคุมคุณภาพ และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.43, 4.38, 4.20, 4.21) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.57) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านภายในองค์กร	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร	4.43 (มาก)	4.31 (มาก)	4.29 (มาก)	3.60 (มาก)	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)
โครงสร้างภายในองค์กร	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)	4.29 (มาก)	3.20 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.81 (มาก)
กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ/จัดซื้อ	3.93 (มาก)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)
ระบบการจัดการภายในองค์กร	4.07 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.20 (น้อย)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)	3.25 (น้อย)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถาม ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการฝ่าย IT ผู้จัดการทั่วไป,และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07, 3.92,4.14 ,3.88) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน, ผู้จัดการบัญชี-การเงิน,ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการฝ่าย IT ผู้จัดการโรงงาน,ผู้จัดการบัญชี-การเงิน,ผู้จัดการควบคุมคุณภาพและตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.43,4.31,3.60,4.14) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร และ โครงสร้างภายในองค์กร เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.29) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคลจำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไข คุณภาพสินค้าและบริการ	4.57 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	3.86 (มาก)	4.38 (มาก)
อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)	4.06 (มาก)
ความเข้าใจกันระหว่างผู้เลือกซื้อและผู้ขาย	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.71 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสามารถในการชักชวนของผู้ขาย	3.07 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.15 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	4.07 (มาก)	4.40 (มาก)	3.61 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88, 3.87, 4.07, 4.40, 3.61)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ เงื่อนไข คุณภาพสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57, 4.54) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ เงื่อนไข คุณภาพสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43, 3.86) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการ โรงงาน, ผู้จัดการบัญชี-การเงิน, ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือเงื่อนไข คุณภาพสินค้าและบริการ และอำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.80) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงินและควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ	4.57 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.21 (มาก)	4.49 (มาก)
การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อผู้ขาย เช่น ความรู้ ความชำนาญ ฯ	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)
ความคิดเห็นต่อความเสี่ยงในการจัดซื้อหรือใช้บริการ	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21, 4.21, 4.19, 4.20, 4.05)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการฝ่าย IT ผู้จัดการทั่วไปและผู้จัดการโรงงาน, ผู้จัดการบัญชี-การเงิน, ผู้จัดการควบคุมคุณภาพให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57, 4.54, 4.57, 4.80) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่ จำแนกตาม ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการ โรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุม คุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)	3.96 (มาก)	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)
ปัจจัยภายในองค์กร	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)	3.25 (น้อย)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	4.07 (มาก)	4.40 (มาก)	3.61 (มาก)	3.88 (มาก)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	4.21 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยเฉพาะบุคคล

5.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ
เลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธานบริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร	4.36 (มาก)	4.41 (มาก)	4.23 (มาก)	4.36 (มาก)
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.18 (มาก)	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	4.06 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.27 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.25 (น้อย)
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.55 (มาก)	3.45 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.47 (น้อย)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)	3.69 (มาก)	3.79 (มาก)
กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ เช่น ISO14001	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)
การแข่งขันของธุรกิจ	3.36 (น้อย)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ กรรมการผู้จัดการ MD. (3 คน) Executive Director Administration (1 คน)

ผู้จัดการทั่วไป (1 คน) ผู้จัดการโรงงาน (2 คน) หัวหน้าแผนก IT (1 คน)

Advisor (Japanese) (1 คน) ผู้จัดการฝ่าย/โครงการ (3 คน) ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ (1 คน)

จากตารางที่ 47 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74,3.73,3.69)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.36,4.41, 4.23) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยภายในองค์กร	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธาน บริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร	4.36 (มาก)	4.21 (มาก)	4.15 (มาก)	4.23 (มาก)
โครงสร้างภายในองค์กร	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.81 (มาก)
กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ/จัดซื้อ	3.91 (มาก)	3.76 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)
ระบบการจัดการภายในองค์กร	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.69 (มาก)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	3.77 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07,3.92,3.77)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.36,4.21, 4.15) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธาน บริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไข คุณภาพสินค้าและบริการ	4.45 (มาก)	4.45 (มาก)	4.15 (มาก)	4.38 (มาก)
อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)	3.69 (มาก)	4.06 (มาก)
ความเข้าใจกันระหว่างผู้เลือกซื้อและผู้ขาย	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสามารถในการชักชวนของผู้ขาย	3.09 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.15 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93,3.91,3.75)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือเงื่อนไข คุณภาพสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45,4.45, 4.15) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธาน บริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ	4.55 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.49 (มาก)
การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อผู้ขาย เช่น ความรู้ ความชำนาญ ฯ	4.18 (มาก)	4.14 (มาก)	3.92 (มาก)	4.09 (มาก)
ความคิดเห็นต่อความเสี่ยงในการจัดซื้อ หรือใช้บริการ	4.09 (มาก)	3.97 (มาก)	3.62 (มาก)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.27 (มาก)	4.22 (มาก)	3.95 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27,4.22,3.95)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้ายเป็นผู้จัดการฝ่าย IT และประธานบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.55,4.55) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย เป็นตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัย	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธาน บริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)
ปัจจัยภายในองค์กร	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	3.77 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	4.27 (มาก)	4.22 (มาก)	3.95 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้ายให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยเฉพาะบุคคล

5.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	อุตสาหกรรมประเภทอื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร	4.50 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.17 (มาก)	4.42 (มาก)	4.36 (มาก)
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.14 (มาก)	3.85 (มาก)	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.29 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.25 (น้อย)
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.43 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.88 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.47 (น้อย)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)
กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ เช่น ISO14001	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)
การแข่งขันของธุรกิจ	3.50 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)	3.17 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)	3.91 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรมให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73, 3.74, 3.91, 3.64, 3.61)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นประเภทอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.50) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ อุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.31, 4.25, 4.42) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.33) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัยภายในองค์กร	ประเภทอุตสาหกรรม					รวม
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	อุตสาหกรรมประเภทอื่น	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร	4.36 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.33 (มาก)	4.23 (มาก)
โครงสร้างภายในองค์กร	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)
กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ/จัดซื้อ	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	4.17 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)
ระบบการจัดการภายในองค์กร	3.64 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.17 (มาก)	3.92 (มาก)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)	3.98 (มาก)	3.81 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรมให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.98, 3.81, 4.04, 3.92)

ในปัจจุบันย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.36, 4.15, 4.00, 4.33) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือวัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ/จัดซื้อ และระบบการจัดการภายในองค์กร เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 4.17) มากกว่าด้านอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	อุตสาหกรรมประเภทอื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไข คุณภาพสินค้าและบริการ	4.43 (มาก)	4.23 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.38 (มาก)
อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก	4.29 (มาก)	3.77 (มาก)	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	3.83 (มาก)	4.06 (มาก)
ความเข้าใจกันระหว่างผู้เลือกซื้อและผู้ขาย	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	3.50 (มาก)	3.83 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสามารถในการชักชวนของผู้ขาย	3.07 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.17 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.15 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)	4.13 (มาก)	3.92 (มาก)	3.71 (มาก)	3.88 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่าปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรมให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95, 3.79, 4.13, 3.92, 3.71)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ และอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ เงื่อนไข คุณภาพสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43, 4.23, 4.17) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ เงื่อนไขคุณภาพสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63, 4.67) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	อุตสาหกรรมประเภทอื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ	4.57 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.49 (มาก)
การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อผู้ขาย เช่น ความรู้ ความชำนาญ ฯ	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.09 (มาก)
ความคิดเห็นต่อความเสี่ยงในการจัดซื้อหรือใช้บริการ	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	3.67 (มาก)	3.91 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.24 (มาก)	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)	4.39 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่าปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรมให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24, 4.08, 4.25, 4.39, 4.00)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57, 4.63, 4.67) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ และอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือการยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.38, 4.33) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัย	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	อุตสาหกรรมประเภทอื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)	3.91 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)	3.72 (มาก)
ปัจจัยภายในองค์กร	3.86 (มาก)	3.98 (มาก)	3.81 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)	4.13 (มาก)	3.92 (มาก)	3.71 (มาก)	3.88 (มาก)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	4.24 (มาก)	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)	4.39 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 56 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรมให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยเฉพาะบุคคล

5.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	เขตอุตสาหกรรม			
	เขตอุตสาหกรรมทั่วไป	เขตอุตสาหกรรมส่งออก	เขตอุตสาหกรรมอื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กรของท่าน	4.36 (มาก)	4.39 (มาก)	4.00 (มาก)	4.37 (มาก)
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.21 (น้อย)	3.22 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.24 (น้อย)
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.43 (น้อย)	3.47 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.47 (น้อย)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)
กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ เช่น ISO14001	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.59 (มาก)
การแข่งขันของธุรกิจ	3.36 (น้อย)	3.64 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.55 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)

จากตารางที่ 57 พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเขตอุตสาหกรรมให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66, 3.75, 3.71)

ในปัจจุบันพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป และอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.36, 4.39) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านภายในองค์กร	เขตอุตสาหกรรม			
	เขตอุตสาหกรรมทั่วไป	เขตส่งออก	เขตอื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กรของท่าน	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)
โครงสร้างภายในองค์กรของท่าน	3.71 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)
กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ/จัดซื้อ	3.57 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)
ระบบการจัดการภายในองค์กรของท่าน	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 58 พบว่าปัจจัยปัจจัยด้านภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเขตอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84, 3.95, 4.00)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป และอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.21, 4.25) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 59 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยระหว่างบุคคล	เขตอุตสาหกรรม			
	เขตอุตสาหกรรม ทั่วไป	เขต ส่งออก	เขต อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงื่อนไขคุณภาพสินค้าและบริการ	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)	4.41 (มาก)
อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพล ในการเลือก	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)
ความเข้าใจกันระหว่างผู้เลือกซื้อและ ผู้ขาย	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
ความสามารถในการชักชวนของผู้ขาย	2.93 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.14 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82 (มาก)	3.92 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่าปัจจัยปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเขตอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82, 3.92, 3.75)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป และเขตอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ เงื่อนไขคุณภาพสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.36, 4.44) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ เงื่อนไขคุณภาพสินค้าและบริการ อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก และความเข้าใจกันระหว่างผู้เลือกซื้อและผู้ขาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	เขตอุตสาหกรรม			
	เขตอุตสาหกรรม ทั่วไป	เขต ส่งออก	เขต อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)
การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ	4.43 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อผู้ขาย เช่น ความรู้ ความชำนาญ บุคลิกลักษณะ	4.07 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
ความคิดเห็นต่อความเสี่ยงในการจัดซื้อหรือใช้บริการ	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 60 พบว่าปัจจัยปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเขตอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14, 4.19, 4.00)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	เขตอุตสาหกรรม			
	เขตอุตสาหกรรม ทั่วไป	เขต ส่งออก	เขต อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	3.66 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.72 (มาก)
ปัจจัยภายในองค์กร	3.84 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	3.82 (มาก)	3.92 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 61 พบว่าปัจจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเขตอุตสาหกรรมให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกคือ ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัท จัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย ประเภทของ อุตสาหกรรม และเขตอุตสาหกรรม

6.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัท จัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการ ฝ่าย IT	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการ โรงงาน บัญชี-การเงิน และ ควบคุม คุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ได้ มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ	4.50 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.49 (มาก)
ตราชื่อของสินค้า	3.79 (มาก)	3.62 (มาก)	3.86 (มาก)	3.20 (มาก)	3.86 (มาก)	3.72 (มาก)
ตราชื่อของอะไหล่	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)
<u>เงื่อนไขการรับประกันสินค้าและ การบริการ</u>						
- มีเครื่องสำรองให้ใช้กรณีสินค้า ชำรุดเสียหายระหว่างระยะเวลา	4.29 (มาก)	4.31 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.42 (มาก)
- การบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง	4.29 (มาก)	4.23 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.40 (มาก)
มีการแนะนำให้การปรึกษา วิธีการใช้งาน	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	4.29 (มาก)	3.80 (มาก)	4.36 (มาก)	3.96 (มาก)

ตารางที่ 62 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการ ฝ่าย IT	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการ โรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุม คุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีคู่มือรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้า และบริการ	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	4.14 (มาก)	4.60 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการบริการหลังการขาย	4.43 (มาก)	4.38 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)
คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่ สมบูรณ์	4.57 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
คุณภาพ งานซ่อม ที่สมบูรณ์	4.57 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
ความสะอาดเรียบร้อยหลังการ บริการติดตั้ง	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)	4.14 (มาก)	4.21 (มาก)
ความสะอาดเรียบร้อยหลังงาน ซ่อม	3.86 (มาก)	4.08 (มาก)	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)
มีความหลากหลายของรูปแบบ ของสินค้าและบริการ	3.71 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.40 (มาก)	3.64 (มาก)	3.83 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายให้เลือก	3.50 (มาก)	3.62 (มาก)	3.86 (มาก)	3.40 (น้อย)	3.86 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)	4.32 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 62 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่งให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06, 4.05, 4.32, 4.29, 4.20)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์ และคุณภาพ งานซ่อม ที่สมบูรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.57, 4.71) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.54) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีเครื่องสำรองไฟใช้กรณีสินค้าชำรุดเสียหายระหว่างระยะเวลาประกัน คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์ และคุณภาพ งานซ่อม ที่สมบูรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.57) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการ โรงงาน, ผู้จัดการบัญชี-การเงิน, ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์ และคุณภาพ งานซ่อม ที่สมบูรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.80) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า						
- ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์	4.07 (มาก)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.40 (มาก)	4.36 (มาก)	4.30 (มาก)
- ราคาซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆ	3.93 (มาก)	4.23 (มาก)	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)
- ราคาอะไหล่/ อุปกรณ์เสริม/ วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ	3.93 (มาก)	4.23 (มาก)	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)
อัตรค่าบริการ						
- การบำรุงรักษา	2.79 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.80 (มาก)	3.36 (น้อย)	3.30 (น้อย)
- การบริการสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การออกแบบเว็บไซต์	2.43 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.20 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.79 (น้อย)
- การเช่าอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์	2.64 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.40 (น้อย)	2.93 (น้อย)	3.00 (น้อย)
- บริการติดตั้งระบบเครือข่าย	2.57 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.00 (น้อย)
มีการให้เครดิตทางการค้า	3.93 (มาก)	4.15 (มาก)	4.43 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.25 (มาก)
มีระยะเวลาในการให้เครดิต	3.93 (มาก)	4.15 (มาก)	4.43 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)	4.23 (มาก)

ตารางที่ 63 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด	4.43 (มาก)	4.15 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.43 (มาก)	4.23 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.30 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 63 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.30) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย IT ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการบัญชี-การเงิน ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54, 3.75, 3.86, 3.63)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และสามารถต่อรองราคาได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และสามารถต่อรองราคาได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.71) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการ โรงงาน ผู้จัดการบัญชี-การเงิน ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และสามารถต่อรองราคาได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.80) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ได้	3.57 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.43 (น้อย)
มีบริการติดต่อสอบถามข้อมูลปรึกษาปัญหาทางโทรศัพท์	3.00 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.21 (น้อย)
มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าและบริการตามความเร่งด่วนของโครงการ	2.93 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.21 (น้อย)
ให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์	3.00 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.36 (น้อย)	3.26 (น้อย)
การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.	3.43 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.29 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.43 (น้อย)	3.28 (น้อย)
การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	2.64 (น้อย)	2.69 (น้อย)	2.71 (น้อย)	1.60 (น้อยที่สุด)	3.07 (มาก)	2.68
สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)	3.71 (มาก)	3.80 (มาก)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)
สามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการได้สะดวก รวดเร็ว	3.21 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.79 (มาก)	3.42 (น้อย)
มีหลายสาขา สะดวกในการใช้บริการ	3.00 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.19 (น้อย)
มีสินค้าตลอดเวลา / ไม่ขาดสต็อก	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.15 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.17 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.24 (น้อย)

จากตารางที่ 64 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่ง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.13, 3.31, 3.17, 2.94, 3.44)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.57) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการได้สะดวก รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.62) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปและผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการบัญชี-การเงิน ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.71, 3.80) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ได้ สามารถติดต่อกับช่างโดยตรงเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.57) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	3.80 (มาก)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)
มีส่วนลดพิเศษกรณีสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณมากตามเงื่อนไขที่กำหนด	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)
การจัดฝึกอบรมความรู้สมนาแก่ลูกค้าพร้อมอย่างสม่ำเสมอ	2.93 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.11 (น้อย)
มีพนักงานขาย เข้ามาแนะนำสินค้าและบริการที่บริษัท	3.79 (มาก)	3.54 (มาก)	3.71 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.57 (มาก)	3.74 (มาก)
มีบริการให้ทดลองใช้สินค้าหลังการติดตั้ง เช่น 1 อาทิตย์	3.07 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.13 (น้อย)
มีบริการตรวจเช็คเครื่องฟรีก่อนทำการซ่อม	3.14 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.30 (น้อย)
การโฆษณา	2.21 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.21 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)
มีการส่งข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	2.21 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.40 (น้อยที่สุด)	2.71 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.16 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.25 (น้อย)

จากตารางที่ 65 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่ง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.16, 3.19, 3.39, 3.40, 3.29)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการฝ่าย IT ผู้จัดการทั่วไป และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.07, 4.00, 4.29, 4.29) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน, ผู้จัดการบัญชี-การเงิน, ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีพนักงานขาย เข้ามาแนะนำสินค้าและบริการที่บริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.60) มากกว่าด้านอื่น

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. 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 either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เป็นอย่างดี	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร ได้รับการ ฝึกอบรมมาอย่างดีและต่อเนื่อง ในสินค้าและบริการติดตั้ง ระบบคอมพิวเตอร์	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)	4.26 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร วิเคราะห์หา สาเหตุและสามารถแก้ไข ปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถ อธิบายปัญหาและแก้ไขให้ เข้าใจได้	4.14 (มาก)	4.15 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถ อธิบายเหตุผลของอาการเสียได้	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)	4.43 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)
พนักงานขาย ช่างเทคนิคและ วิศวกร มีอัธยาศัยและมนุษย สัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพใน การให้บริการ	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	4.43 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)
ความกระตือรือร้นการ ให้บริการของพนักงานทุกคน	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)	4.29 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.28 (มาก)

ตารางที่ 66 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ช่างเทคนิค และวิศวกร สามารถทำงานต่อเนื่องเกินเวลา	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	4.29 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.19 (มาก)
พนักงานขาย ออกพบปะลูกค้าสม่ำเสมอ	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	4.14 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานขาย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.21 (มาก)	4.23 (มาก)	4.14 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)	4.23 (มาก)
พนักงานขายเสนอสินค้าและบริการได้เหมาะสมกับความต้องการ	4.14 (มาก)	4.15 (มาก)	4.14 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	3.93 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานขายมีการติดต่อประสานงานกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	4.07 (มาก)	4.15 (มาก)	4.14 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)	4.38 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 66 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการฝ่าย IT ผู้จัดการทั่วไป และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12, 4.11, 4.38, 4.30) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่ง ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการบัญชี-การเงิน ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.8)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.29) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานขาย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.23) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี และ ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.71) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน,ผู้จัดการบัญชี-การเงิน,ผู้จัดการควบคุมคุณภาพและตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี และ ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายเหตุผลของอาการเสียได้ พนักงานขาย ช่างเทคนิคและ วิศวกรมีอัธยาศัยและมนุษย สัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.80, 4.50) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุม คุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	3.79 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)	4.40 (มาก)	4.07 (มาก)	4.02 (มาก)
มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับทางบริษัท	4.21 (มาก)	4.31 (มาก)	4.14 (มาก)	4.40 (มาก)	4.43 (มาก)	4.30 (มาก)
การนัดหมายตรงเวลา	4.79 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
มีความรวดเร็วในการใช้เวลาในการบริการติดตั้งและซ่อม	4.64 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
แจ้งระยะเวลาก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	4.29 (มาก)	4.23 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.40 (มาก)
แจ้งข้อมูลค่าบริการก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	4.14 (มาก)	4.38 (มาก)	4.29 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
เงื่อนไขการให้บริการสามารถแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.43 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็วถูกต้อง แม่นยำ	4.57 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
มีจำนวนช่างเทคนิควิศวกรเพียงพอในการบริการ	4.43 (มาก)	4.38 (มาก)	4.43 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
มีการจัดทำบันทึกเก็บประวัติการบริการให้ลูกค้า	3.79 (มาก)	3.69 (มาก)	4.14 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.07 (มาก)	3.96 (มาก)
การออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว	3.43 (น้อย)	3.54 (มาก)	4.14 (มาก)	4.40 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)	4.38 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.34 (มาก)

จากตารางที่ 67 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการฝ่าย IT ผู้จัดการทั่วไป และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23, 4.23, 4.38, 4.42) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่ง ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการบัญชี-การเงิน ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.64)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ผู้จัดการฝ่าย IT และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.79, 4.62, 4.86) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การนัดหมายตรงเวลา และ การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.71) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน, ผู้จัดการบัญชี-การเงิน, ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การนัดหมายตรงเวลา แจ้งระยะเวลาก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน แจ้งข้อมูลค่าบริการก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน เงื่อนไขการให้บริการสามารถแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.80)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม					
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพพจน์ของบริษัทดีและน่าเชื่อถือ	3.43 (น้อย)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	4.40 (มาก)	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)
บริษัทมีชื่อเสียง	3.07 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.57 (มาก)	4.20 (มาก)	3.29 (น้อย)	3.26 (น้อย)
บริษัทตั้งมานาน	2.64 (น้อย)	2.62 (น้อย)	3.14 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.83 (น้อย)
พนักงานขาย ช่างเทคนิค วิศวกรแต่งกายเรียบร้อยและมีชุดฟอร์มที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัทผู้ขาย	2.79 (น้อย)	2.62 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.14 (น้อย)	2.92 (น้อย)
มีเครื่องมืออุปกรณ์ครบและทันสมัยในการให้บริการ	3.29 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.42 (น้อย)
มีใบรับรองคุณภาพมาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ	3.50 (มาก)	3.23 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	4.07 (มาก)	3.68 (มาก)
ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ	3.21 (น้อย)	3.38 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.20 (น้อย)	3.71 (มาก)	3.49 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.53 (มาก)	3.34 (น้อย)

จากตารางที่ 68 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายซื้อ และผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.13, 3.12) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการบัญชี-การเงิน ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63, 3.57, 3.53)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มิไบบรรองคุณภาพ มาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย IT และตำแหน่งผู้จัดการโรงงาน, ผู้จัดการบัญชี-การเงิน, ผู้จัดการควบคุมคุณภาพ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพพจน์ของบริษัทและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.69, 4.40) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพพจน์ของบริษัทและน่าเชื่อถือ มิไบบรรองคุณภาพ มาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ และชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มิไบบรรองคุณภาพมาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม				
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	ผู้จัดการฝ่าย IT	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการโรงงาน บัญชี-การเงิน และควบคุมคุณภาพ	อื่นๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)	4.32 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.30 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	3.63 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.13 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.17 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.44 (น้อย)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.16 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.29 (น้อย)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)	4.38 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)	4.38 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.13 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.53 (มาก)

จากตารางที่ 69 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกตำแหน่ง ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

6.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ
บริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตามผู้มีอำนาจในการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้
บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธาน บริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ	4.45 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.49 (มาก)
ตราชื่อของสินค้า	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)	3.72 (มาก)
ตราชื่อของอะไหล่	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้าและบริการ				
- มีเครื่องสำรองไฟใช้กรณีสินค้าชำรุดเสียหายระหว่างระยะเวลาประกัน	4.36 (มาก)	4.45 (มาก)	4.38 (มาก)	4.42 (มาก)
- การบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง	4.36 (มาก)	4.45 (มาก)	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)
มีการแนะนำให้การปรึกษา วิธีการใช้งาน	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)	4.15 (มาก)	3.96 (มาก)
มีคู่มือรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	3.82 (มาก)	3.97 (มาก)	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการบริการหลังการขาย	4.36 (มาก)	4.41 (มาก)	4.38 (มาก)	4.40 (มาก)
คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์	4.45 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
คุณภาพ งานซ่อม ที่สมบูรณ์	4.45 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)

ตารางที่ 70 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธานบริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะอาดเรียบร้อยหลังการบริการติดตั้ง	4.18 (มาก)	4.24 (มาก)	4.15 (มาก)	4.21 (มาก)
ความสะอาดเรียบร้อยหลังงานซ่อม	4.09 (มาก)	4.07 (มาก)	3.92 (มาก)	4.04 (มาก)
มีความหลากหลายของรูปแบบของสินค้าและการบริการ	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	3.62 (มาก)	3.83 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายให้เลือก	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)	3.77 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 70 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12, 4.16, 4.16)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายเป็นผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ได้มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์ และคุณภาพงานซ่อม ที่สมบูรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.45) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายเป็นประธานบริษัท และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือคุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์ และคุณภาพงานซ่อม ที่สมบูรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.62, 4.69) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท จัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยด้านราคา	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธาน บริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า				
- ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์	4.27 (มาก)	4.34 (มาก)	4.23 (มาก)	4.30 (มาก)
- ราคาซอฟต์แวร์และ โปรแกรมต่างๆ	4.18 (มาก)	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)
- ราคาอะไหล่/ อุปกรณ์เสริม/วัสดุสิ้นเปลือง ต่างๆ	4.18 (มาก)	4.10 (มาก)	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)
อัตรค่าบริการ				
- การบำรุงรักษา	3.27 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.30 (น้อย)
- การบริการสิ่งพิมพ์ เช่น การออกแบบ เว็บไซต์	2.64 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.79 (น้อย)
- การเช่าอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)
- บริการติดตั้งระบบเครือข่าย	3.09 (น้อย)	2.97 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)
มีการให้เครดิตทางการค้า	4.18 (มาก)	4.24 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)
มีระยะเวลาในการให้เครดิต	4.18 (มาก)	4.21 (มาก)	4.31 (มาก)	4.23 (มาก)
มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการ สั่งซื้อที่กำหนด	4.36 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า	3.91 (มาก)	4.10 (มาก)	4.31 (มาก)	4.11 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.36 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 71 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51, 3.55, 3.62)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายเป็นผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และสามารถต่อรองราคาได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.36) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายเป็นประธานบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และสามารถต่อรองราคาได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.52) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายเป็นตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.69) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธานบริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ได้	3.36 (น้อย)	3.48 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.43 (น้อย)
มีบริการติดต่อสอบถามข้อมูล ปรีกษาปัญหาทางโทรศัพท์	3.27 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.21 (น้อย)
มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าและบริการตามความเร่งด่วนของโครงการ	3.27 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.21 (น้อย)
ให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์	3.18 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.26 (น้อย)
การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.	3.27 (น้อย)	3.24 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.28 (น้อย)
การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	2.64 (น้อย)	2.62 (น้อย)	2.85 (น้อย)	2.68 (น้อย)
สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง	3.55 (มาก)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)
สามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการได้สะดวก รวดเร็ว	3.27 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.77 (มาก)	3.42 (น้อย)
มีหลายสาขา สะดวกในการใช้บริการ	3.36 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.19 (น้อย)
มีสินค้าตลอดเวลา/ไม่ขาดสต็อก	3.18 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.15 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.24 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.24 (น้อย)

จากตารางที่ 72 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.24, 3.20, 3.33)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายเป็นผู้จัดการฝ่าย IT และประธานบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.55, 3.59) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้าย เป็นตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการได้ สะดวก รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.77) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธาน บริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ	3.91 (มาก)	4.17 (มาก)	4.15 (มาก)	4.11 (มาก)
มีส่วนลดพิเศษกรณีสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณมากตามเงื่อนไขที่กำหนด	3.82 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.89 (มาก)
การจัดฝึกอบรมความรู้สมนาแก่ลูกค้าฟรีอย่างสม่ำเสมอ	3.18 (น้อย)	3.07 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.11 (น้อย)
มีพนักงานขายเข้ามาแนะนำสินค้าและบริการที่บริษัท	3.55 (มาก)	3.83 (มาก)	3.69 (มาก)	3.74 (มาก)
มีบริการให้ทดลองใช้สินค้าหลังการติดตั้ง เช่น 1 อาทิตย์	3.27 (น้อย)	3.10 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.13 (น้อย)
มีบริการตรวจเช็คเครื่องฟรีก่อนทำการซ่อม	3.27 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.30 (น้อย)
การโฆษณา	2.36 (น้อยที่สุด)	2.28 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)
มีการส่งข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	2.45 (น้อยที่สุด)	2.41 (น้อยที่สุด)	2.54 (น้อย)	2.45 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.23 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.25 (น้อย)

จากตารางที่ 73 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.23, 3.26, 3.27)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.91, 4.17, 4.15) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัท จัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยด้านบุคลากร	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธาน บริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี	4.27 (มาก)	4.45 (มาก)	4.46 (มาก)	4.42 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร ได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดีและต่อเนื่องในสินค้าและบริการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	4.09 (มาก)	4.31 (มาก)	4.31 (มาก)	4.26 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร วิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง	4.27 (มาก)	4.45 (มาก)	4.46 (มาก)	4.42 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายปัญหา และแก้ไขให้เข้าใจได้	4.18 (มาก)	4.38 (มาก)	4.46 (มาก)	4.36 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายเหตุผลของอาการเสียได้	4.18 (มาก)	4.34 (มาก)	4.38 (มาก)	4.32 (มาก)
พนักงานขาย ช่างเทคนิคและ วิศวกรมี อธิษาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพ ในการให้บริการ	4.09 (มาก)	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)
ความกระตือรือร้นการให้บริการของ พนักงานทุกคน	4.09 (มาก)	4.31 (มาก)	4.38 (มาก)	4.28 (มาก)
ช่างเทคนิคและวิศวกร สามารถทำงาน ต่อเนื่องกินเวลา	3.91 (มาก)	4.21 (มาก)	4.38 (มาก)	4.19 (มาก)
พนักงานขาย ออกพบปะลูกค้าสม่ำเสมอ	4.18 (มาก)	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานขาย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.27 (มาก)	4.24 (มาก)	4.15 (มาก)	4.23 (มาก)
พนักงานขายเสนอสินค้าและบริการได้ เหมาะสมกับความต้องการ	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานขายมีการติดต่อประสานงานกับผู้ซื้ออย่างต่อเนื่อง	4.18 (มาก)	4.10 (มาก)	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.16 (มาก)	4.28 (มาก)	4.32 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 74 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16, 4.28, 4.32)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้าย เป็นผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกจุด และพนักงานขาย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้าย เป็นประธานบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุ และสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกจุด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.45) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้าย เป็นตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุ และสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกจุด ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.46) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธานบริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	3.91 (มาก)	3.97 (มาก)	4.23 (มาก)	4.02 (มาก)
มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับทางบริษัท	4.18 (มาก)	4.28 (มาก)	4.46 (มาก)	4.30 (มาก)
การนัดหมายตรงเวลา	4.55 (มากที่สุด)	4.79 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
มีความรวดเร็วในการใช้เวลาในการบริการติดตั้งและซ่อม	4.36 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
แจ้งระยะเวลาก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	4.18 (มาก)	4.45 (มาก)	4.46 (มาก)	4.40 (มาก)
แจ้งข้อมูลค่าบริการก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	4.18 (มาก)	4.41 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
เงื่อนไขการให้บริการสามารถแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.36 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ	4.45 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)
มีจำนวนช่างเทคนิควิศวกรเพียงพอในการบริการ	4.18 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
มีการจัดทำบันทึกเก็บประวัติการบริการให้ลูกค้า	3.64 (มาก)	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)
การออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว	3.64 (มาก)	3.76 (มาก)	3.85 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 (มาก)	4.37 (มาก)	4.43 (มาก)	4.34 (มาก)

จากตารางที่ 75 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15, 4.37, 4.43)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้าย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.55, 4.79, 4.85) มากกว่าด้านอื่น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธานบริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพพจน์ของบริษัทดีและน่าเชื่อถือ	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)
บริษัทมีชื่อเสียง	3.27 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.26 (น้อย)
บริษัทตั้งมานาน	3.00 (น้อย)	2.79 (น้อย)	2.77 (น้อย)	2.83 (น้อย)
พนักงานขาย ช่างเทคนิค วิศวกรแต่งกายเรียบร้อยและมีชุดฟอร์มที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัทผู้ขาย	3.00 (น้อย)	2.86 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.92 (น้อย)
มีเครื่องมืออุปกรณ์ครบและทันสมัยในการให้บริการ	3.55 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.42 (น้อย)
มีใบรับรองคุณภาพ มาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ	3.36 (น้อย)	3.66 (มาก)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)
ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ	3.45 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.69 (มาก)	3.49 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.35 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.34 (น้อย)

จากตารางที่ 76 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกผู้มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.35, 3.31, 3.41)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายเป็นผู้จัดการฝ่าย IT และประธานบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือภาพพจน์ของบริษัทดีและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.82, 3.79) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายเป็นตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีใบรับรองคุณภาพ มาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์คนสุดท้าย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ผู้มีอำนาจตัดสินใจคนสุดท้าย			
	ผู้จัดการฝ่าย IT	ประธานบริษัท	อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)	4.15 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.24 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.24 (น้อย)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.23 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.25 (น้อย)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.16 (มาก)	4.28 (มาก)	4.32 (มาก)	4.26 (มาก)
ปัจจัยกระบวนการให้บริการ	4.15 (มาก)	4.37 (มาก)	4.43 (มาก)	4.34 (มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	3.35 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.34 (น้อย)

จากตารางที่ 77 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้ายเป็นผู้จัดการฝ่าย IT ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจคนสุดท้าย เป็นประธานบริษัท และตำแหน่งอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

6.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ
บริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบ
แบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรม ชิ้นส่วน และ อุปกรณ์	อุตสาหกรรม อาหารและ เครื่องดื่ม	อุตสาหกรรม อัญ มณีและ เครื่องประ ดับ	อุตสาหกรรม ประเภท อื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ได้ มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ	4.64 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.49 (มาก)
ตราชื่อของสินค้า	3.79 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)
ตราชื่อของอะไหล่	3.86 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)
เงื่อนไขการรับประกันสินค้า และการบริการ						
-มีเครื่องสำรองไฟใช้กรณี สินค้าชำรุดเสียหายระหว่าง ระยะเวลาประกัน	4.36 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.42 (มาก)
-การบำรุงรักษาอย่าง ต่อเนื่อง	4.36 (มาก)	4.46 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	4.33 (มาก)	4.40 (มาก)
มีการแนะนำให้การปรึกษา วิธีการใช้งาน	3.93 (มาก)	4.31 (มาก)	3.88 (มาก)	3.33 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)
มีคู่มือรายละเอียดเกี่ยวกับ สินค้าและบริการ	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)	3.50 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการบริการหลังการขาย	4.21 (มาก)	4.38 (มาก)	4.75 (มาก)	4.83 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.40 (มาก)

ตารางที่ 78 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/ บริการ	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรม ชิ้นส่วน และ อุปกรณ์	อุตสาหกรรม อาหารและ เครื่องดื่ม	อุตสาหกรรม อัญมณีและ เครื่องประดับ	อุตสาหกรรม ประเภท อื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่ สมบูรณ์	4.64 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
คุณภาพ งานซ่อม ที่สมบูรณ์	4.64 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)
ความสะอาดเรียบร้อยหลัง การบริการติดตั้ง	4.21 (มาก)	4.08 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	3.83 (มาก)	4.21 (มาก)
ความสะอาดเรียบร้อยหลัง งานซ่อม	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	4.38 (มาก)	4.17 (มาก)	3.67 (มาก)	4.04 (มาก)
มีความหลากหลายของ รูปแบบของสินค้าและการ บริการ	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)	3.83 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายให้เลือก	3.36 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)	4.29 (มาก)	4.17 (มาก)	4.03 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 78 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรมให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15, 4.18, 4.29, 4.17, 4.03)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นประเภทอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์ และคุณภาพงานซ่อม ที่สมบูรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.64) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีเครื่องสำรองไฟใช้กรณีสินค้าชำรุดเสียหายระหว่างระยะเวลาประกัน คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์ และคุณภาพงานซ่อม ที่สมบูรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.54) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์ คุณภาพงานซ่อม ที่สมบูรณ์ และ ความสะอาดเรียบร้อยหลังการบริการติดตั้ง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.63) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.83) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ คุณภาพการบริการติดตั้งที่สมบูรณ์ และคุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.67) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	อุตสาหกรรมประเภทอื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า						
- ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์	4.21 (มาก)	4.46 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)
- ราคาซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆ	4.07 (มาก)	4.23 (มาก)	4.38 (มาก)	4.17 (มาก)	3.83 (มาก)	4.11 (มาก)
- ราคาอะไหล่/อุปกรณ์เสริม/วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ	4.07 (มาก)	4.23 (มาก)	4.38 (มาก)	4.17 (มาก)	3.83 (มาก)	4.11 (มาก)
อัตรค่าบริการ						
- การบำรุงรักษา	3.14 (น้อย)	3.85 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.17 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.30 (น้อย)
- การบริการสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การออกแบบเว็บไซต์	2.79 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.79 (น้อย)
- การเช่าอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์	2.93 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.13 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.00 (น้อย)
- บริการติดตั้งระบบเครือข่าย	2.79 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.00 (น้อย)	2.67 (น้อย)	2.75 (น้อย)	3.00 (น้อย)
มีการให้เครดิตทางการค้า	4.29 (มาก)	4.46 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)
มีระยะเวลาในการให้เครดิต	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)	4.17 (มาก)	4.23 (มาก)

ตารางที่ 79 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	อุตสาหกรรมประเภทอื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด	4.57 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า	4.21 (มาก)	4.23 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.57 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.53 (มาก)	3.76 (มาก)	3.63 (มาก)	3.35 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 79 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53, 3.76, 3.63) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ อุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.35, 3.42)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และอุตสาหกรรมประเภทอื่น ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และสามารถต่อรองราคาได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.57, 4.67) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.54) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และสามารถต่อรองราคาได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 4.50) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมยานยนต์และเครื่องประดับ	อุตสาหกรรมประเภทอื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ได้	3.50 (มาก)	3.31 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.83 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.43 (น้อย)
มีบริการติดต่อสอบถามข้อมูล ปรึกษาปัญหาทางโทรศัพท์	3.50 (มาก)	3.23 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.21 (น้อย)
มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้าและบริการตามความเร่งด่วนของโครงการ	3.29 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.21 (น้อย)
ให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุดราชการหรือวันนักขัตฤกษ์	3.29 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.13 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.26 (น้อย)
การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.	3.29 (น้อย)	3.54 (มาก)	2.75 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.28 (น้อย)
การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	2.79 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.68 (น้อย)
สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง	3.57 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)	3.83 (มาก)	3.42 (น้อย)	3.58 (มาก)
สามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการได้สะดวกรวดเร็ว	3.43 (น้อย)	3.77 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.42 (น้อย)
มีหลายสาขา สะดวกในการใช้บริการ	3.50 (มาก)	3.38 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.67 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.19 (น้อย)
มีสินค้าตลอดเวลา/ไม่ขาดสต็อก	3.21 (น้อย)	3.31 (น้อย)	2.88 (น้อย)	2.83 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.15 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.34 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.24 (น้อย)

จากตารางที่ 80 พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.34, 3.41, 3.00, 3.05, 3.21)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.57, 3.63) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการได้สะดวก รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.77) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ได้ และสามารถติดต่อกับช่างโดยตรง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.83) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น. (ค่าเฉลี่ย 3.50) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ	3.71 (มาก)	4.23 (มาก)	4.38 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)
มีส่วนลดพิเศษกรณีสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณมากตามเงื่อนไขที่กำหนด	3.43 (น้อย)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)
การจัดฝึกอบรมความรู้สม่ำเสมอแก่ลูกค้าพร้อมสม่ำเสมอ	3.07 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.13 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.92 (น้อย)	3.11 (น้อย)
มีพนักงานขาย เข้ามาแนะนำสินค้าและบริการที่บริษัท	3.93 (มาก)	3.77 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.42 (น้อย)	3.74 (มาก)
มีบริการให้ทดลองใช้สินค้าหลังการติดตั้ง เช่น 1 อาทิตย์	3.00 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.50 (มาก)	2.83 (น้อย)	3.13 (น้อย)
มีบริการตรวจเช็คเครื่องฟรีก่อนทำการซ่อม	3.29 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.33 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.30 (น้อย)
การโฆษณา	2.29 (น้อยที่สุด)	2.69 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.30 (น้อยที่สุด)
มีการส่งข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	2.29 (น้อยที่สุด)	3.08 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.17 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.13 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.01 (น้อย)	3.25 (น้อย)

จากตารางที่ 81 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.13, 3.38, 3.35, 3.01) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีพนักงานขาย เข้ามาแนะนำสินค้าและบริการที่บริษัท (ค่าเฉลี่ย 3.93) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.23, 4.38, 4.00) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.67) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เป็นอย่างดี	4.50 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.38 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร ได้รับการ ฝึกอบรมมาอย่างดีและต่อเนื่อง ในสินค้าและการบริการติดตั้ง ระบบคอมพิวเตอร์	4.50 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หา สาเหตุและสามารถแก้ไข ปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง	4.50 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.38 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถ อธิบายปัญหาและแก้ไขให้ เข้าใจได้	4.50 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)	4.42 (มาก)	4.36 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถ อธิบายเหตุผลของอาการเสียได้	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)
พนักงานขาย ช่างเทคนิคและ วิศวกรมีอัตราสั้ยและมนุษย สัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพใน การให้บริการ	4.43 (มาก)	4.38 (มาก)	4.13 (มาก)	3.50 (มาก)	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)

ตารางที่ 82 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.13 (มาก)	3.83 (มาก)	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)
ช่างเทคนิคและวิศวกรสามารถทำงานต่อเนื่องเกินเวลา	4.43 (มาก)	4.15 (มาก)	4.25 (มาก)	3.50 (มาก)	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)
พนักงานขาย ออกพบปะลูกค้าสม่ำเสมอ	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	4.13 (มาก)
พนักงานขาย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.43 (มาก)	4.08 (มาก)	4.38 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)	4.23 (มาก)
พนักงานขายเสนอสินค้าและบริการได้เหมาะสมกับความต้องการ	4.43 (มาก)	3.92 (มาก)	4.38 (มาก)	4.17 (มาก)	3.92 (มาก)	4.15 (มาก)
พนักงานขายมีการติดต่อประสานงานกับผู้ซื้ออย่างต่อเนื่อง	4.36 (มาก)	4.08 (มาก)	4.25 (มาก)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.45 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)	3.86 (มาก)	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)

จากตารางที่ 82 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.45, 4.25, 4.27, 3.86, 4.25)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี ช่างเทคนิค วิศวกรได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดีและต่อเนื่องในสินค้าและการบริการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายปัญหา และแก้ไขให้เข้าใจได้ ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายเหตุผลของอาการเสียได้ และความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไข ปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.46) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง พนักงานขาย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี พนักงานขายเสนอสินค้าและบริการได้เหมาะสมกับความต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานขาย มีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี และพนักงานขายเสนอสินค้าและบริการได้เหมาะสมกับความต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี และ ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไข ปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.50) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	3.93 (มาก)	4.31 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)
มีความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อกับทางบริษัท	4.14 (มาก)	4.46 (มาก)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)	4.30 (มาก)
การนัดหมายตรงเวลา	4.71 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
มีความรวดเร็วในการใช้เวลาในการบริการติดตั้งและซ่อม	4.50 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
แจ้งระยะเวลาก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	4.50 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	4.17 (มาก)	4.42 (มาก)	4.40 (มาก)
แจ้งข้อมูลค่าบริการก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	4.50 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.42 (มาก)	4.40 (มาก)
เงื่อนไขการให้บริการสามารถแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.71 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ	4.64 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)
มีจำนวนช่างเทคนิค วิศวกรเพียงพอในการบริการ	4.36 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.33 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
มีการจัดทำบันทึกเก็บประวัติการบริการให้ลูกค้า	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)
การออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว	3.86 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.58 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.36 (มาก)	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	4.20 (มาก)	4.32 (มาก)	4.34 (มาก)

จากตารางที่ 83 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36, 4.38, 4.38, 4.20, 4.32)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การนัดหมายตรงเวลา และเงื่อนไขการให้บริการสามารถแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.71) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.69, 4.75, 4.83) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การนัดหมายตรงเวลา และมีความรวดเร็วในการใช้เวลาในการบริการติดตั้งและซ่อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.83) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทของอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์	อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
ภาพพจน์ของบริษัทดีและน่าเชื่อถือ	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)	3.79 (มาก)
บริษัทมีชื่อเสียง	3.29 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.26 (น้อย)
บริษัทตั้งมานาน	2.79 (น้อย)	3.15 (น้อย)	2.63 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.83 (น้อย)
พนักงานขาย ช่างเทคนิค วิศวกร แต่งกายเรียบร้อยและมีชุดฟอร์มที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัทผู้ขาย	3.00 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.75 (น้อย)	2.92 (น้อย)
มีเครื่องมืออุปกรณ์ครบและทันสมัยในการให้บริการ	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	3.13 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.42 (น้อย)
มีใบรับรองคุณภาพมาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)
ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ	3.29 (น้อย)	4.00 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.49 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.32 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.32 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.34 (น้อย)

จากตารางที่ 84 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.32, 3.32, 3.05, 3.25) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพพจน์ของบริษัทและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.88, 3.67) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ภาพพจน์ของบริษัทและน่าเชื่อถือ มีใบรับรองคุณภาพ มาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ และชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีใบรับรองคุณภาพ มาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	ประเภทอุตสาหกรรม					
	อุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์	อุตสาหกรรม ชิ้นส่วน และ อุปกรณ์	อุตสาหกรรม อาหารและ เครื่องดื่ม	อุตสาหกรรม อัญมณีและ เครื่องประดับ	อุตสาหกรรม ประเภท อื่น	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)	4.29 (มาก)	4.17 (มาก)	4.03 (มาก)	4.15 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.53 (มาก)	3.76 (มาก)	3.63 (มาก)	3.35 (น้อย)	3.42 (มาก)	3.85 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.34 (น้อย)	3.41 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.24 (น้อย)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	3.13 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.01 (น้อย)	3.25 (น้อย)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.45 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)	3.86 (มาก)	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.36 (มาก)	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)	4.20 (มาก)	4.32 (มาก)	4.34 (มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทาง กายภาพ	3.32 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.32 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.34 (น้อย)

จากตารางที่ 85 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ยกเว้น ประเภทอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกคือ คือ ปัจจัยด้านบุคลากร

6.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการ
บริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม จำแนกตามในเขตอุตสาหกรรม

ตารางที่ 86 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	เขตอุตสาหกรรม			
	เขต อุตสาหกรรม ทั่วไป	เขต อุตสาหกรรม ส่งออก	เขตอุตสาหกรรม อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ	4.43 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.49 (มาก)
ตราชื่อของสินค้า	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)	4.00 (มาก)	3.71 (มาก)
ตราชื่อของอะไหล่	3.71 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)
มีเครื่องสำรองให้ใช้กรณีสินค้าชำรุดเสียหายระหว่างระยะเวลาประกัน	4.29 (มาก)	4.47 (มาก)	4.00 (มาก)	4.41 (มาก)
การบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง	4.29 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)	4.39 (มาก)
มีการแนะนำให้การปรึกษา วิธีการใช้งาน	3.86 (มาก)	3.97 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
มีคู่มือรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ	3.79 (มาก)	4.08 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.98 (มาก)
มีการบริการหลังการขาย	4.21 (มาก)	4.47 (มาก)	4.00 (มาก)	4.39 (มาก)
คุณภาพการบริการติดตั้ง ที่สมบูรณ์	4.50 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)
คุณภาพ งานซ่อม ที่สมบูรณ์	4.50 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)

ตารางที่ 87 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านราคา	เขตอุตสาหกรรม			
	เขต อุตสาหกรรม ทั่วไป	เขต อุตสาหกรรม ส่งออก	เขตอุตสาหกรรม อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสินค้า				
- ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์	4.14 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)
- ราคาซอฟต์แวร์และ โปรแกรมต่างๆ	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)
- ราคาอะไหล่/ อุปกรณ์เสริม/วัสดุ สิ้นเปลืองต่างๆ	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)
อัตรค่าบริการ				
- การบำรุงรักษา	3.07 (น้อย)	3.42 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.29 (น้อย)
- การบริการสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น การ ออกแบบเว็บไซต์	2.43 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.76 (น้อย)
- การเช่าอุปกรณ์ระบบคอมพิวเตอร์	2.71 (น้อย)	3.14 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.00 (น้อย)
- บริการติดตั้งระบบเครือข่าย	2.79 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)
มีการให้เครดิตทางการค้า	4.14 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)
มีระยะเวลาในการให้เครดิต	4.14 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)
มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณ การสั่งซื้อที่กำหนด	4.43 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.49 (มาก)

ตารางที่ 87 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านราคา	เขตอุตสาหกรรม			
	เขต อุตสาหกรรม ทั่วไป	เขต อุตสาหกรรม ส่งออก	เขตอุตสาหกรรม อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า	4.00 (มาก)	4.17 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.10 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.43 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.41 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.08 (น้อย)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 87 พบว่าปัจจัยปัจจัยราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรม
ทั่วไปและอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.41,
3.08) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป ให้ความสำคัญ
ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ การให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่
กำหนด และสามารถต่อรองราคาได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.43) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน
ในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.56) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน
ระดับมาก ลำดับแรกคือ ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ ราคาซอฟต์แวร์และโปรแกรมต่างๆ ราคา
อะไหล่/ อุปกรณ์เสริม/วัสดุสิ้นเปลืองต่างๆ มีการให้เครดิตทางการค้า มีระยะเวลาในการให้
เครดิต มีการให้ราคาพิเศษตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และสามารถต่อรองราคาได้
เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 88 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เขตอุตสาหกรรม			
	เขตอุตสาหกรรม ทั่วไป	เขตอุตสาหกรรม ส่งออก	เขตอุตสาหกรรม อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ได้	3.14 (น้อย)	3.56 (มาก)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.41 (น้อย)
มีบริการต่อสอบถามข้อมูล ปริญญา ปัญหาทางโทรศัพท์	3.00 (น้อย)	3.31 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.20 (น้อย)
มีความยืดหยุ่นของระยะเวลาการส่งสินค้า และบริการตามความเร่งด่วนของโครงการ	3.00 (น้อย)	3.31 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.20 (น้อย)
ให้บริการทุกวัน ไม่เว้นวันหยุดราชการหรือ วันนักขัตฤกษ์	3.07 (น้อย)	3.36 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.25 (น้อย)
การให้บริการระหว่างเวลา 08.00-17.00 น.	3.21 (น้อย)	3.33 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.27 (น้อย)
การให้บริการระหว่างเวลา 17.00-21.00 น.	2.57 (น้อย)	2.72 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.67 (น้อย)
สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง	3.29 (น้อย)	3.72 (มาก)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.57 (มาก)
สามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการ ได้สะดวก รวดเร็ว	3.29 (น้อย)	3.47 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.39 (น้อย)
มีหลายสาขา สะดวกในการใช้บริการ	3.14 (น้อย)	3.25 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.20 (น้อย)
มีสินค้าตลอดเวลา/ไม่ขาดสต็อก	2.93 (น้อย)	3.25 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.14 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.06 (น้อย)	3.33 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.23 (น้อย)

จากตารางที่ 88 พบว่าปัจจัยปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไปและอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.06, 3.33) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง และสามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการได้สะดวก รวดเร็ว เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.29) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 3.72) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อยที่สุดทุกปัจจัยย่อย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 2.00)

ตารางที่ 89 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เขตอุตสาหกรรม			
	เขตอุตสาหกรรม ทั่วไป	เขตอุตสาหกรรม ส่งออก	เขตอุตสาหกรรม อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ	4.07 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)
มีส่วนลดพิเศษกรณีสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณมากตามเงื่อนไขที่กำหนด	3.71 (มาก)	3.97 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.88 (มาก)
การจัดฝึกอบรมความรู้สมนาแก่ลูกค้าฟรีอย่างสม่ำเสมอ	2.93 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.12 (น้อย)
มีพนักงานขายเข้ามาแนะนำสินค้าและบริการที่บริษัท	3.43 (น้อย)	3.86 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.73 (มาก)
มีบริการให้ทดลองใช้สินค้าหลังการติดตั้ง เช่น 1 อาทิตย์	2.86 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.14 (น้อย)
มีบริการตรวจเช็คเครื่องฟรีก่อนทำการซ่อม	3.14 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.31 (น้อย)
การโฆษณา	2.14 (น้อยที่สุด)	2.39 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.31 (น้อยที่สุด)
มีการส่งข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	2.14 (น้อยที่สุด)	2.58 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	2.45 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.05 (น้อย)	3.35 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.26 (น้อย)

จากตารางที่ 89 พบว่าปัจจัยปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเขตอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.05, 3.35 , 2.88)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกเขตอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ (ค่าเฉลี่ย 4.07, 4.14, 4.00) มากกว่าด้านอื่น

ตารางที่ 90 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านบุคลากร	เขตอุตสาหกรรม			
	เขตอุตสาหกรรม ทั่วไป	เขตอุตสาหกรรม ส่งออก	เขต อุตสาหกรรม อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)	4.41 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกรได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดีและต่อเนื่องในสินค้าและการบริการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์	4.14 (มาก)	4.31 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร วิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)	4.41 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้	4.29 (มาก)	4.39 (มาก)	4.00 (มาก)	4.35 (มาก)
ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายเหตุผลของอาการเสียได้	4.29 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.31 (มาก)
พนักงานขาย ช่างเทคนิคและวิศวกร มีอัธยาศัยและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการ	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)
ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.27 (มาก)
ช่างเทคนิคและวิศวกร สามารถทำงานต่อเนื่องเกินเวลา	4.29 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
พนักงานขายออกพบปะลูกค้าสม่ำเสมอ	4.21 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)
พนักงานมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.29 (มาก)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	4.25 (มาก)
พนักงานขายเสนอสินค้าและบริการได้เหมาะสมกับความต้องการ	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)
พนักงานขายมีการติดต่อประสานงานกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	4.21 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)	3.92 (มาก)	4.27 (มาก)

จากตารางที่ 90 พบว่าปัจจัยปัจจัยด้านบุคคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเขตอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25, 4.28 , 3.92)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไปและเขตอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี ช่างเทคนิค วิศวกร วิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.36, 4.44) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ยกเว้นปัจจัยย่อยด้าน ความกระตือรือร้นการให้บริการของพนักงานทุกคน ที่ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 91 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เขตอุตสาหกรรม			
	เขต อุตสาหกรรม ทั่วไป	เขต อุตสาหกรรม ส่งออก	เขต อุตสาหกรรม อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.02 (มาก)
มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อกับทางบริษัท	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)
การนัดหมายตรงเวลา	4.71 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)
มีความรวดเร็วในการใช้เวลาในการบริการติดตั้งและซ่อม	4.43 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
แจ้งระยะเวลาก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	4.29 (มาก)	4.47 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.39 (มาก)
แจ้งข้อมูลค่าบริการก่อนการติดตั้งและการซ่อมที่ชัดเจน	4.36 (มาก)	4.44 (มาก)	3.00 (น้อย)	4.39 (มาก)
เงื่อนไขการให้บริการสามารถแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	4.50 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ	4.50 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)
มีจำนวนช่างเทคนิค วิศวกรเพียงพอในการบริการ	4.36 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	3.00 (น้อย)	4.45 (มาก)
มีการจัดทำบันทึกเก็บประวัติการบริการให้ลูกค้า	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.96 (มาก)
การออกไปกำกับภาษีและใบเสร็จรับเงินที่ถูกต้องและรวดเร็ว	3.57 (มาก)	3.83 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25 (มาก)	4.39 (มาก)	3.45 (น้อย)	4.33 (มาก)

จากตารางที่ 91 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป และอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25, 4.39) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไปและเขตอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ การนัดหมายตรงเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.71, 4.78) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อกับทางบริษัท การนัดหมายตรงเวลา มีความรวดเร็วในการใช้เวลาในการบริการติดตั้งและซ่อม เงื่อนไขการให้บริการสามารถแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และการส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 92 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เขตอุตสาหกรรม			
	เขต อุตสาหกรรม ทั่วไป	เขต อุตสาหกรรม ส่งออก	เขต อุตสาหกรรม อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาพพจน์ของบริษัทดีและน่าเชื่อถือ	3.36 (น้อย)	3.94 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.76 (มาก)
บริษัทมีชื่อเสียง	2.86 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.24 (น้อย)
บริษัทตั้งมานาน	2.43 (น้อยที่สุด)	2.94 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.80 (น้อย)
พนักงานขาย ช่างเทคนิค วิศวกรแต่งกาย เรียบร้อยและมีชุดฟอร์มที่เป็นๆ	2.57 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.88 (น้อย)
มีเครื่องมืออุปกรณ์ครบและทันสมัยในการ ให้บริการ	3.07 (น้อย)	3.53 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.39 (น้อย)
มีใบรับรองคุณภาพ มาตรฐานในสินค้า และการให้บริการ	3.29 (น้อย)	3.78 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.63 (มาก)
ชื่อเสียงและความชำนาญในการให้บริการ	3.21 (น้อย)	3.58 (มาก)	3.00 (น้อย)	3.47 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม	2.97 (น้อย)	3.45 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.31 (น้อย)

จากตารางที่ 92 พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเขตอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.97, 3.45, 3.00)

ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย ลำดับแรกคือ ภาพพจน์ของบริษัทดีและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.36) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ ภาพพจน์ของบริษัทดีและน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มากกว่าด้านอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับน้อย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 93 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเขตอุตสาหกรรม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เขตอุตสาหกรรม			
	เขต อุตสาหกรรม ทั่วไป	เขต อุตสาหกรรม ส่งออก	เขต อุตสาหกรรม อื่นๆ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.02 (มาก)	4.20 (มาก)	3.93 (มาก)	4.14 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.41 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.08 (น้อย)	3.55 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.06 (น้อย)	3.33 (น้อย)	2.00 (น้อยที่สุด)	3.23 (น้อย)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.05 (น้อย)	3.35 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.26 (น้อย)
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)	3.92 (มาก)	4.27 (มาก)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	4.25 (มาก)	4.39 (มาก)	3.45 (น้อย)	4.33 (มาก)
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	2.97 (น้อย)	3.45 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.31 (น้อย)

จากตารางที่ 93 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเมื่อจำแนกตามเขต
อุตสาหกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริษัทจัดอยู่ในเขตอุตสาหกรรมส่งออก ให้ความสำคัญที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในเขตอุตสาหกรรมอื่นๆ ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

1. ปัญหาอื่นๆ

- การตรวจเช็คหรือซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่ได้ตรวจเช็คและซ่อมที่โรงงานทางช่างเทคนิค วิศวกร จะต้องยกไปซ่อมที่ร้านหรือบริษัท ซึ่งบางครั้งไม่มีความจำเป็น (1 คน)

- พนักงานขาดความตั้งใจต่อลูกค้า (1 คน)

- บริษัทหน้าใหม่มาขายแล้ว ทางองค์กรให้โอกาสในการสั่งซื้อ แต่แล้วบริษัทก็ปิดหายไป (1 คน)

2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สำหรับบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์

- ต้องการให้ทางช่างเทคนิค วิศวกร ทำการตรวจเช็คในส่วนที่เป็นปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ที่โรงงานทันทีโดยไม่ต้องยกไปที่ร้าน (1 คน)

- รักษาการบริการ ชยัน อดทน แต่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า (1 คน)

- บริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์จะต้องมีการแนะนำสินค้าให้ลูกค้าได้เข้าใจมีการนำเสนอสินค้าใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง มีการให้บริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ โทรมาพูดคุยซักถามถึงปัญหาซึ่งอาจจะเกิดจากการใช้งานต่างๆ (1 คน)