

บทที่ 3



บทวิจัย

ความเป็นมาของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้ที่มีต่อตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย ดังนั้นความเป็นมาของการวิจัยมีดังนี้คือ

1. เพื่อเป็นส่วนประกอบการเขียนวิทยานิพนธ์
2. บทวิจัยนี้ไม่ใช่เป็นส่วนสำคัญของการเขียนวิทยานิพนธ์ เพราะส่วนสำคัญของวิทยานิพนธ์อยู่ที่การศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานทางด้านการตลาดของบริษัทผู้ผลิตตู้เหล็กเก็บเอกสารในเขตกรุงเทพมหานคร และปัญหาทางการตลาดบริษัทผู้ผลิตเหล่านี้ประสบและดำเนินการแก้ไข
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้อจากการวิจัยมาสรุปผล เพื่อหาปัจจัยหรือสิ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตภายในประเทศไทย ซึ่งจากข้อมูลเหล่านี้จะได้อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การจัดทำการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้ที่มีต่อตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยนั้น มีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ

1. เพื่อศึกษาจำนวน ประเภทและแบบตู้เหล็กเก็บเอกสารที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการปฏิบัติงาน
2. เพื่อศึกษาจำนวนตู้เหล็กเก็บเอกสารที่กลุ่มตัวอย่างใช้โดยแบ่งเป็นตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตภายในประเทศ และผลิตจากต่างประเทศ

3. ศึกษาแหล่งที่ผู้บริโภค หรือกลุ่มตัวอย่างทำการซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร
4. ศึกษาถึงการให้บริการต่าง ๆ ของบริษัทผู้ผลิต หรือร้านจัดจำหน่ายตู้เหล็กเก็บเอกสารแล้ว ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกอย่างไรหลังจากที่ได้รับบริการ
5. ศึกษาพฤติกรรมในการซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารของผู้บริโภค เช่น ความถี่ในการเปลี่ยนร้านซื้อ แนวโน้มการซื้อในอนาคต และปัจจัยที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการพิจารณาตัดสินใจซื้อ เป็นต้น
6. ศึกษาเหตุผลในการใช้ และไม่ใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตภายในประเทศ และผลผลิตจากต่างประเทศ
7. ศึกษาถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้ทำการแก้ไขปรับปรุง
8. ศึกษาความรู้สึกของผู้ใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตภายในประเทศ

ประโยชน์ของการวิจัย

จากการสำรวจวิจัยนี้ทำให้ได้รับประโยชน์ดังนี้คือ

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อตู้เหล็กเก็บเอกสาร
2. ทำให้ทราบข้อมูลและความคิดเห็นต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยเกี่ยวกับตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตภายในประเทศไทย
3. ทำให้ทราบแนวโน้มในอนาคตของตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตภายในประเทศไทย
4. ทำให้ได้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อการวางแผน และการดำเนินงานทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิตตู้เหล็กเก็บเอกสารในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการวิจัย

จะทำการวิจัยโดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) กำหนดและร่างแบบสอบถามที่จะใช้ในการวิจัยแล้วทำการทดสอบเบื้องต้น (Pre-test) เพื่อตรวจสอบ

เกี่ยวกับรายละเอียดต่าง ๆ ของแบบสอบถาม ว่ามีปัญหาหรือข้อขัดข้องอะไรบ้างในการทดสอบเบื้องต้นนี้ ทำการทดสอบจำนวน 20 % ของ 250 รายซึ่งเท่ากับ 50 รายการทดสอบนี้ดำเนินการเหมือนการวิจัยจริง ๆ แล้วเก็บรวบรวมปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มทดสอบเหล่านี้ หลังจากที่ทำกรแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามตามปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ก็จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ออกทำการสำรวจวิจัย ซึ่งทำการสำรวจวิจัยโดยวิธีดังนี้คือ

1. ทำการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ พร้อมด้วยจดหมายขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง และเมื่อผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ก็จัดส่งคืนมาทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ที่ระบุจากหน้าใวภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2522 ดังนั้นถ้าหากแบบสอบถามใดส่งกลับคืนมาหลังจากวันที่ 31 ธันวาคม 2522 ผู้ทำการวิจัยถือว่าเป็นแบบสอบถามที่บกพร่องใช้ไม่ได้

2. ทำการออกสำรวจวิจัยด้วยตนเอง โดยทำการสอบถามและกรอกแบบสอบถามต่าง ๆ ด้วยตัวเอง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่างคือ บริษัท ชุรกิจ และห้างร้านต่าง ๆ ที่ประกอบกิจการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัยมีจำนวนเท่ากับ 250 ราย แต่เนื่องจากจำนวนประชากรมีมาก จึงทำการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. กำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัย ซึ่งได้กำหนดคุณสมบัติไว้ดังนี้คือ

1.1 เป็นบริษัท หรือชุรกิจ หรือห้างร้าน หรือกิจการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 เป็นบริษัท หรือชุรกิจ หรือห้างร้าน หรือกิจการที่จะต้องໃຫ້ຫຼຸເລັກ ເກັບເອກສາວໃນການປຸກິດຶງຕຶງ

2. รวบรวมรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ข้างต้นโดยรวบรวมชื่อต่าง ๆ เหล่านี้จากสมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง

3. เมื่อรวบรวมรายชื่อต่าง ๆ ได้ตามที่ต้องการก็ทำการจัดแบ่งเป็นประเภทหรือกลุ่ม โดยคำนึงถึงลักษณะและประเภทของธุรกิจนั้น ๆ เป็นเกณฑ์ ซึ่งจัดแบ่งได้ทั้งหมด 9 ประเภทคือ

- 3.1 ธุรกิจประเภทเงินทุน
- 3.2 ธุรกิจประเภทธนาคาร
- 3.3 ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล
- 3.4 ธุรกิจประเภทโรงแรม
- 3.5 ธุรกิจประเภทโฆษณา
- 3.6 ธุรกิจประเภทวิจัย
- 3.7 ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า
- 3.8 ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย

3.9 ธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกจากธุรกิจ 8 ประเภทข้างต้น เช่น ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจการท่องเที่ยว ฯลฯ เป็นต้น

4. ทำการสุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) จากรายชื่อของประเภทธุรกิจที่รวบรวมจัดไว้โดยทำการสุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการจับฉลากทีละรายชื่อจนได้จำนวนครบตามที่กำหนด

การเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบเรียบร้อยแล้ว จะแยกออกตามประเภทธุรกิจที่กำหนดไว้ แล้วทำการพิจารณาตรวจสอบแบบสอบถามนั้น ๆ ก่อนที่จะวิเคราะห์คำนวณประเมินผลการวิจัย โดยการตรวจสอบนั้นจะตรวจสอบดังนี้คือ

1. ตรวจสอบความเรียบร้อยครบถ้วนในการตอบ คือพิจารณาว่ากลุ่มตัวอย่างใดตอบแบบสอบถามครบทุกข้อตามที่ต้องการให้ตอบหรือไม่ ถ้าหากตอบไม่ครบทุกข้อก็จะนำ

แบบสอบถามนั้นกลับไปขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามข้อที่ขาดให้เรียบร้อย
ครบถ้วน

2. ตรวจสอบดูคำตอบในแบบสอบถามแต่ละข้อว่าคำตอบนั้นค้านหรือขัดกัน
หรือไม่ ถ้าคำตอบค้านกันก็จัดแบบสอบถามนั้น ๆ เข้าในกลุ่มที่ไข่มไต่คือ จะไม่นำมาใช้
ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและประเณนผล แลวจะทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างใหม่แทนกลุ่ม
ที่ไข่มไต่

จากการตรวจสอบแบบสอบถาม เมื่อได้แบบสอบถามที่เรียบร้อยถูกต้อง ก็ทำ
การสุ่มหยิบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ออกมาจนครบ 250 ฉบับ ซึ่งแบ่งแยกตามประเภทธุรกิจ
ที่กำหนดไว้ดังนี้คือ¹

1. ธุรกิจประเภทเงินทุน 30 ราย
2. ธุรกิจประเภทธนาคาร 30 ราย
3. ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 25 ราย
4. ธุรกิจประเภทโรงแรม 25 ราย
5. ธุรกิจประเภทโฆษณา 25 ราย
6. ธุรกิจประเภทวิจัย 25 ราย
7. ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 25 ราย
8. ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 25 ราย
9. ธุรกิจประเภทอื่น ๆ 40 ราย

¹ เหตุผลที่กำหนดให้สุ่มตัวอย่างประเภทเงินทุนและประเภทธนาคารมีจำนวน
เท่ากับ 30 ราย เพราะจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น (Preliminary Investigations)
นั้น ปรากฏว่าธุรกิจ 2 ประเภทนี้ไข่มไต่และข้อขัดแย้งเอกสารเพื่อการปฏิบัติงานจำนวน
มาก ส่วนที่กำหนดให้ธุรกิจประเภทอื่น ๆ มีจำนวน 40 ราย เพราะธุรกิจประเภทอื่น ๆ
นั้นมีจำนวนมากจึงได้กำหนดจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมากกว่าธุรกิจประเภทอื่น ๆ

การวิเคราะห์ค่ารวมและประเมินผล

เมื่อพิจารณาตารางแนบสอบถามทั้งหมดเรียบร้อยแล้ว ก็ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ตามจำนวนที่ต้องการ 250 ราย ก็จะทำการวิเคราะห์โดยทำเป็นตารางแบ่งตามประเภทของธุรกิจ และข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัย แล้วรวมจำนวนข้อมูลทั้งหมดหรือกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนการประเมินผล จะทำการประเมินผลโดยยึดเอาจำนวนเปอร์เซ็นต์แต่ละประเภทธุรกิจหรือแต่ละข้อมูลที่ได้รับเป็นหลักในการประเมินผล

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์การไขว้กันเอกสาร และการไม่ไขว้กันเอกสาร

จากตารางที่ 1 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าไขว้กันเอกสาร มีจำนวน 250 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 100 % ของจำนวนผู้ตอบ และไม่ไขว้กันเอกสาร มีจำนวน 0 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ

1.1 จำนวนผู้ตอบที่ไขว้กันเอกสาร

วิเคราะห์แยกตามประเภทผู้ตอบได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 30 ราย เทียบเท่ากับ 12 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 30 ราย เทียบเท่ากับ 12 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรมแรม 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 40 ราย เทียบเท่ากับ 16 % ของจำนวนผู้ตอบ

1.2 จำนวนผู้ตอบที่ไม่ใช่ทุกระดับเอกสาร มีจำนวน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ

2. การวิเคราะห์ประเภททุกระดับเอกสารที่ใช้

จากตารางที่ 2 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าใช้ทุกระดับเอกสารประเภทหลักมีจำนวน 208 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 83.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ใช้ทุกระดับเอกสารประเภทหลักและไม่มีจำนวน 42 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 16.8 % ของจำนวนผู้ตอบ และใช้ทุกระดับเอกสารประเภทไม่มีจำนวน 0 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ

2.1 จำนวนผู้ตอบที่ใช้ทุกระดับเอกสารประเภทหลัก

วิเคราะห์แยกตามประเภทผู้ตอบได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 30 ราย เทียบเท่ากับ 12 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 21 ราย เทียบเท่ากับ 8.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 23 ราย เทียบเท่ากับ 9.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 18 ราย เทียบเท่ากับ 7.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 16 ราย เทียบเท่ากับ 6.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 20 ราย เทียบเท่ากับ 8 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 30 ราย เทียบเท่ากับ 12 % ของจำนวนผู้ตอบ

2.2 จำนวนผู้ตอบที่ใช้ทุกระดับเอกสารประเภทหลักและไม่มี

วิเคราะห์แยกตามประเภทผู้ตอบได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 2 ราย เทียบเท่ากับ .8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 9 ราย

เทียบกับ 3.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจ้กจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 10 ราย เทียบเท่ากับ 4% ของจำนวนผู้ตอบ

2.3 จำนวนผู้ตอบว่าใช้ทุ้เก็บเอกสารประเภทไม้มี่จำนวน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ

3. การวิเคราะห์จำนวน แบบ และทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ใ้

จากตารางที่ 3 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าจำนวนทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ใ้จากการวิจัยมีจำนวน 7,288 ทุ้ แยกตามแบบของทุ้เหล็กเก็บเอกสารคือ ทุ้แบบลิ้นชักมีจำนวน 4,991 ทุ้ และแบบบานประตูมีจำนวน 2,297 ทุ้ และแบ่งแยกจำนวนที่ผลิตภายในประเทศไทย และผลิตจากต่างประเทศได้ดังนี้ คือเป็นทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตภายในประเทศไทยจำนวน 6,390 ทุ้ และผลิตจากต่างประเทศ จำนวน 898 ทุ้

จากจำนวนเหล่านี้แบ่งแยกตามแต่ละประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ

ธุรกิจประเภทเงินทุน จำนวนทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ใ้มีจำนวน 451 ทุ้ เป็นทุ้แบบลิ้นชัก 321 ทุ้ แบบบานประตู 130 ทุ้ จำนวนเหล่านี้เป็นทุ้ที่ผลิตภายในประเทศ 432 ทุ้ และผลิตจากต่างประเทศ 19 ทุ้

ธุรกิจประเภทธนาคาร จำนวนทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ใ้มีจำนวน 4,099 ทุ้ เป็นทุ้แบบลิ้นชัก 2,845 ทุ้ แบบบานประตู 1,254 ทุ้ จำนวนเหล่านี้เป็นทุ้ที่ผลิตภายในประเทศไทย 3,426 ทุ้ และผลิตจากต่างประเทศ 673 ทุ้

ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล จำนวนทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ใ้มีจำนวน 387 ทุ้ เป็นทุ้แบบลิ้นชัก 267 ทุ้ แบบบานประตู 120 ทุ้ จำนวนเหล่านี้เป็นทุ้ที่ผลิตภายในประเทศไทย 387 ทุ้ และผลิตจากต่างประเทศ 0 ทุ้



ธุรกิจประเภทโรงแรม จำนวนตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ใหม่จำนวน 364 ตู้ เป็นแบบลิ้นชัก 269 ตู้ แบบบานประตู 95 ตู้ จำนวนเหล่านี้เป็นตู้ที่ผลิตภายในประเทศไทย 364 ตู้ และผลิตจากต่างประเทศ 0 ตู้

ธุรกิจประเภทโฆษณา จำนวนตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ใหม่จำนวน 275 ตู้ เป็นตู้แบบลิ้นชัก 194 ตู้ แบบบานประตู 81 ตู้ จำนวนเหล่านี้เป็นตู้ที่ผลิตภายในประเทศไทย 228 ตู้ และผลิตจากต่างประเทศ 47 ตู้

ธุรกิจประเภททีวีจอย จำนวนตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ใหม่จำนวน 180 ตู้ เป็นแบบลิ้นชัก 120 ตู้ แบบบานประตู 60 ตู้ จำนวนเหล่านี้เป็นตู้ที่ผลิตภายในประเทศไทย 180 ตู้ และผลิตจากต่างประเทศ 0 ตู้

ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า จำนวนตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ใหม่จำนวน 248 ตู้ เป็นแบบลิ้นชัก 159 ตู้ แบบบานประตู 89 ตู้ จำนวนเหล่านี้เป็นตู้ที่ผลิตภายในประเทศไทย 248 ตู้ และผลิตจากต่างประเทศ 0 ตู้

ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย จำนวนตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ใหม่จำนวน 575 ตู้ เป็นตู้แบบลิ้นชัก 357 ตู้ แบบบานประตู 218 ตู้ จำนวนเหล่านี้เป็นตู้ที่ผลิตภายในประเทศไทย 495 ตู้ และผลิตจากต่างประเทศ 80 ตู้

ธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา จำนวนตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ใหม่จำนวน 709 ตู้ เป็นตู้แบบลิ้นชัก 459 ตู้ แบบบานประตู 250 ตู้ จำนวนเหล่านี้เป็นตู้ที่ผลิตภายในประเทศไทย 630 ตู้ และผลิตจากต่างประเทศ 79 ตู้

4. การวิเคราะห์แหล่งที่ผู้ใช้ซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร

จากตารางที่ 4 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารจากบริษัทผู้ผลิตมีจำนวน 70 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 28 % ของจำนวนผู้ตอบ ซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารจากร้านค้าส่งมีจำนวน 44 ราย ซึ่งเทียบเท่า 17.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารจากร้านค้าปลีกมีจำนวน 80 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 32 % ของจำนวนผู้ตอบ ซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารจากเอเยนซีมีจำนวน 56 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ

22.4 % ของจำนวนผู้ตอบและข้อผิดพลาดที่เอกสารจากแหล่งอื่น ๆ นอกจากที่กล่าวมามีจำนวน 0 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ

4.1 จำนวนผู้ตอบที่ข้อผิดพลาดที่เอกสารจากบริษัทผู้ผลิต

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 18 ราย เทียบเท่ากับ 7.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 4 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของจำนวนผู้ตอบ

4.2 จำนวนผู้ตอบที่ข้อผิดพลาดที่เอกสารจากร้านค้าส่ง

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 2 ราย เทียบเท่ากับ .8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 2 ราย เทียบเท่ากับ .8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและนำเข้า 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 10 ราย เทียบเท่ากับ 4 % ของจำนวนผู้ตอบ

4.3 จำนวนผู้ตอบที่ข้อผิดพลาดที่เอกสารจากร้านค้าปลีก

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 %

ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 10 ราย เทียบเท่ากับ 4 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 14 ราย เทียบเท่ากับ 5.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

4.4 จำนวนผู้ตอบที่ซื้อตุ้เหล็กเก็บเอกสารจากเอเยนต์

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

4.5 จำนวนผู้ตอบที่ซื้อตุ้เหล็กเก็บเอกสารจากแหล่งอื่น ๆ นอกเหนือจากแหล่งที่กล่าวมา มีจำนวน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ

5. การวิเคราะห์ความถี่การชำรุดเสียหายของตุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ใช้

จากตารางที่ 5 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าตุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ใช้ชำรุดเสียหายบอยมีจำนวน 16 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 6.4 % ของจำนวนผู้ตอบ และตุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ใช้ชำรุดเสียหายไม่บอยมีจำนวน 234 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 93.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

5.1 จำนวนผู้ตอบที่ใช้ตุ้เหล็กเก็บเอกสารแล้วชำรุดเสียหายบอย

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร โรงพยาบาล โรงแรม โฆษณา และธุรกิจประเภทวิจัย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภท

ส่งและสั่งเข้า 2 ราย เทียบเท่ากับ 0.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 15 ราย เทียบเท่า 2 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ

5.2 จำนวนผู้ตอบที่โชครู่เหล็กเก็บเอกสารแล้วชำรุดเสียหายไม่ยอม

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 27 ราย เทียบเท่ากับ 10.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 30 ราย เทียบเท่ากับ 12 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 23 ราย เทียบเท่ากับ 9.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 20 ราย เทียบเท่ากับ 8 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 34 ราย เทียบเท่ากับ 13.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

6. วิเคราะห์การบริการซ่อมให้และการไม่บริการซ่อมให้ ในกรณีโชครู่เหล็กเก็บเอกสารที่โชครู่เกิดชำรุดเสียหาย

จากตารางที่ 6 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าเมื่อโชครู่เหล็กเก็บเอกสารที่โชครู่เกิดชำรุดเสียหายแล้วทางร้านที่ขอบริการซ่อมแซมใหม่จำนวน 250 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 100 % ของจำนวนผู้ตอบ และทางร้านไม่บริการซ่อมแซมใหม่จำนวน 0 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ

6.1 จำนวนผู้ตอบที่โชครู่เหล็กเก็บเอกสารแล้วเกิดชำรุดเสียหาย ทางร้านที่ขอบริการซ่อมแซมให้

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 30 ราย เทียบเท่ากับ 12 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 30 ราย เทียบเท่ากับ 12 % ของจำนวน ผู้ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจโฆษณา 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 25 ราย เทียบเท่า

กับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจ้กจำหน่าย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 40 ราย เทียบเท่ากับ 16 % ของจำนวนผู้ตอบ

6.2 จำนวนผู้ตอบที่ไขทูลเหตุเก็ยเอกสารแล้วเกิดชำรุดเสียหาย ทางร้านที่ขอไม่บริการซ่อมแซมใหม่จำนวน 0 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ

7. วิเคราะห์ความรู้สึกของผู้ใช้ หลังจากได้รับบริการซ่อมแซมให้ในกรณีที่อยู่เล็กเก็ยเอกสารเกิดชำรุดเสียหาย :

จากตารางที่ 7 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่ารู้สึกพอใจมากมีจำนวน 18 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 7.2 % ของจำนวนผู้ตอบ รู้สึกพอใจปานกลางมีจำนวน 82 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 32.8 % ของจำนวนผู้ตอบ รู้สึกเฉย ๆ มีจำนวน 100 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 40 % ของจำนวนผู้ตอบ และรู้สึกไม่พอใจมีจำนวน 50 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 20 % ของจำนวนผู้ตอบ

7.1 จำนวนผู้ตอบที่รู้สึกพอใจมาก เมื่อได้รับบริการซ่อมแซมแล้ว

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 2 ราย เทียบเท่ากับ .8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 2 ราย เทียบเท่ากับ .8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 1 ราย เทียบเท่ากับ .4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 1 ราย เทียบเท่ากับ .4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจ้กจำหน่าย 2 ราย เทียบเท่ากับ .8 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

7.2 จำนวนผู้ตอบที่รู้สึกพอใจปานกลาง เมื่อได้รับบริการซ่อมแซมแล้ว

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 13 ราย เทียบเท่ากับ 5.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 12 ราย

เทียบกับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 14 ราย เทียบเท่ากับ 5.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

7.3 จำนวนผู้ตอบที่รู้สึกเฉย ๆ เมื่อได้รับบริการซ่อมแซมแล้ว

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 14 ราย เทียบเท่ากับ 5.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 16 ราย เทียบเท่ากับ 6.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 10 ราย เทียบเท่ากับ 4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของจำนวนผู้ตอบ

7.4 จำนวนผู้ตอบที่รู้สึกไม่พอใจ เมื่อได้รับบริการซ่อมแซมแล้ว

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน และประเภทธนาคาร 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 0 ราย เทียบเท่ากับ 3.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจ

ประเภทจักจำหน่าย 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 15 ราย เทียบเท่ากับ 6 % ของจำนวนผู้ตอบ

8. วิเคราะห์แบบและขนาดของตู้เหล็กเก็บเอกสารที่จำหน่าย กับความต้องการของผู้ใช้

จากตารางที่ 8 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าตู้เหล็กเก็บเอกสารที่จำหน่ายโดยทั่วไป มีแบบและขนาดตามที่ต้องการมีจำนวน 204 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 81.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ไม่มีแบบและขนาดตามที่ต้องการมีจำนวน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ และบางครั้งมีและบางครั้งไม่มีแบบและขนาดตามที่ต้องการมีจำนวน 46 ราย เทียบเท่ากับ 18.4 % ของจำนวนผู้ตอบ

8.1 จำนวนผู้ตอบที่มีแบบและขนาดตามที่ต้องการ

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 22 ราย เทียบเท่ากับ 8.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 20 ราย เทียบเท่ากับ 8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 22 ราย เทียบเท่ากับ 8.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 19 ราย เทียบเท่ากับ 7.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจักจำหน่าย 23 ราย เทียบเท่ากับ 9.2 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 28 ราย เทียบเท่ากับ 11.2 % ของจำนวนผู้ตอบ

8.2 จำนวนผู้ตอบที่ไม่มีแบบและขนาดตามที่ต้องการมีจำนวน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ

8.3 จำนวนผู้ตอบที่บางครั้งมีบางครั้งไม่มีแบบและขนาดตามที่ต้องการ

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2 % ของจำนวนผู้ตอบ

ธุรกิจประเภทโฆษณา 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 2 ราย เทียบเท่ากับ .8 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ

9. ความถี่ในการเปลี่ยนร้านซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารของผู้ใช้

จากตารางที่ 9 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าเปลี่ยนร้านซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารบ่อยมีจำนวน 11 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 4.4 % ของจำนวนผู้ตอบ เปลี่ยนร้านซื้อไม่บ่อยมีจำนวน 164 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 65.6 % ของจำนวนผู้ตอบ และไม่เคยเปลี่ยนร้านซื้อเลยมีจำนวน 75 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 30 % ของจำนวนผู้ตอบ

9.1 จำนวนผู้ตอบที่เปลี่ยนร้านซื้อบ่อย

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน ประเภทธนาคาร ประเภทโรงพยาบาล ประเภทโรงแรม ประเภทโฆษณา ประเภทส่งออกและสั่งเข้า และประเภทจัดจำหน่าย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของจำนวนผู้ตอบ

9.2 จำนวนผู้ตอบที่เปลี่ยนร้านซื้อไม่บ่อย

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 24 ราย เทียบเท่ากับ 9.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 18 ราย เทียบเท่ากับ 7.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 15 ราย เทียบเท่ากับ 6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 17 ราย เทียบเท่ากับ 6.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 20 ราย เทียบเท่ากับ 8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 15 ราย เทียบเท่ากับ 6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 21 ราย เทียบเท่ากับ 8.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 15 ราย เทียบเท่ากับ

6 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 19 ราย
 เทียบเท่ากับ 7.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

9.3 จำนวนผู้ตอบที่ไม่เคยเปลี่ยนร้านซื้อ

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน
 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 12 ราย เทียบ
 เท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 10 ราย เทียบเท่ากับ
 4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2 % ของจำนวน
 ผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภท
 วิจัย 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า
 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 10 ราย
 เทียบเท่ากับ 4 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา
 14 ราย เทียบเท่ากับ 5.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

10: การบริการส่งของร้านที่ทานซื้อดูเหล็กเก็บเอกสาร

จากตารางที่ 10 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าทุกครั้งที่ซื้อดู
 เหล็กเก็บเอกสารแล้ว ทางร้านบริการส่งใหม่จำนวน 214 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 85.6%
 ของจำนวนผู้ตอบ ไม่บริการส่งมีจำนวน 4 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้
 ตอบ และบริการส่งบางร้านมีจำนวน 32 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 12.8 % ของจำนวน
 ผู้ตอบ

10.1 จำนวนผู้ตอบที่ซื้อดูเหล็กเก็บเอกสารแล้วทางร้านบริการส่งให้

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน
 28 ราย เทียบเท่ากับ 11.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 30 ราย
 เทียบเท่ากับ 12 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 25 ราย เทียบเท่ากับ
 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 22 ราย เทียบเท่ากับ 8.8 % ของ
 จำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 19 ราย เทียบเท่ากับ 7.6 % ของจำนวนผู้ตอบ
 ธุรกิจประเภทวิจัย 22 ราย เทียบเท่ากับ 8.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออก

และสิ่งเช่า 21 ราย เทียบเท่ากับ 8.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 18 ราย เทียบเท่ากับ 7.2 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าว 29 ราย เทียบเท่ากับ 11.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

10.2 จำนวนผู้ตอบที่ซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารแล้วทางร้านไมบริการส่งวิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินลงทุนธนาคาร โรงพยาบาล โรงแรม โฆษณา วิจัย ส่งออกและสิ่งเช่า และธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

10.3 จำนวนผู้ตอบที่ซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารแล้วทางร้านบริการส่งให้
 บางร้าน 2 ราย เทียบเท่ากับ .8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคารและ
 โรงพยาบาล 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 3
 ราย เทียบเท่ากับ 1.2 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทโฆษณา 6 ราย เทียบ
 เท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2 %
 ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสิ่งเช่า 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของ
 จำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของจำนวนผู้ตอบ
 และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8 % ของ
 จำนวนผู้ตอบ

11. การวิเคราะห์พิจารณาลำดับความสำคัญของคุณผลในการใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย

จากตารางที่ 11 ก ข ค ง จ ฉ ช และ ซ ตามลำดับ จำนวนผู้ตอบทั้งหมด 250 ราย ผู้ที่เลือกพิจารณาเพราะราคาถูกเป็นอันดับหนึ่งมี 211 ราย (84.4 %) เป็นอันดับสอง 13 ราย (5.2 %) เป็นอันดับสาม 16 ราย (6.4 %) เป็นอันดับสี่ 5 ราย (2 %) เป็นอันดับหก 1 ราย (.4 %) เป็นอันดับเจ็ด 1 ราย (.5 %)

ผู้พิจารณาเลือกเพราะรูปแบบสวยเป็นอันดับหนึ่งมี 1 ราย (.4 %) เป็นอันดับสอง 6 ราย (2.4 %) เป็นอันดับสาม 2 ราย (.8 %) เป็นอันดับสี่ 16 ราย

(6.4 %) เป็นอันดับห้า 11 ราย (4.4 %) เป็นอันดับหก 166 ราย (66.4 %) เป็นอันดับเจ็ด 48 ราย (19.2 %)

ผู้ที่พิจารณาเลือกเพราะใช้สะดวกมีขนาดใหญ่เลือกมากเป็นอันดับหนึ่งมี 3 ราย (1.2 %) เป็นอันดับสอง 34 ราย (13.6 %) เป็นอันดับสาม 119 ราย (47.6 %) เป็นอันดับสี่ 36 ราย (14.4 %) เป็นอันดับห้า 41 ราย (16.4 %) อันดับหก 15 ราย (6 %) เป็นอันดับเจ็ด 2 ราย (.8 %)

ผู้ที่พิจารณาเลือกเพราะต้องการสนับสนุนของที่ผลิตในประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งมี 15 ราย (6 %) เป็นอันดับสอง 34 ราย (13.6 %) เป็นอันดับสาม 35 ราย (14 %) เป็นอันดับสี่ 136 ราย (54.4 %) เป็นอันดับห้า 16 ราย (6.4 %) เป็นอันดับหก 11 ราย (4.4 %) เป็นอันดับเจ็ด 3 ราย (1.2 %)

ผู้ที่พิจารณาเลือกเพราะทนทาน เป็นอันดับหนึ่งมี 1 ราย (.4 %) เป็นอันดับสอง 8 ราย (3.2 %) เป็นอันดับสาม 5 ราย (2 %) เป็นอันดับสี่ 5 ราย (2 %) เป็นอันดับห้า 16 ราย (6.4 %) เป็นอันดับหก 37 ราย (14.8 %) เป็นอันดับเจ็ด 178 ราย (71.2 %)

ผู้ที่พิจารณาเลือกเพราะหาซื้อได้ทั่วไป เป็นอันดับหนึ่ง 15 ราย (6 %) เป็นอันดับสอง 140 ราย (56 %) เป็นอันดับสาม 41 ราย (16.4 %) เป็นอันดับสี่ 19 ราย (7.6 %) เป็นอันดับห้า 24 ราย (9.6 %) เป็นอันดับหก 8 ราย (3.2 %) เป็นอันดับเจ็ด 3 ราย (1.2 %)

ผู้ที่พิจารณาเลือกเพราะนิยมใช้ของที่ผลิตในประเทศไทย เป็นอันดับหนึ่งมี 4 ราย (1.6 %) เป็นอันดับสอง 15 ราย (6 %) เป็นอันดับสาม 32 ราย (12.8 %) เป็นอันดับสี่ 33 ราย (13.2 %) เป็นอันดับห้า 139 ราย (55.6 %) เป็นอันดับหก 12 ราย (4.8 %) เป็นอันดับเจ็ด 15 ราย (6 %)

ผลสรุปปรากฏว่า การพิจารณาราคาถูกมาเป็นอันดับหนึ่ง การพิจารณาเลือกเพราะหาซื้อได้ทั่วไปมาเป็นอันดับสอง การพิจารณาเลือกเพราะใช้สะดวกมีขนาด

ให้เลือกมากมาเป็นอันดับสาม การพิจารณาเลือกเพราะต้องการสนับสนุนของที่ผลิตในประเทศไทยมาเป็นอันดับสี่ การพิจารณาเลือกเพราะนิยมใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยมาเป็นอันดับห้า การพิจารณาเลือกเพราะรูปแบบสวยงามเป็นอันดับหก และการพิจารณาเลือกเพราะทนทานมาเป็นอันดับเจ็ด (รายละเอียดในการพิจารณาเลือกแบ่งแยกตามประเภทของธุรกิจดูได้จากตารางที่ 11 ก ข ค ง จ ฉ ช จากตารางขมวด)

12. การวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้ใช้ที่เลือกเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย จากตารางที่ 12 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าผู้ใช้ที่เลือกเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยแล้วรู้สึกพอใจมีจำนวน 125 ราย เทียบเท่ากับ 50 % ของจำนวนผู้ตอบ รู้สึกไม่พอใจมีจำนวน 6 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ และรู้สึกเฉย ๆ มีจำนวน 119 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 47.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

12.1 จำนวนผู้ตอบที่ใช้ที่เลือกเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยแล้ว
รู้สึกพอใจ

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 15 ราย เทียบเท่ากับ 6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 18 ราย เทียบเท่ากับ 7.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 15 ราย เทียบเท่ากับ 6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 10 ราย เทียบเท่ากับ 4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 11 ราย เทียบเท่ากับ 4.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 15 ราย เทียบเท่ากับ 6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 20 ราย เทียบเท่ากับ 8 % ของจำนวนผู้ตอบ

12.2 จำนวนผู้ตอบที่ใช้ที่เลือกเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยแล้ว
รู้สึกไม่พอใจ

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน ธนาคาร โรงพยาบาล โรงแรม โฆษณา วิจัย ส่งออกและสั่งเข้า และจัดจำหน่าย 0 ราย

เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4 % ของจำนวนผู้ตอบ

12.3 จำนวนผู้ตอบที่ไขว่เลือกเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยแล้ว รู้สึกเฉย ๆ

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 15 ราย เทียบเท่ากับ 6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 16 ราย เทียบเท่ากับ 6.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 10 ราย เทียบเท่ากับ 4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 15 ราย เทียบเท่ากับ 6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 14 ราย เทียบเท่ากับ 5.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 10 ราย เทียบเท่ากับ 4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 13 ราย เทียบเท่ากับ 5.2 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 14 ราย เทียบเท่ากับ 5.6 % ของจำนวนผู้ตอบ

การวิเคราะห์การพิจารณาลำดับความสำคัญของสิ่งที่ต้องการให้ ผู้ผลิตเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยแก้ไขปรับปรุง

จากตารางที่ 12 ก ข ค ง จ ฉ และ ช ตามลำดับ จำนวนผู้ตอบทั้งหมด 250 ราย ผู้ที่ตอบว่าให้แก้ไขปรับปรุงรูปแบบ เป็นอันดับหนึ่งมี 12 ราย (4.8 %) เป็นอันดับสอง 28 ราย (11.6 %) เป็นอันดับสาม 27 ราย (10.8 %) เป็นอันดับสี่ 134 ราย (53.6 %) เป็นอันดับห้า 38 ราย (15.2 %) เป็นอันดับหก 10 ราย (4 %)

ผู้ที่ตอบว่าให้แก้ไขปรับปรุงราคา เป็นอันดับหนึ่งมี 4 ราย (1.6 %) เป็นอันดับสอง 26 ราย (10.4 %) เป็นอันดับสาม 139 ราย (55.6 %) เป็นอันดับ 35 ราย (14 %) เป็นอันดับห้า 19 ราย (7.6 %) เป็นอันดับหก 27 ราย (10.8 %)

ผู้ที่ตอบว่าให้แก้ไขปรับปรุงสี เป็นอันดับหนึ่งมี 3 ราย (1.2 %) เป็นอันดับสอง 11 ราย (4.4 %) เป็นอันดับสาม 8 ราย (3.2 %) เป็นอันดับสี่ 4 ราย (3.2 %) เป็นอันดับห้า 39 ราย (15.6 %) เป็นอันดับหก 181 ราย (72.4 %)

ผู้ที่ตอบว่าให้แก้ไขปรับปรุงขนาด เป็นอันดับหนึ่งมี 3 ราย (1.2 %) เป็นอันดับสอง 12 ราย (4.8 %) เป็นอันดับสาม 42 ราย (16.8 %) เป็นอันดับสี่ 36 ราย (14.4 %) เป็นอันดับห้า 137 ราย (54.8 %) เป็นอันดับหก 20 ราย (8 %)

ผู้ที่ตอบว่าให้แก้ไขปรับปรุงคุณภาพ เป็นอันดับหนึ่งมี 209 ราย (83.6 %) เป็นอันดับสอง 31 ราย (12.4 %) เป็นอันดับสาม 4 ราย (1.6 %) เป็นอันดับสี่ 5 ราย (2 %) เป็นอันดับห้า 1 ราย (.4 %) เป็นอันดับหก 0 ราย (0 %)

ผู้ที่ตอบว่าให้แก้ไขปรับปรุงการบริการ เป็นอันดับหนึ่งมี 19 ราย (7.6 %) เป็นอันดับสอง 141 ราย (56.4 %) เป็นอันดับสาม 30 ราย (12 %) เป็นอันดับสี่ 32 ราย (12.8 %) เป็นอันดับห้า 16 ราย (6.4 %) เป็นอันดับหก 12 ราย (4.8 %)

ผลสรุปปรากฏว่า ให้แก้ไขปรับปรุงคุณภาพมาเป็นอันดับหนึ่ง ให้แก้ไขปรับปรุงการบริการมาเป็นอันดับสอง ให้แก้ไขปรับปรุงราคามาสเป็นอันดับสาม ให้แก้ไขปรับปรุงรูปแบบมาเป็นอันดับสี่ ให้แก้ไขปรับปรุงขนาดมาเป็นอันดับห้า และให้แก้ไขปรับปรุงสีมาเป็นอันดับหก (รายละเอียดในการพิจารณาแบ่งแยกตามประเภทธุรกิจ ดูได้จากตารางที่ 12 ก ข ค ง จ และ ฉ จากตารางขอมูล)

13. วิเคราะห์เหตุผลของการไม่ใช้ทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย จากตารางที่ 13 ปรากฏว่าไม่มีคำตอบทั้งนี้เพราะว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 250 ราย ใช้ทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย ดังนั้นข้อที่ 13 นี้จึงไม่มีผู้ใดให้เหตุผลของการไม่ใช้ทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย

14. วิเคราะห์เหตุผลของการใช้ทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตจากต่างประเทศ จากตารางที่ 14 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ให้เหตุผลของการใช้ทุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตจากต่างประเทศจำนวน 95 ราย เทียบเท่ากับ 38 % ของจำนวน

ผู้ตอบที่ทำการสอบถาม 250 ราย ปรากฏว่าใช้เพราะมีขนาดและแบบตรงตามที่ต้องการ จำนวน 35 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 36.84 % ของจำนวนผู้ตอบ และใช้เพราะคุณภาพก็มี จำนวน 60 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 63.16 % ของจำนวนผู้ตอบ

ใช้เพราะมีขนาดและแบบตรงตามที่ต้องการแยกวิเคราะห์ตามประเภท ธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 6 ราย เทียบเท่ากับ 6.32 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 9 ราย เทียบเท่ากับ 9.47 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล โรงแรม วิจัย และธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 6 ราย เทียบเท่ากับ 6.32 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 5.26 % ของจำนวนผู้ตอบ และ ธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 9 ราย เทียบเท่ากับ 9.47 % ของจำนวนผู้ตอบ

ใช้เพราะมีคุณภาพดีแยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 8 ราย เทียบเท่ากับ 8.42 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 12 ราย เทียบเท่ากับ 12.63 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล ธุรกิจประเภทโรงแรม ธุรกิจประเภทวิจัย และธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 9 ราย เทียบเท่ากับ 9.47 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 13 ราย เทียบเท่ากับ 13.68 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 18 ราย เทียบเท่ากับ 18.95 % ของจำนวนผู้ตอบ

15. การวิเคราะห์เหตุผลของการไม่ใช้ดูเหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตจากต่างประเทศ

จากตารางที่ 15 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าไม่ใช้ดูเหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตจากต่างประเทศ เพราะราคาแพงมีจำนวน 203 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 81.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ไม่ใช้เพราะไม่มีความจำเป็นมีจำนวน 27 ราย ซึ่งเทียบเท่า

กับ 10.8 % ของจำนวนผู้ตอบ และไม่ใช้ตราสัญลักษณ์เอ็กสาร์ทที่ผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพพอ ๆ กับผลิตจากต่างประเทศมีจำนวน 20 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 8 % ของจำนวนผู้ตอบ

15.1 จำนวนผู้ตอบที่ไม่ใช้ตราสัญลักษณ์เอ็กสาร์ทที่ผลิตจากต่างประเทศ เพราะราคาแพง

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 26 ราย เทียบเท่ากับ 10.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 18 ราย เทียบเท่ากับ 7.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 20 ราย เทียบเท่ากับ 8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 20 ราย เทียบเท่ากับ 8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 22 ราย เทียบเท่ากับ 8.4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 25 ราย เทียบเท่ากับ 10 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 20 ราย เทียบเท่ากับ 8 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 27 ราย เทียบเท่ากับ 10.8 % ของจำนวนผู้ตอบ

15.2 จำนวนผู้ตอบที่ไม่ใช้ตราสัญลักษณ์เอ็กสาร์ทที่ผลิตจากต่างประเทศ เพราะไม่มีความจำเป็น

วิเคราะห์แยกประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 1 ราย เทียบเท่ากับ .4 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 2 ราย เทียบเท่ากับ .8 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 0 ราย เทียบเท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2 % ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2 % ของจำนวนผู้ตอบ

15.3 จำนวนผู้ตอบที่ไม่ใช้กุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตจากต่างประเทศ เพราะกุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพพอ ๆ กับที่ผลิตจากต่างประเทศ

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 1 ราย เทียบเท่ากับ .4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภททีวีจ๊ับ ส่องออกและสั่งเข้า และจัดจำหน่าย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ

16. การวิเคราะห์แนวโน้มการซื้อกุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย ในอนาคต

จากตารางที่ 16 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าในอนาคตจะซื้อกุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยมีจำนวน 250 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 100% ของจำนวนผู้ตอบ และไม่ซื้อมีจำนวน 0 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ

16.1 จำนวนผู้ตอบที่จะซื้อกุ้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยในอนาคต

วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 30 ราย เทียบเท่ากับ 12% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 30 ราย เทียบเท่ากับ 12% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภททีวีจ๊ับ 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่องออกและสั่งเข้า 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 40 ราย เทียบเท่ากับ 16% ของจำนวนผู้ตอบ



16.2 จำนวนผู้ตอบที่จะไม่ซื้อตั๋วเหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย
ในอนาคต มีจำนวน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ

17. การวิเคราะห์การพิจารณาลำดับความสำคัญขององค์ประกอบในการเลือก
ซื้อตั๋วเหล็กเก็บเอกสาร

จากตารางที่ 17 ก ข ค ง จ ฉ ช ฉ และ จู ตามลำดับ จำนวน
ผู้ตอบ 250 ราย ผู้ตอบที่คำนึงถึงสีของตั๋วเหล็กเก็บเอกสารเป็นอันดับหนึ่งมี 1 ราย (.4%)
เป็นอันดับสอง 3 ราย (1.2%) เป็นอันดับสาม 9 ราย (3.6%) เป็นอันดับสี่ 8 ราย
(3.2%) เป็นอันดับห้า 80 ราย (32%) เป็นอันดับหก 11 ราย เทียบเท่ากับ 4.4%
เป็นอันดับเจ็ด 36 ราย (14.4%) เป็นอันดับแปด 78 ราย (31.2%) เป็นอันดับเก้า
24 ราย (9.6%)

ผู้ตอบที่คำนึงถึงแบบรูปร่างและขนาด เป็นอันดับหนึ่งมี 25 ราย (10%)
เป็นอันดับสอง 16 ราย (6.4%) เป็นอันดับสาม 16 ราย (6.4%) เป็นอันดับสี่ 128 ราย
(51.2%) เป็นอันดับห้า 15 ราย (6%) เป็นอันดับหก 23 ราย (9.2%) เป็นอันดับเจ็ด
19 ราย (7.6%) เป็นอันดับแปด 6 ราย (2.4%) เป็นอันดับเก้า 2 ราย (.8%)

ผู้ตอบที่คำนึงถึงการให้บริการ เป็นอันดับหนึ่งมี 3 ราย (1.2%)
เป็นอันดับสอง 51 ราย (20.4%) เป็นอันดับสาม 112 ราย (44.8%) เป็นอันดับสี่
25 ราย (10%) เป็นอันดับห้า 32 ราย (12.8%) เป็นอันดับหก 15 ราย (6%)
เป็นอันดับเจ็ด 8 ราย (3.6%) เป็นอันดับแปด 2 ราย (.8%) เป็นอันดับเก้า 1 ราย
(.4%)

ผู้ตอบที่คำนึงถึงคราที่ยี่ห้อ เป็นอันดับหนึ่ง 3 ราย (1.2%) เป็นอันดับสอง
17 ราย (6.8%) เป็นอันดับสาม 19 ราย (7.6%) เป็นอันดับสี่ 16 ราย (6.4%)
เป็นอันดับห้า 64 ราย (25.6%) เป็นอันดับหก 90 ราย (36%) เป็นอันดับเจ็ด 35 ราย
(14%) เป็นอันดับแปด 3 ราย (1.2%) เป็นอันดับเก้า 3 ราย (1.2%)

ผู้ตอบที่คำนึงถึงราคา เป็นอันดับหนึ่งมี 34 ราย (13.6%) เป็นอันดับ
สอง 121 ราย (48.4%) เป็นอันดับสาม 69 ราย (27.6%) เป็นอันดับสี่ 14 ราย (5.6%)

เป็นอันดับห้า 5 ราย(2%) เป็นอันดับหก 2 ราย(.8%) เป็นอันดับเจ็ด 0 ราย(0%)

เป็นอันดับแปด 2 ราย(.8%) เป็นอันดับเก้า 3 ราย(1.2%)

ผู้ตอบที่คำนึงถึงร้านหรือสถานที่จัดจำหน่าย เป็นอันดับหนึ่ง 2 ราย(.8%) เป็นอันดับสอง 3 ราย(1.2%) เป็นอันดับสาม 1 ราย(.4%) เป็นอันดับสี่ 9 ราย(3.6%) เป็นอันดับห้า 12 ราย(4.8%) เป็นอันดับหก 57 ราย(22.8%) เป็นอันดับเจ็ด 59 ราย(23.6%) เป็นอันดับแปด 103 ราย(41.2%) เป็นอันดับเก้า 4 ราย(1.6%)

ผู้ตอบที่คำนึงถึงพนักงานขาย เป็นอันดับหนึ่งมี 1 ราย(.4%) เป็นอันดับสอง 0 ราย(0%) เป็นอันดับสาม 1 ราย(.4%) เป็นอันดับสี่ 1 ราย(.4%) เป็นอันดับห้า 1 ราย(.4%) เป็นอันดับหก 4 ราย(1.6%) เป็นอันดับเจ็ด 8 ราย(3.2%) เป็นอันดับแปด 26 ราย(10.4%) เป็นอันดับเก้า 208 ราย(83.2%)

ผู้ตอบที่คำนึงถึงการให้ส่วนลด เป็นอันดับหนึ่งมี 2 ราย(.8%) เป็นอันดับสอง 6 ราย(2.4%) เป็นอันดับสาม 8 ราย(3.2%) เป็นอันดับสี่ 36 ราย(14.4%) เป็นอันดับห้า 54 ราย(13.6%) เป็นอันดับหก 47 ราย(18.8%) เป็นอันดับเจ็ด 83 ราย(33.2%) เป็นอันดับแปด 30 ราย(12%) เป็นอันดับเก้า 4 ราย(1.6%)

ผู้ตอบที่คำนึงถึงคุณภาพ เป็นอันดับหนึ่งมี 179 ราย(71.6%) เป็นอันดับสอง 33 ราย(13.2%) เป็นอันดับสาม 15 ราย(6%) เป็นอันดับสี่ 13 ราย(5.2%) เป็นอันดับห้า 7 ราย(2.8%) เป็นอันดับหก 1 ราย(.4%) เป็นอันดับเจ็ด 1 ราย(.4%) เป็นอันดับแปด 0 ราย(0%) เป็นอันดับเก้า 1 ราย(.4%)

ผลสรุปปรากฏว่า การคำนึงถึงเรื่องคุณภาพมาเป็นอันดับหนึ่ง การคำนึงถึงราคาเป็นอันดับสอง การคำนึงถึงการให้บริการมาเป็นอันดับสาม การคำนึงถึงแบบรูปร่างและขนาดมาเป็นอันดับสี่ การคำนึงถึงกรวยที่ห่อมาเป็นอันดับห้า การคำนึงถึงการให้ส่วนลดมาเป็นอันดับหก การคำนึงถึงสีของตู้เหล็กเก็บเอกสารมาเป็นอันดับเจ็ด การคำนึงถึงร้านหรือสถานที่จัดจำหน่ายมาเป็นอันดับแปด และการคำนึงถึงพนักงานขายมาเป็นอันดับเก้า (รายละเอียดในการพิจารณาแบ่งแยกตามประเภทธุรกิจ คุ้ได้จากตารางที่ 17 ก ข ก ง จ ฉ ช ซ และ ๓ จากตารางข้อมูล)

18. การวิเคราะห์ข้อมูลและจำนวนพนักงานของแต่ละบริษัทที่ตอบแบบสอบถาม จากตารางที่ 18 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย แบ่งแยกประเภทธุรกิจได้ ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 30 ราย ซึ่งเทียบเท่ากับ 12% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 30 ราย เทียบเท่ากับ 12% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 40 ราย เทียบเท่ากับ 16% ของจำนวนผู้ตอบ

จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่า มีพนักงาน 1-25 คน มีจำนวน 57 ราย เทียบเท่ากับ 22.8% ของจำนวนผู้ตอบ วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุนมีจำนวน 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร โรงพยาบาล และโรงแรม 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 11 ราย เทียบเท่ากับ 4.4% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8% ของจำนวนผู้ตอบ

มีพนักงาน 26-50 คน มีจำนวน 53 ราย เทียบเท่ากับ 21.2% ของจำนวนผู้ตอบ วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 10 ราย เทียบเท่ากับ 4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 1 ราย เทียบเท่ากับ .4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 10 ราย เทียบเท่ากับ 4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบ

กับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบธุรกิจประเภทจ้กจำหน่าย 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ

มีพนักงาน 51-75 คน มีจำนวน 28 ราย เทียบเท่ากับ 11.2% ของจำนวนผู้ตอบ วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 1 ราย เทียบเท่ากับ .4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจ้กจำหน่าย 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ

มีพนักงาน 76-100 คน มีจำนวน 14 ราย เทียบเท่ากับ 5.6% ของจำนวนผู้ตอบ วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 1 ราย เทียบเท่ากับ .4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณาและวิจัย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจ้กจำหน่าย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ

มีพนักงาน 101-125 คน มีจำนวน 16 ราย เทียบเท่ากับ 6.4% ของจำนวนผู้ตอบ วิเคราะห์แยกตามประเภทของธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 4 ราย

เทียบกับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา และวิจัย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 1 ราย เทียบเท่ากับ .4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ

มีพนักงาน 126-150 คน มีจำนวน 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8% ของจำนวนผู้ตอบ วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา วิจัยและธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ

มีพนักงาน 151-175 คน มีจำนวน 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบ วิเคราะห์แยกตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณาวิจัย และธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 1 ราย เทียบเท่ากับ .4% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ

มีพนักงาน 176-200 คน จำนวน 16 ราย เทียบเท่ากับ 6.4% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน โฆษณา วิจัย ส่งออกและสั่งเข้า และธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0.% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภท โรงพยาบาล 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ

มีพนักงานมากกว่า 200 คน จำนวน 46 ราย เทียบเท่ากับ 18.4% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา และวิจัย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 1 ราย เทียบเท่ากับ .4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6% ของจำนวนผู้ตอบ

19. วิเคราะห์จำนวนเฉลี่ยการซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารแต่ละครั้ง

จากตารางที่ 19 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าเฉลี่ยการซื้อแต่ละครั้ง 1-5 ตู้ จำนวน 202 ราย เทียบเท่ากับ 80.8% ของจำนวนผู้ตอบ เฉลี่ยการซื้อแต่ละครั้ง 6-10 ตู้ จำนวน 41 ราย เทียบเท่ากับ 16.4% ของจำนวนผู้ตอบ และเฉลี่ยการซื้อแต่ละครั้ง 11-15 ตู้ จำนวน 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8% ของจำนวนผู้ตอบ

เฉลี่ยการซื้อแต่ละครั้ง 1-5 ตู้ จำนวน 202 ราย เทียบเท่ากับ 80.8% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 26 ราย เทียบเท่ากับ 10.4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 20 ราย เทียบเท่ากับ 8%

ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 20 ราย เทียบเท่ากับ 8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 22 ราย เทียบเท่ากับ 8.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 25 ราย เทียบเท่ากับ 10% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 19 ราย เทียบเท่ากับ 7.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 17 ราย เทียบเท่ากับ 6.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 28 ราย เทียบเท่ากับ 11.2% ของจำนวนผู้ตอบ

เฉลี่ยการซื้อแต่ละครั้ง 6-10 ตู้ จำนวน 41 ราย เทียบเท่ากับ 16.4% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา และวิจัย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8% ของจำนวนผู้ตอบ

เฉลี่ยการซื้อแต่ละครั้ง 11-15 ตู้ จำนวน 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล โรงแรม โฆษณา วิจัย ส่งออกและสั่งเข้า และธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ

20. วิเคราะห์ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร

จากตารางที่ 20 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ปรากฏว่าผู้ดำเนินการตัดสินใจ

มีจำนวน 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6% ของจำนวนผู้ตอบ ผู้จัดการจำนวน 121 ราย เทียบเท่ากับ 48.4% ของจำนวนผู้ตอบ ผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อจำนวน 87 ราย เทียบเท่ากับ 34.8% ของจำนวนผู้ตอบ และผู้จัดการหรือหัวหน้าแผนกจำนวน 33 ราย เทียบเท่ากับ 13.2% ของจำนวนผู้ตอบ

ผู้อำนวยความสะดวกเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อจำนวน 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน ธนาคาร โรงแรม โฆษณา วิจัย ส่งออกและสั่งเข้า จักจำหน่าย จำนวน 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาลจำนวน 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 1 ราย เทียบเท่ากับ .4% ของจำนวนผู้ตอบ

ผู้จัดการเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อจำนวน 121 ราย เทียบเท่ากับ 48.4% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 18 ราย เทียบเท่ากับ 7.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 15 ราย เทียบเท่ากับ 6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 20 ราย เทียบเท่ากับ 8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 18 ราย เทียบเท่ากับ 7.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 10 ราย เทียบเท่ากับ 4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจำหน่าย 15 ราย เทียบเท่ากับ 6% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 19 ราย เทียบเท่ากับ 7.6% ของจำนวนผู้ตอบ

ผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อจำนวน 87 ราย เทียบเท่ากับ 34.8% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล

17 ราย เทียบเท่ากับ 6.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 19 ราย เทียบเท่ากับ 7.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8% ของจำนวนผู้ตอบ

ผู้จัดการหรือหัวหน้าแผนกเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อจำนวน 33 ราย เทียบเท่ากับ 13.2% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล โรงแรม โฆษณา 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบ

21. วิเคราะห์ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 21 จำนวนผู้ตอบ 250 ราย ตำแหน่งผู้จัดการ จำนวน 81 ราย เทียบเท่ากับ 32.4% ของจำนวนผู้ตอบ ตำแหน่งผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อจำนวน 76 ราย เทียบเท่ากับ 30.4% ของจำนวนผู้ตอบ ตำแหน่งหัวหน้าแผนกธุรการจำนวน 42 ราย เทียบเท่ากับ 16.8% ของจำนวนผู้ตอบ

ตำแหน่งเลขาธิการ จำนวน 35 ราย เทียบเท่ากับ 14% ของจำนวนผู้ตอบ และตำแหน่งอื่น ๆ จำนวน 16 ราย เทียบเท่ากับ 6.4% ของจำนวนผู้ตอบ

ตำแหน่งผู้จัดการจำนวน 81 ราย เทียบเท่ากับ 32.4% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 10 ราย เทียบเท่ากับ 4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 15 ราย เทียบเท่ากับ 6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 8 ราย เทียบเท่ากับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 10 ราย เทียบเท่ากับ 4% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 12 ราย เทียบเท่ากับ 4.8% ของจำนวนผู้ตอบ

ตำแหน่งผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อจำนวน 76 ราย เทียบเท่ากับ 30.4% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 7 ราย เทียบเท่ากับ 2.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 17 ราย เทียบเท่ากับ 6.8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 15 ราย เทียบเท่ากับ 6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 9 ราย เทียบเท่ากับ 3.6% ของจำนวน

ผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ และ
 ธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวน
 ผู้ตอบ

ตำแหน่งหัวหน้าแผนกธุรกิจจำนวน 42 ราย เทียบเท่ากับ 16.8%
 ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน
 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 2 ราย
 เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 4 ราย เทียบ
 เท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 4 ราย เทียบเท่ากับ
 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของ
 จำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 3 ราย เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ
 ธุรกิจประเภทจัดจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบ และ
 ธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 15 ราย เทียบเท่ากับ 6% ของ
 จำนวนผู้ตอบ

ตำแหน่งเลขาฯ จำนวน 35 ราย เทียบเท่ากับ 14% ของจำนวน
 ผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 8 ราย
 เทียบเท่ากับ 3.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 3 ราย เทียบ
 เท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 4 ราย เทียบ
 เท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 0 ราย เทียบ
 เท่ากับ 0 % ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา 3 ราย

เทียบเท่ากับ 1.2% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทวิจัย 6 ราย เทียบเท่ากับ 2.4% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทจกจำหน่าย 5 ราย เทียบเท่ากับ 2% ของจำนวนผู้ตอบและธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ

ตำแหน่งอื่น ๆ จำนวน 16 ราย เทียบเท่ากับ 6.4% ของจำนวนผู้ตอบ แยกวิเคราะห์ตามประเภทธุรกิจได้ดังนี้คือ ธุรกิจประเภทเงินทุน 2 ราย เท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทธนาคาร 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงพยาบาล 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโรงแรม 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทโฆษณา วิจัย จกจำหน่าย 0 ราย เทียบเท่ากับ 0% ของจำนวนผู้ตอบ ธุรกิจประเภทส่งออกและสั่งเข้า 2 ราย เทียบเท่ากับ .8% ของจำนวนผู้ตอบ และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 4 ราย เทียบเท่ากับ 1.6% ของจำนวนผู้ตอบ

สรุปผลที่ได้จากการวิจัย

1. บริษัทธุรกิจส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพฯ ใช้คู่มือเอกสารในการปฏิบัติงาน คือ จากจำนวนที่สอบถาม 250 ราย ปรากฏว่าจำนวนที่ใช้คู่มือเอกสารเท่ากับ 250 ราย (100%) และคู่มือหลักเก็บเอกสารที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นคู่มือหลักเก็บเอกสารประเภทสินค้าที่ผลิตภายในประเทศไทย บกจกจำนวนที่ใช้คู่มือหลักเก็บเอกสารที่ผลิตจากต่างประเทศ
2. ผู้ใช้ส่วนใหญ่ซื้อคู่มือหลักเก็บเอกสารจากร้านค้าปลีก บริษัทผู้ผลิต และเอเยนต์ รองลงมาตามลำดับ คือ จากการสอบถามแหล่งที่ผู้ใช้ทำการซื้อคู่มือหลักเก็บเอกสาร ปรากฏว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าปลีกซึ่งมีจำนวน 80 ราย (32%) ซื้อจากบริษัทผู้ผลิต มีจำนวน 70 ราย (28%) และซื้อจากเอเยนต์มีจำนวน 56 ราย (22.4%)
3. คู่มือหลักเก็บเอกสารที่ใช้กันส่วนใหญ่ชำรุดเสียหายไม่บ่อย และเมื่อชำรุดเสียหายแล้ว ร้านที่จกจำหน่ายก็บริการซ่อมให้ หลังจากที่ได้รับบริการซ่อมแล้ว ผู้ใช้ส่วนใหญ่รู้สึกเฉย ๆ ในบริการที่ได้รับซึ่งมีจำนวน 100 ราย (40%) รู้สึกพอใจปานกลาง

มีจำนวน 82 ราย (32.8%) และรู้สึกไม่พอใจมีจำนวน 50 ราย (20%) จากผลที่ได้รับ
นี้เป็นปัญหาทางด้านการตลาดปัญหาหนึ่งของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่าย ในการที่จะหา
ทางทำให้ผู้ใช้รู้สึกพอใจในบริการที่ได้รับ ซึ่งจะเป็นการช่วยให้เกิดการซื้อซ้ำ และรักษา
ให้เป็นลูกค้าของบริษัทต่อไป

4. ความต้องการของผู้ใช้เกี่ยวกับแบบและขนาดตู้เหล็กเก็บเอกสาร จากการ
วิจัย ปรากฏว่าร้านที่จัดจำหน่ายส่วนใหญ่มีแบบและขนาดตู้เหล็กเก็บเอกสารตรงตามที่อยู่
ต้องการ

5. ความถี่ในการเปลี่ยนร้านซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร จากการวิจัยปรากฏว่า
ผู้ใช้ส่วนใหญ่เปลี่ยนร้านซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารไม่บ่อย ซึ่งมีจำนวน 164 ราย (65.6%)
และไม่เคยเปลี่ยนร้านซื้อ 75 ราย (30%) และเปลี่ยนร้านซื้อบ่อย 11 ราย (4.4%)
ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ เป็นปัญหาทางด้านการตลาดปัญหาหนึ่งของบริษัทผู้ผลิต คือจะทำ
อย่างไรจึงจะสามารถทำให้ผู้ใช้ไม่เปลี่ยนร้านซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร

6. ทุกครั้งที่ผู้ใช้ซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร ร้านที่จัดจำหน่ายส่วนใหญ่จะบริการส่ง
ให้ถึงที่ ซึ่งการบริการส่งนี้ถือเป็นการส่งเสริมการขายวิธีหนึ่งด้วย

7. สาเหตุที่บริษัทธุรกิจต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสาร
ที่ผลิตในประเทศไทย ส่วนใหญ่ใช้เพราะราคาถูก คือจากการพิจารณาเรียงลำดับสาเหตุ
ที่ใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยแล้ว ปรากฏว่าสาเหตุที่ใช้คือ ราคาถูก หาก
ซื้อไปใช้ สะดวกมีขนาดให้เลือกมาก ต้องการสนับสนุนของที่ผลิตในประเทศไทย
นิยมใช้ของที่ผลิตในประเทศไทย รูปแบบสวย และทนทาน เรียงตามลำดับ ซึ่งจากการ
วิจัยนี้ จึงเป็นปัญหาทางด้านการตลาดของบริษัทผู้ผลิต ในการที่จะหาทางทำให้บริษัทธุรกิจ
ต่าง ๆ ใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยเพราะคุณภาพของตู้เหล็กเก็บเอกสาร
มากกว่าใช้ เพราะราคาถูก เพราะถ้าใช้ควยสาเหตุที่ว่าราคาถูก เมื่อราคาเกิดการ
เปลี่ยนแปลงเพิ่มสูงขึ้น ผู้ใช้ก็อาจจะเลิกใช้หรือใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย
น้อยลง แลผู้ใช้ ๆ เพราะคุณภาพดี ไม่ว่าจะราคาจะเปลี่ยนแปลงอย่างไรผู้ใช้ก็ยังงจะใช้
ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย แต่ทั้งนี้เรื่องคุณภาพ และราคาจำหน่ายนั้นจะต้อง
สมดุลกันด้วย

8. ความรู้สึกของผู้ใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย ปรากฏว่า รู้สึกพอใจมีจำนวน 125 ราย (50%) รู้สึกเฉย ๆ มีจำนวน 119 ราย (47.6%) และ รู้สึกไม่พอใจมีจำนวน 6 ราย (2.4%) ซึ่งผลที่ได้รับจากการวิจัยนี้ เป็นปัญหาทางด้านการตลาดอีกปัญหาหนึ่งของบริษัทผู้ผลิต ในการที่จะต้องให้ผู้ใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยแล้วรู้สึกพอใจ

นอกจากนี้ยังได้วิจัยถึงสิ่งที่ผู้ใช้คิดว่าตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย ควรทำการแก้ไขปรับปรุง ปรากฏว่าจากการพิจารณาตามลำดับสิ่งที่ผู้ใช้คิดว่าควรทำการแก้ไขปรับปรุงก่อนหลัง ผู้ใช้คิดว่าควรแก้ไขปรับปรุงเรื่องคุณภาพ การบริการ ราคา รูปแบบ ขนาด และสี เรียงตามลำดับ ผลจากการวิจัยนี้ จึงเป็นปัญหาทางด้านการตลาดอีกปัญหาหนึ่งของบริษัทผู้ผลิต ในการแก้ไขปรับปรุงตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตตามความต้องการของผู้ใช้

9. สาเหตุที่บริษัทธุรกิจบางแห่งในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตจากต่างประเทศเพราะ คุณภาพดีและมีขนาดและแบบตรงตามที่ต้องการ ส่วนสาเหตุที่บริษัทธุรกิจบางแห่งไม่ใช้เพราะ ราคาแพงและไม่มีความจำเป็นต่อใช้ของที่ผลิตจากต่างประเทศ จากผลการวิจัยนี้ เป็นปัญหาทางด้านการตลาดปัญหาหนึ่งที่บริษัทผู้ผลิตควรให้ความสนใจ คือ การที่บริษัทธุรกิจต่าง ๆ จะใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารใคนั้น, ไม่ใช่คำนึงถึงเฉพาะ เรื่องคุณภาพหรือราคาเท่านั้น แต่จะคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ หลายอย่างประกอบการตัดสินใจด้วย

10. ผู้ใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ในอนาคต ถ้าจะซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร ก็จะซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยคือ จากจำนวนที่สอบถาม 250 ราย ปรากฏว่ามีจำนวน 250 ราย (100%)

11. ในการซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร ผู้ใช้ส่วนใหญ่คำนึงถึงเรื่องคุณภาพ ราคา และการให้บริการ เป็นหลักในการตัดสินใจซื้อคือ ในการเลือกซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร ผู้ใช้ส่วนใหญ่คำนึงถึงเรื่องคุณภาพ ราคา การให้บริการ แบบรูปร่างและขนาด ครายี่ห้อ

การให้ส่วนลด สีของตู้เหล็กเก็บเอกสาร ร้านหรือสถานที่จัดจำหน่าย และพนักงานขาย เป็นหลักในการตัดสินใจซื้อเรียงตามลำดับ ซึ่งจากการที่ผู้ใช้คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ เรียงตามลำดับในการตัดสินใจซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารจึงเป็นปัญหาทางด้านการตลาดอีก ปัญหาหนึ่งของบริษัทผู้ผลิต ในการที่จะต้องทำให้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตและจำหน่าย มีลักษณะและคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ใช้

12. บริษัทที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบริษัทประเภทเงินทุน 30 ราย ธนาคาร 30 ราย โรงพยาบาล 25 ราย โรงแรม 25 ราย วิทยาลัย 25 ราย ส่งออกและสิ่งเข้า 25 ราย จัดจำหน่าย 25 ราย และธุรกิจประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา 40 ราย

และบริษัทธุรกิจที่ตอบแบบสอบถามมีพนักงานประมาณ 1-25 คน จำนวน 57 ราย 26-50 คน จำนวน 53 ราย 51-75 คน จำนวน 28 ราย 76-100 คน จำนวน 14 ราย 101-125 คน จำนวน 16 ราย 126-150 คน จำนวน 12 ราย 151-175 คน จำนวน 8 ราย 176-200 คน จำนวน 16 ราย และมากกว่า 200 คน จำนวน 46 ราย

13. จำนวนตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ทำการซื้อเฉลี่ยแต่ละครั้ง ปรากฏว่าส่วนใหญ่ซื้อเฉลี่ยแต่ละครั้งประมาณ 1-5 ตู้ ซึ่งมีจำนวน 202 ราย (80.8%) ซื้อเฉลี่ยแต่ละครั้งประมาณ 6-10 ตู้ มีจำนวน 41 ราย (16.4%) และซื้อเฉลี่ยแต่ละครั้งประมาณ 11-15 ตู้ มีจำนวน 7 ราย (2.8%)

14. ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารของบริษัทธุรกิจต่าง ๆ จากการวิจัย ปรากฏว่าบริษัทธุรกิจส่วนใหญ่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อคือ ผู้จัดการซึ่งมีจำนวน 121 ราย (48.4%) ผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ 87 ราย (34.8%) ผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ มีจำนวน 33 ราย (13.2%) และผู้อำนวยการ 9 ราย (3.6%)

15. ตำแหน่งของผู้ตอบ ส่วนใหญ่ตำแหน่งผู้จัดการซึ่งมีจำนวน 81 ราย (32.4%) ผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อมีจำนวน 76 ราย (30.4%) หัวหน้าแผนกธุรการ 42 ราย (16.8%) เลขามีจำนวน 35 ราย (14%) และตำแหน่งอื่น ๆ มีจำนวน 16 ราย (6.4%)

ส่วนการางข้อมูล

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การไขทุ้เก็บเอกสาร และการไม่ไขทุ้เก็บเอกสาร

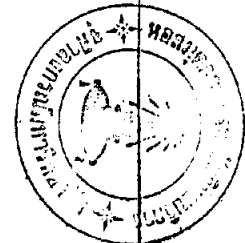
ประเภทธุรกิจ	ค่าตอบ	ประเภทธุรกิจ									
		รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
ไข	250	30	30	25	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%
ไม่ไข	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%



ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ประเภทผู้เก็บเอกสารที่ใช้

ประเภทธุรกิจ											
	คำตอบ	รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
หลัก		206	25	30	21	23	18	25	16	20	30
		83.2%	10%	12%	8.4%	9.2%	7.2%	10%	6.4%	8%	12%
หลัก		42	5	-	4	2	7	→	9	5	10
และไม		16.8%	2	-	1.6	0.8%	2.8%	-	3.6%	2%	4%
รวม		250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
		100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ประเภทธุรกิจ	คำต่อม	แบบทุเก็บเอกสารที่ไซ		ผลิตจาก		
		จำนวนที่มี	แบบลิ้นชัก	แบบบานประตู	ภายในประเทศ	ต่างประเทศ
เงินทุน		451	321	130	432	19
		6.19	4.40%	1.78%	5.92%	.26%
ธนาคาร		4,099	2,845	1,254	3,426	673
		56.24%	39.04%	17.20%	47.01%	9.23%
โรงพยาบาล		387	267	120	387	-
		5.31%	3.66%	1.65%	5.31%	-
โรงแรม		364	269	95	364	-
		4.99%	3.69%	1.30%	4.99%	-
โฆษณา		265	194	81	228	47
		3.77%	2.66%	1.11%	3.13%	.64%
วิจัย		180	120	60	180	-
		2.47%	1.65%	.82%	2.47%	-
ส่งออกและเง้าเง้า		248	159	89	248	-
		3.40%	2.18%	1.22%	3.40%	-
จัดจำหน่าย		575	357	218	495	80
		7.89%	4.90%	2.99%	6.79%	1.1%
อื่น ๆ		709	459	250	630	79
		9.73%	6.30%	3.43%	8.64%	1.08%
รวม		7,288	4,991	2,297	6,390	898
		100%	68.48%	31.52%	87.68%	12.32%



ตารางที่ 4 การวิเคราะห์แหล่งทุนใช้ซื้อหลักทรัพย์เอกชน

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสิ่งเช่า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
บริษัทผู้ผลิต	70	6	18	12	9	5	4	5	4	7
	28%	2.4	7.2%	4.8%	3.6%	2%	1.6%	2%	1.5%	2.8%
ร้านค้าส่ง	44	8	2	2	4	4	3	5	6	10
	17.6%	3.2%	0.8%	0.8%	1.6%	1.6%	1.2%	2%	2.4%	4%
ร้านค้าปลีก	80	12	4	6	5	9	12	8	10	14
	32%	4.8%	1.6%	2.4	2%	3.6%	4.8	2.2%	4%	5.6%
เอเยนต์	56	4	6	5	7	7	6	7	5	9
	22.4%	1.6%	2.4%	2%	2.8%	2.8%	2.4%	2.8%	2%	3.6%
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ศูนย์วิจัยการตลาด
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความถี่การชำรุดเสียหายของตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ 1

ค่าคอม	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ขนาด	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งดอกและสิ่งเช่า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	รวม										
บอย	16		3	-	-	-	-	-	2	5	6
	6.4%		1.2%	-	-	-	-	-	0.8%	2%	2.4%
ไม่บอย	234		27	30	25	25	25	25	23	20	34
	93.6%		10.3%	12%	10%	10%	10%	10%	9.2%	8%	13.6%
รวม	250		30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%		12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 วิเคราะห์การบริการขอให้และการไม่บริการขอให้

ประเภทธุรกิจ	คำตอบ									
	รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
บริการ ขอให้	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
ไม่บริการ ขอให้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	30
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 วิเคราะห์ความรู้สึกของผู้ใช้ หลังจากได้รับบริการซ่อมแซมโต๊ะ

ประเภทธุรกิจ										
	คำตอบ	รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย
พอใจมาก	18	3	2	2	1	-	1	3	2	4
	7.2%	1.2%	1.2%	0.8%	0.4%	-	0.4%	1.2%	0.8%	1.6%
ปานกลาง	82	13	12	12	8	7	3	8	5	14
	32.8%	5.2%	4.8%	4.8%	3.2%	2.8%	1.2%	3.2%	2%	5.6%
เฉย ๆ	100	14	16	9	10	12	12	8	12	7
	40%	5.6%	6.4%	3.6	4%	4.8%	4.8%	3.2%	4.8%	2.8%
ไม่พอใจ	50	-	-	2	6	6	9	6	6	15
	20	-	-	0.8%	2.4%	2.4%	3.6%	2.4%	2.4%	6%
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 วิเคราะห์แบบและขนาดของผู้หลักเก็บเอกสารที่จำหน่าย กับความต้องการของผู้ใช้

คำตอบ	ประเภทธุรกิจ	เงินทุน	ขนาด	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	รวม									
มี	204	25	22	20	22	25	20	19	23	25
	81.6%	10%	8.8%	8%	8.8%	10%	8%	7.6%	9.2%	11.2%
ไม่มี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บางครั้งมี	46	5	8	5	3	-	5	6	2	12
บางครั้งไม่มี	13.4%	2%	3.2%	2%	1.2%		2%	2.4%	0.8%	4.8%
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 ความถี่ในการเปลี่ยนร้านซักรีดหลักเก็บเอกสารของผู้ใช้

ประเภทธุรกิจ คำตอบ	ประเภทธุรกิจ รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรมแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
เปลี่ยนบ่อย	11 4.4%						4 1.6%			7 2.8%
เปลี่ยนไม่บ่อย	164 65.6%	25 3.6%	18 7.2%	15 6%	17 6.8%	20 8%	15 6%	21 8.4%	15 6%	19 7.6%
ไม่เคยเปลี่ยน	75 30%	6 2.4%	12 4.8%	10 4%	8 3.2%	5 2%	6 2.4%	4 1.6%	10 4%	14 5.6%
รวม	250 100%	30 12%	30 12%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	40 16%

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 การบริการส่งของร้านพืชมานซอซูเหล็กเกยเอเคสาร

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
บริการส่ง	214	28	30	25	22	19	22	21	18	29
	85.6%	11.2%	12%	10%	8.8%	7.6%	8.8%	8.4%	8.4%	11.6%
ไม่บริการส่ง	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4
	1.6%	-	-	-	-	-	-	-	-	1.6%
บริการส่ง บางร้าน	32	2	-	-	3	6	3	4	7	7
	12.8%	0.8%	-	-	1.2%	2.4%	1.2%	1.6%	2.8%	2.8%
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสิ่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	ค่าตอบ	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	211	26	25	25	22	2	25	20	22	27	
	84.4%	10.4%	10%	10%	8.8%	.8%	10%	8%	8.8%	10.8%	
อันดับสอง	13	1	1	1	-	-	-	2	1	7	
	5.2%	.4%	.4%	.4%	-	-	-	.8%	.4%	2.8%	
อันดับสาม	16	1	4	3	3	1	-	1	-	3	
	6.4%	.4%	1.6%	1.2%	1.2%	.4%	-	.4%	-	1.2%	
อันดับสี่	5	2	-	-	-	1	-	1	-	1	
	2%	.8%	-	-	-	.4%	-	.4%	-	.4%	
อันดับห้า	3	-	-	-	-	-	-	1	1	1	
	1.2%	-	-	-	-	-	-	.4%	.4%	.4%	
อันดับหก	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	
	.4%	-	-	-	-	-	-	-	.4	-	
อันดับเจ็ด	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	
	.4%	-	-	-	-	-	-	-	-	.4%	
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40	
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%	

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	คำตอบ	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	.4%	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
อันดับสอง	6	1	-	1	1	.4%	1	1	1	1	-
	2.4%	.4%	-	.4%	.4%	-	.4%	.4%	.4%	.4%	-
อันดับสาม	2	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-
	.8%	-	-	.4%	-	-	-	.4%	-	-	-
อันดับสี่	16	3	-	-	1	1	2	-	4	4	5
	6.4%	1.2%	-	-	.4%	.4%	.8%	-	1.6%	1.6%	2%
อันดับห้า	11	1	-	-	2	1	2	-	3	3	2
	4.4%	.4%	-	-	.8%	.4%	.8%	-	1.2%	1.2%	.8%
อันดับหก	166	18	18	18	20	21	19	13	10	10	22
	66	7.2%	7.2%	7.2%	8%	8.4%	7.2%	5.2%	4%	4%	8.8%
อันดับเจ็ด	48	7	5	5	1	1	1	10	7	7	11
	19.2%	2.8%	2.2%	2%	.4%	.4%	.4	4%	2.8%	2.8%	4.4%
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
คำตอบ	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล										
อันดับหนึ่ง	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3
	1.2%	-	-	-	-	-	-	-	-	1.2%
อันดับสอง	34	6	2	4	-	5	5	2	6	6
	13.6%	2.4%	.6%	1.6%	-	2%	2%	.8%	2.4%	2.4%
อันดับสาม	119	13	13	8	14	14	15	8	13	21
	47.6%	5.2%	5.2%	3.2%	5.6%	5.6%	6%	3.2%	5.2%	8.4%
อันดับสี่	36	3	8	4	5	-	-	5	2	9
	14.4%	1.2%	3.2%	1.6%	2%	-	-	2%	.8%	3.6%
อันดับห้า	41	6	7	6	4	4	2	6	4	2
	16.4%	2.4%	2.8%	2.4%	1.6%	1.6%	.8%	2.4%	1.6%	.8%
อันดับหก	15	2	-	2	2	1	3	4	-	1
	6%	.8%	-	.8%	.8%	.4%	1.2%	1.6%	-	.4%
อันดับเจ็ด	2	-	-	1	-	1	-	-	-	-
	.8%	-	-	.4%	-	.4%	-	-	-	-
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	10.0%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ประเภทธุรกิจ คำตอบ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเช่า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	รวม										
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	15	1	3	2	2	1	2	1	3		
	6%	.4%	1.2%	.8%	.8%	.4%	.8%	.4%	1.2%		
อันดับสอง	34	3	6	5	4	1	8	3	4		
	13.6%	1.2%	2.4%	2%	1.6%	.4%	3.2%	1.2%	1.6%		
อันดับสาม	35	6	4	5	3	3	4	3	4		
	14%	2.4%	1.6%	2%	1.2%	1.2%	1.6%	1.2%	1.6%		
อันดับสี่	136	15	16	11	15	18	18	11	12	20	
	54.4%	6%	6.4%	4.4%	.6%	7.2%	7.2%	4.4%	4.8%	8%	
อันดับห้า	16	2	1	2	-	-	1	1	2	7	
	6.4%	.8%	.4%	.8%	-	-	.4%	.4%	.8%	2.8%	
อันดับหก	11	2	-	-	1	1	2	-	4	1	
	4.4%	.8	-	-	.4%	.4%	.8%	-	1.6	.4%	
อันดับเจ็ด	3	1	-	-	1	1	-	-	-	1	
	1.2%	.4%	-	-	.4%	.4%	-	-	-	.4%	
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40	
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%	

ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
ค่าตอบแทน	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล										
อันดับหนึ่ง	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-
	.4%	.4%	-	-	-	-	-	-	-	-
อันดับสอง	8	-	-	2	-	-	-	3	1	2
	3.2%	-	-	.8%	-	-	-	1.2%	.4%	.8%
อันดับสาม	5	-	1	1	-	1	-	-	4	1
	2%	-	.4%	.4%	-	.4%	-	-	.4%	.4%
อันดับสี่	5	1	-	1	1	-	-	-	-	2
	2%	.4%	-	.4%	.4%	-	-	-	-	.8%
อันดับห้า	16	3	1	1	1	2	2	-	3	3
	6.4%	1.2%	.4%	.4%	.4%	.8%	.8%	-	1.2%	1.2%
อันดับหก	37	6	4	1	1	1	1	6	7	10
	14.8%	2.4%	1.6	.4%	.4%	.4%	.4%	2.4%	2.8%	4%
อันดับเจ็ด	178	19	24	19	22	21	21	16	13	22
	71.2%	7.6%	9.6%	7.6%	8.8%	8.4%	8.8%	6.4%	5.2%	8.8%
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ประเภทธุรกิจ	เงินต้น	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ	
										คำตอบ
ลำดับความสำคัญของเหตุผล										
อันดับหนึ่ง	15	1	1	1	-	-	3	2	7	
	6%	.4%	.4%	.4%	-	-	1.2%	.8%	2.8%	
อันดับสอง	140	17	18	17	18	19	9	13	19	
	56%	6.8%	7.2%	4%	6.8%	7.2%	7.6%	3.6%	5.2%	7.6%
อันดับสาม	41	7	2	2	-	5	6	5	6	8
	16.6%	2.8%	.8%	.8%	-	2%	2.4%	2%	2.4%	3.2%
อันดับสี่	19	2	3	4	2	1	-	4	2	1
	7.6%	.8%	1.2%	1.6%	.8%	.4%	-	1.6%	.8%	.4%
อันดับห้า	24	4	5	4	4	1	-	3	-	3
	9.6%	1.6%	2%	1.6%	1.6%	.4%	-	1.2%	-	1.2%
อันดับหก	8	-	1	2	1	-	-	1	2	1
	3.2%	-	.4%	.8%	.4%	-	-	.4%	.8%	.4%
อันดับเจ็ด	3	-	-	2	-	-	-	-	-	1
	1.2%	-	-	.8%	-	-	-	-	-	.4%
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	40	
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	16%	

ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
คำตอบ	รวม									
ลำดับความสำคัญของบุคคล อันดับหนึ่ง	4	1	1	1	1	-	-	-	-	-
	1.6%	.4%	.4%	.4%	.4%	-	-	-	-	-
อันดับสอง	15	2	2	2	4	1	-	1	2	1
	6%	.8%	.8%	.8%	1.6%	.4%	-	.4%	.8%	.4%
อันดับสาม	32	3	6	3	5	1	-	7	2	5
	12.8%	1.2%	2.4%	1.2%	2%	.4%	-	2.8%	.8%	2%
อันดับสี่	33	4	3	5	1	4	5	2	4	5
	13.2%	1.6%	1.2%	2%	.4%	1.6%	2%	.8%	1.6%	2%
อันดับห้า	139	15	17	12	14	17	18	14	12	20
	55.6%	6%	6.8%	4.8%	5.6%	6.8%	7.2%	5.6%	4.8%	8%
อันดับหก	12	2	-	1	-	1	-	1	1	6
	4.8%	.8%	-	.4%	-	.4%	-	.4%	.4%	2.4%
อันดับเจ็ด	15	3	1	1	-	1	2	-	4	3
	6%	1.2%	.4%	.4%	-	.4%	.8%	-	1.6%	1.2%
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ตารางที่ 11 ข ลักษณะเปรียบเทียบขององค์ประกอบการพิจารณาเลือกโซลูชันหลักเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย สรุปผลจากตารางที่ 11 ก ข ก ง จ ฉ และ ช

	น้ำหนักที่ให้ ต่ออันดับต่าง ๆ	รวมคาถูก		รูปแบบสวย		โซลูชันควมมีขนาด ใหญ่เลือกมาก		น่องการสนับสนุนของ ที่ผลิตในประเทศไทย		ทนทาน		หาซื้อได้ทั่วไป		นิยมใช้ของที่ผลิต ในประเทศไทย	
		จำนวน	ผลลัพท์	จำนวน	ผลลัพท์	จำนวน	ผลลัพท์	จำนวน	ผลลัพท์	จำนวน	ผลลัพท์	จำนวน	ผลลัพท์	จำนวน	ผลลัพท์
จำนวนผู้ตอบ		250		250		250		250		250		250		250	
ลำดับความสำคัญของ เหตุผล															
อันดับหนึ่ง	7	211	1477	1	7	3	21	15	105	1	7	15	405	4	28
อันดับสอง	6	13	78	6	36	34	204	34	204	8	48	140	840	15	90
อันดับสาม	5	16	80	2	10	119	595	35	175	5	25	41	205	32	160
อันดับสี่	4	5	20	16	64	36	144	136	524	5	20	19	76	33	132
อันดับห้า	3	3	9	11	33	41	123	16	48	16	48	24	72	139	117
อันดับหก	2	1	2	166	332	15	30	11	22	37	74	8	16	12	24
อันดับเจ็ด	1	1	1	48	48	2	2	3	3	178	178	3	3	15	15
รวม			1,667		530		1,119		1,081		400		1,317		866
หารด้วย 250			1,667 250		530 250		1,119 250		1,081 250		400 250		1,317 250		866 250
ผลลัพท์ที่ได้คือค่าเฉลี่ย			6.67		2.12		5.48		4.32		1.6		5.27		3.46

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความรู้สึกของผู้บริโภคเกี่ยวกับเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย

ประเภทธุรกิจ										
	ประเภทธุรกิจ	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกหรือส่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
คำตอบ	รวม									
พอใจ	125	15	18	9	15	10	11	15	12	20
	50.3	6%	7.2%	3.6%	6%	4%	4.4%	6%	4.8%	8%
ไม่พอใจ	6	-	-	-	-	-	-	-	-	6
	2.4%	-	-	-	-	-	-	-	-	2.4%
เฉย ๆ	119	15	12	16	10	15	14	10	13	14
	47.6%	6%	4.8%	6.4%	4%	6%	5.6%	4%	5.2%	5.6
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเช่า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
ค่าคอม	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล										
อันดับหนึ่ง	12	1	-	-	-	2	1	2	1	5
	4.8%	.4%	-	-	-	.8%	.4%	.8%	.4%	2%
อันดับสอง	29	5	3	1	3	4	2	3	4	4
	11.6%	2%	1.2%	.4%	1.2%	1.6%	.8%	1.2%	1.6%	1.6%
อันดับสาม	27	2	4	5	3	1	2	2	3	5
	10.8%	.8%	1.6%	2%	1.2%	.4%	.8%	.8%	1.2%	2%
อันดับสี่	134	17	14	12	17	14	19	12	13	16
	53.6%	6.3%	5.6%	4.8%	6.8%	5.6%	7.6%	4.8%	5.2%	6.4%
อันดับห้า	38	5	6	4	2	4	-	4	4	9
	15.2%	2%	2.4%	1.6%	.8%	1.6%	-	1.6%	1.6%	3.6%
อันดับหก	10	-	3	3	-	-	1	2	-	1
	4%	-	1.2%	1.2%	-	-	.4%	.8%	-	.4%
อันดับเจ็ด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	ค่าตอบ	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	4	1	-	-	-	-	-	1	1	1	
	1.6%	.4%	-	-	-	-	-	.4%	.4%	.4%	
อันดับสอง	26	3	3	-	1	3	1	3	2	10	
	10.4%	1.2%	1.2%	-	.4	1.2%	.4%	1.2%	.8%	4%	
อันดับสาม	139	18	16	14	16	15	20	11	12	17	
	55.6%	7.2%	6.4%	5.6%	6.4%	6%	8%	4.4%	4.8%	6.8%	
อันดับสี่	35	4	5	5	5	2	-	4	6	4	
	14%	1.6%	2%	2%	2%	.8%	-	1.6%	2.4%	1.6%	
อันดับห้า	19	3	3	2	-	1	1	3	-	6	
	7.6%	1.2%	1.2%	.8%	-	.4%	.4%	1.2%	-	2.4%	
อันดับหก	27	1	3	4	3	4	3	3	4	12	
	10.8%	.4%	1.2%	1.6%	1.2%	1.6%	1.2%	1.2%	1.6%	4.8%	
อันดับเจ็ด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40	
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%	

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	ค่าตอบ	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	3	-	-	1	-	-	-	1	-	1	
	1.2%	-	-	.4%	-	-	-	.4%	-	.4%	
อันดับสอง	14	1	1	2	1	-	-	2	1	3	
	4.4%	.4%	.4%	.8%	.4%	-	-	.8%	.4%	1.2%	
อันดับสาม	3	-	1	-	2	2	1	1	-	1	
	3.2%	-	.4%	-	.8%	.8%	.4%	.4%	-	.4%	
อันดับสี่	8	-	-	1	1	1	2	-	1	2	
	3.2%	-	-	.4%	.4%	.4%	.8%	-	.4	.8%	
อันดับห้า	39	3	7	6	3	3	3	4	7	3	
	15.6%	1.2%	2.8%	2.4%	1.2%	1.2%	1.2%	1.6%	2.8%	1.2%	
อันดับหก	181	26	21	15	18	19	19	17	16	30	
	72	10.4%	8.4%	5%	7.2%	7.6%	7.6%	6.8%	6.9%	12%	
อันดับเจ็ด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40	
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%	

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ขนาด	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	คำตอบ	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	3	-	-	-	-	-	1	-	-	-	2
	1.2%	-	-	-	-	-	.4%	-	-	-	.8%
อันดับสอง	12	1	1	1	3	-	1	1	2	2	
	4.8%	.4%	.4%	.4%	1.2%	-	.4%	.4%	.8%	.8%	
อันดับสาม	42	5	5	6	1	3	4	6	7	5	
	16.8	2%	2%	2.4%	.4%	1.2%	1.6%	2.4%	2.8%	2%	
อันดับสี่	36	3	9	5	-	2	-	5	2	10	
	14.4%	1.2%	3.6%	2%	-	.8%	-	2%	.8%	4%	
อันดับห้า	137	18	12	11	20	19	18	11	12	16	
	54.8%	7.2%	4.8%	4.4%	8%	7.6%	7.2%	4.4%	4.8%	6.4%	
อันดับหก	20	3	3	2	-	1	2	2	2	5	
	8%	1.2%	1.2%	.8%	-	.4%	.8%	.8%	.8%	2%	
อันดับเจ็ด											
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	25	
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	

ตารางที่ 12 จ พิจารณาเสนอให้แก้ไขปรับปรุงเรื่องคุณภาพ

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสิ่งเข้า	จกจำหน่าย	อื่น ๆ
	คำตอบ	รวม								
ลำดับความสำคัญของเหตุผล										
อันดับหนึ่ง	209	26	25	21	24	22	23	18	21	29
	83.6%	10.4%	10%	8.4%	9.6%	8.8%	9.2%	7.2%	8.4%	11.6%
อันดับสอง	31	3	5	3	-	3	1	5	2	9
	12.4%	1.2%	2%	1.2%	-	1.2%	.4%	2%	.8%	3.6%
อันดับสาม	4	1	-	-	-	-	-	1	1	1
	1.6%	.4%	-	-	-	-	-	.4%	.4%	.4%
อันดับสี่	5	-	-	1	1	-	1	1	1	1
	2%	-	-	.4%	.4%	-	.4%	-	.4%	.4%
อันดับห้า	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-
	.4%	-	-	-	-	-	-	.4%	-	-
อันดับหก	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อันดับเจ็ด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%

ตารางที่ 12 ฉ พิจารณาเสนอให้แก่ไขปรับปรุงเรื่องการบริการ

ประเภทธุรกิจ											
	คำตอบ	รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	19	2	5	3			1	1	3	2	2
	7.6%	.8%	2%	1.2%			.4%	.4%	1.2%	.8%	.8%
อันดับสอง	141	17	17	18	16	15	20	11	15	12	
	56.4%	6.8%	6.8%	7.2%	6.4%	6%	8%	4.4%	6%	4.8%	
อันดับสาม	30	4	4	-	3	4	-	3	1	11	
	12%	1.6%	1.6%	-	1.2%	1.6%	-	1.2%	.4%	4.4%	
อันดับสี่	32	6	2	1	1	3	3	7	2	7	
	12.8%	2.4%	.8%	.4%	.4%	1.2%	1.2%	2.8%	.8%	2.8%	
อันดับห้า	16	1	2	2		1	1	1	2	6	
	6.4%	.4%	.8%	.8%		.4%	.4%	.4%	.8%	2.4%	
อันดับหก	12	-	-	1	5	1	-	-	3	2	
	4.8%	-	-	.4%	.2%	.4%	-	-	1.2%	.8%	
อันดับเจ็ด											
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40	
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%	

จำนวนผู้ตอบ	น้ำหนักที่ให้อันดับต่างๆ	รูปแบบ		ราคา		สี		ขนาด		คุณภาพ		การบริการ	
		จำนวนผู้ตอบ	ผลสัมฤทธิ์ที่ได้	จำนวนผู้ตอบ	ผลสัมฤทธิ์ที่ได้	จำนวนผู้ตอบ	ผลสัมฤทธิ์ที่ได้	จำนวนผู้ตอบ	ผลสัมฤทธิ์ที่ได้	จำนวนผู้ตอบ	ผลสัมฤทธิ์ที่ได้	จำนวนผู้ตอบ	ผลสัมฤทธิ์ที่ได้
ลำดับความสำคัญ													
อันดับหนึ่ง	6X	12	72	4	24	3	18	3	18	209	1254	19	114
อันดับสอง	5X	29	145	26	130	11	55	12	60	31	155	141	705
อันดับสาม	4X	27	108	139	556	8	32	42	168	4	16	30	120
อันดับสี่	3X	134	402	35	105	8	24	36	108	5	15	32	96
อันดับห้า	2X	33	76	19	38	39	78	137	274	1	2	16	32
อันดับหก	1X	10	10	27	27	181	181	20	20			12	12
รวม		250	813	250	880	250	388	250	648	250	1441	250	1079
หารด้วย 250 ผลสัมฤทธิ์ที่ได้ คือค่าเฉลี่ย			3.25		3.52		1.55		2.59		5.77		4.32

ตารางที่ 13 วิเคราะห์เหตุผลของการไม่ใช้คู่มือเหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทย

ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จกจำหน่าย	อื่น ๆ
ค่าตอบแทน	รวม									
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 14 วิเคราะห์เหตุผลของการใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตจากต่างประเทศ

ประเภทธุรกิจ											
	คำตอบ	รวม	เงินทุน	ขนาดการ	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
มีขนาดและ		35	6	9	—	—	6	—	—	5	9
แบบตรง		36.84%	6.32%	9.47%	—	—	6.32%	—	—	5.26%	9.47%
ตามกองการ		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
คุณภาพดี		60	8	12	—	—	9	—	—	13	18
		63.16%	8.42%	12.63%	—	—	9.47%	—	—	13.68%	18.95%
รวม		95	14	21	—	—	15	—	—	18	27
		100%	14.74%	22.10%	—	—	15.79%	—	—	18.95%	28.42%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์เหตุผลของการไม่ใช้ตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตจากต่างประเทศ

ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
ค่าตอบ	รวม									
ราคาแพง	203 81.2%	26 10.4%	18 7.2%	25 10%	20 8%	20 8%	22 8.8%	25 10%	20 8%	27 10.8%
ไม่มีความจำเป็น	28 10.8%	1 .4%	4 1.6%	- -	4 1.6%	2 .8%	3 1.2%	- -	5 2%	8 3.2%
ผลิตในประเทศคุณภาพพอ ๆ กับผลิตจากต่างประเทศ	20 8%	3 1.2%	8 3.2%	- -	1 .4%	3 1.2%	- -	- -	- -	5 2%
รวม	250 100%	30 12%	30 12%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 16%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์แนวโน้มการซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสารที่ผลิตในประเทศไทยอนาคต

ประเภทธุรกิจ										
คำตอบ	รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
ซื้อ	250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%
ไม่ซื้อ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	250	30	30	30	30	30	30	30	30	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ศูนย์วิทยพัทยาการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 ก พิจารณาเลือกข้อเพราะสี่ของภูเหล็กเก็บเอกสาร

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	กำกับ	รวม									
ลำดับความสำคัญของ หมวด											
อันดับหนึ่ง	1 .4%	-	-	-	-	-	-	-	1 .4%	-	-
อันดับสอง	3 1.2%	-	-	-	-	2 .8%	-	-	-	1 .4%	-
อันดับสาม	9 3.6%	3 1.2%	-	1 .4%	-	-	1 .4%	1 .4%	1 .4%	1 .4%	2 .8%
อันดับสี่	8 3.2%	-	2 .8%	-	1 .4%	-	-	-	2 .8%	2 .8%	1 .4%
อันดับห้า	30 32%	12 4.8%	19 7.6%	12 4.8%	2 .8%	1 .4%	18 7.2%	2 .8%	10 4%	4 1.6%	4 1.6%
อันดับหก	11 4.4%	-	2 .8%	-	1 .4%	1 .4%	1 .4%	3 1.2%	1 .4%	1 .4%	2 .8%
อันดับเจ็ด	36 14.4%	4 1.6%	1 .4%	6 2.4%	1 .4%	16 6.4%	1 .4%	1 .4%	2 .8%	2 .8%	4 1.6%
อันดับแปด	78 31.2%	8 3.2%	3 1.2%	2 .8%	19 7.6%	5 2%	4 1.6%	11 4.4%	5 2%	21 8.4%	21 8.4%
อันดับเก้า	24 9.6%	3 1.2%	3 1.2%	4 1.6%	1 .4%	-	-	4 1.6%	3 1.2%	6 2.4%	6 2.4%
รวม	250 100%	30 12%	30 12%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	40 16%

ตารางที่ 17 ข. พิจารณาเลือกชนิดเพราะแบบ รูปทรง และขนาด

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	เงินทุน	ขนาด	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
ลำดับความสำคัญของเหตุผล										
อันดับหนึ่ง	25 10%	4 1.6%	1 .4%	1 .4%	1 .4%	2 .8%	-	3 1.2%	4 1.6%	9 3.6%
อันดับสอง	16 6.4%	5 2%	-	2 .8%	-	1 .4%	1 .4%	3 1.2%	1 .4%	3 1.2%
อันดับสาม	16 6.4%	2 .8%	-	3 1.2%	1 .4%	1 .4%	-	1 .4%	1 .4%	6 2.4%
อันดับสี่	128 51.2%	12 4.8%	17 6.8%	12 4.8%	17 6.8%	17 6.8%	17 6.8%	11 4.4%	12 4.8%	13 5.2%
อันดับห้า	15 6%	1 .4%	4 1.6%	2 .8%	2 .8%	1 .4%	2 .8%	1 .4%	-	2 .8%
อันดับหก	23 9.2%	3 1.2%	1 .4%	5 2%	1 .4%	3 1.2%	4 1.6%	1 .4%	2 .8%	3 1.2%
อันดับเจ็ด	19 7.6%	3 1.2%	3 1.2%	-	3 1.2%	1 .4%	-	3 1.2%	3 1.2%	3 1.2%
อันดับแปด	6 2.4%	-	-	2 .8%	-	-	-	2 .8%	1 .4%	1 .4%
อันดับเก้า	2 .8%	-	1 .4%	-	-	-	-	-	1 .4%	-
รวม	250 100%	30 12%	30 12%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	40 16%

ตารางที่ 17 ก พิจารณาเลือกซื้อเพราะการให้บริการ

ประเภทธุรกิจ	ค่าคอม		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	ค่าคอม	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	3 1.2%	2 .8%	-	-	-	-	-	-	-	-	1 .4%
อันดับสอง	51 20.4%	1 .4%	2 .8%	4 1.6%	2 .8%	17 6.8%	18 7.2%	2 .8%	2 .8%	3 1.2%	
อันดับสาม	112 44.8%	13 5.2%	21 8.4%	14 5.6%	15 6%	1 .4%	3 1.2%	13 5.2%	14 5.6%	18 7.2%	
อันดับสี่	25 10%	6 2.4%	2 .8%	1 .4%	3 1.2%	4 1.6%	1 .4%	2 .8%	-	6 2.4%	
อันดับห้า	32 12.8%	4 1.6%	2 .8%	4 1.6%	2 .8%	1 .4%	1 .4%	6 2.4%	5 2%	7 2.8%	
อันดับหก	15 6%	2 .8%	2 .8%	2 .8%	2 .8%	-	1 .4%	2 .8%	1 .4%	3 1.2%	
อันดับเจ็ด	9 3.6%	1 .4%	1 .4%	-	1 .4%	2 .8%	1 .4%	-	2 .8%	1 .4%	
อันดับแปด	2 .8%	1 .4%	-	-	-	-	-	-	1 .4%	-	
อันดับเก้า	1 .4%	-	-	-	-	-	-	-	-	1 .4%	
รวม	250 100%	30 12%	30 12%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	40 16%	

ตารางที่ 17 ง พิจารณาเลือกซื้อเพราะทราบชื่อ

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	ค่าคอม	รวม									
ลำดับความสำคัญของแต่ละคน											
อันดับหนึ่ง	3	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-
	1.2%	.4%	-	-	.4%	-	-	.4%	-	-	-
อันดับสอง	17	1	3	1	2	2	2	1	3	2	2
	6.8%	.4%	1.2%	.4%	.8%	.8%	.8%	.4%	1.2%	.8%	.8%
อันดับสาม	19	4	1	3	4	3	1	1	-	-	2
	7.6%	1.6%	.4%	1.2%	1.6%	1.2%	.4%	.4%	-	-	.8%
อันดับสี่	16	1	3	3	-	-	1	1	1	1	6
	6.4%	.4%	1.2%	1.2%	-	-	.4%	.4%	.4%	.4%	2.4%
อันดับห้า	64	6	2	3	13	16	2	2	3	17	17
	25.6%	2.4%	.8%	1.2%	5.2%	6.4%	.8%	.8%	1.2%	6.8%	6.8%
อันดับหก	90	6	19	12	3	2	16	13	13	13	6
	36%	2.4%	7.6%	4.8%	1.2%	.8%	6.4%	5.2%	5.2%	5.2%	2.4%
อันดับเจ็ด	35	10	2	3	2	1	2	5	5	5	5
	14%	4%	.8%	1.2%	.8%	.4%	.8%	2%	2%	2%	2%
อันดับแปด	3	-	-	-	-	-	1	-	-	-	2
	1.2%	-	-	-	-	-	.4%	-	-	-	.8%
อันดับเก้า	3	1	-	-	-	1	-	1	-	-	-
	1.2%	.4%	-	-	-	.4%	-	.4%	-	-	-
รวม	250	30	30	25	25	25	25	25	25	25	40
	100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ตารางที่ 17 จ พิจารณาเลือกข้อเพราะราคา

ประเภทธุรกิจ ค่าคอม	รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
ลำดับความสำคัญของเหตุผล										
อันดับหนึ่ง	34 13.6%	4 1.6%	4 1.6%	2 .8%	2 .8%	3 1.2%	3 1.2%	5 2%	4 1.6%	7 2.8%
อันดับสอง	121 48.4%	16 6.4%	22 8.8%	15 6%	19 7.6%	1 .4%	2 .8%	12 4.8%	15 6%	19 7.6%
อันดับสาม	69 27.6%	5 2%	3 1.2%	6 2.4%	2 .8%	18 7.2%	17 6.8%	5 2%	5 2%	8 3.2%
อันดับสี่	14 5.6%	3 1.2%	1 .4%	1 .4%	1 -.4%	-	1 .4%	2 .8%	-	5 2%
อันดับห้า	5 2%	1 .4%	-	1 .4%	-	2 .8%	-	1 .4%	-	-
อันดับหก	2 .8%	-	-	-	-	-	1 .4%	-	-	1 .4%
อันดับเจ็ด										
อันดับแปด	2 .8%	1 .4%	-	-	1 .4%	-	-	-	-	-
อันดับเก้า	3 1.2%	-	-	-	-	1 .4%	1 .4%	-	1 .4%	-
รวม	250 100%	30 12%	30 12%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	40 16%

ตารางที่ 17 ฉ พิจารณาเลือกซื้อเพราะบ้านหรือสถานที่พักจำหนาย

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	คำขอบ	รวม									
ค่ากับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	2	-.8%	-	-	-	-	-	-	1	1	-
									.4%	.4%	-
อันดับสอง	3	1.2%	-	-	1	-	-	-	-	-	2
					.4%						.8%
อันดับสาม	1	.4%	-	-	-	-	1	-	-	-	-
							.4%				
อันดับสี่	9	3.6%	2	-	-	-	1	1	2	2	1
			.8%				.4%	.4%	.8%	.8%	.4%
อันดับห้า	12	4.8%	1	1	1	2	2	-	-	1	4
			.4%	.4%	.4%	.8%	.8%			.4%	1.6%
อันดับหก	57	22.8%	7	3	1	16	16	1	1	3	9
			2.7%	1.2%	.4%	6.4%	6.4%	.4%	.4%	1.2%	3.6%
อันดับเจ็ด	59	25.6%	4	6	4	4	2	5	12	3	19
			1.6%	2.4%	1.6%	1.6%	.8%	2%	4.8%	1.2%	7.6%
อันดับแปด	103	41.2%	16	20	18	3	3	13	7	15	3
			6.4%	8%	7.2%	1.2%	1.2%	7.2%	2.8%	6%	1.2%
อันดับเก้า	4	1.6%	-	-	-	-	-	-	2	-	2
									.8%		.8%
รวม	250	100%	30	30	25	25	25	25	25	25	40
			12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ประเภทธุรกิจ	ค่าคอม		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสิ่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	รวม										
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	1 .4%	—	—	—	—	—	—	—	1 .4%	—	—
อันดับสอง	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
อันดับสาม	1 .4%	—	—	—	—	—	—	—	1 .4%	—	—
อันดับสี่	1 .4%	—	—	—	—	—	—	—	—	1 .4%	—
อันดับห้า	1 .4%	—	—	—	—	—	—	—	—	1 .4%	—
อันดับหก	4 1.6%	1 .4%	—	1 .4%	—	—	—	—	2 .8%	—	—
อันดับเจ็ด	8 3.2%	—	1 .4%	1 .4%	1 .4%	—	—	—	1 .4%	—	4 1.6%
อันดับแปด	26 10.4%	3 1.2%	5 2%	2 .8%	1 .4%	2 .8%	1 .4%	2 .8%	3 1.2%	7 2.8%	—
อันดับเก้า	208 83.2%	26 10.4%	24 9.6%	21 8.4%	23 9.2%	23 9.2%	24 9.6%	18 7.2%	20 8%	29 11.6%	—
รวม	250 100%	30 12%	30 12%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	40 16%

ตารางที่ 17 ข พิจารณาเลือกข้อเพราะการไหลส่วนลด

ประเภทธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและตั้งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	ค่าตอบแทน	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	2 .8%	—	—	—	—	—	—	1 .4%	1 .4%	—	—
อันดับสอง	6 2.4%	1 .4%	—	1 .4%	—	—	—	—	2 .8%	1 .4%	1 .4%
อันดับสาม	8 3.2%	—	1 .4%	—	1 .4%	1 .4%	1 .4%	1 .4%	1 .4%	2 .8%	1 .8%
อันดับสี่	36 14.4%	4 1.6%	4 1.6%	7 2.8%	3 1.2%	2 .8%	4 1.6%	3 1.2%	3 1.2%	2 .8%	7 2.8%
อันดับห้า	34 13.6%	5 2%	2 .8%	1 .4%	4 1.6%	2 .8%	1 .4%	10 4%	10 4%	5 2%	4 1.6%
อันดับหก	47 18.8%	11 4.4%	3 1.2%	4 1.6%	2 .8%	2 .8%	1 .4%	3 1.2%	3 1.2%	5 2%	16 6.4%
อันดับเจ็ด	83 33.2%	8 3.2%	16 6.4%	11 4.4%	13 5.2%	3 1.2%	16 6.4%	2 .8%	2 .8%	10 4%	4 1.6%
อันดับแปด	30 12%	1 .4%	2 .8%	1 .4%	1 .4%	15 6%	1 .4%	3 1.2%	3 1.2%	—	6 2.4%
อันดับเก้า	4 1.6%	—	2 .8%	—	1 .4%	—	—	—	—	—	1 .4%
รวม	250 100%	30 12%	30 12%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	25 10%	40 16%

ประเภทธุรกิจ	ค่าคอม.		เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
	ค่าคอม.	รวม									
ลำดับความสำคัญของเหตุผล											
อันดับหนึ่ง	179	71.6%	19	25	22	21	20	21	12	16	23
			7.6%	10%	8.8%	8.4%	8%	8.4%	4.8%	6.4%	9.2%
อันดับสอง	33	13.2%	6	3	1	2	2	2	5	2	10
			2.4%	1.2%	.4%	.8%	.8%	.8%	2%	.8%	4%
อันดับสาม	15	6%	3	1	-	2	1	1	2	2	3
			1.2%	.4%	-	.8%	.4%	.4%	.8%	.8%	1.2%
อันดับสี่	13	5.2%	2	1	1	-	1	-	2	5	1
			.8%	.4%	.4%	-	.4%	-	.8%	2%	.4%
อันดับห้า	7	2.8%	-	-	1	-	-	1	3	-	2
			-	-	.4%	-	-	.4%	1.2%	-	.8%
อันดับหก	1	.4%	-	-	-	-	1	-	-	-	-
			-	-	-	-	.4%	-	-	-	-
อันดับเจ็ด	1	.4%	-	-	-	-	-	-	1	-	-
			-	-	-	-	-	-	.4%	-	-
อันดับแปด	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
อันดับเก้า	1	.4%	-	-	-	-	-	-	-	-	1
			-	-	-	-	-	-	-	-	.4%
รวม	250	100%	30	30	25	25	25	25	25	25	40
			12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ตารางที่ 17 ข ลักษณะเปรียบเทียบของผลประโยชน์การพิจารณาเลือกซื้อทุเรียนเกรดพรีเมียมจากตารางที่ 17 ก ร ค ง จ ฉ ช และ ฅ

จำนวนทุเรียน	น้ำหนักที่ให้ ทออินกับทาง ๗	สีของทุ		แบบรูปร่าง และขนาด		การใหม่วิธีการ		ทรายห่อ		ราคา		รวม จำหน่าย		พนักงานขาย		การให้ส่วนลด		คุณภาพ		
		จำนวน	ผลสุก ที่โต	จำนวน	ผลสุก ที่โต	จำนวน	ผลสุก ที่โต	จำนวน	ผลสุก ที่โต	จำนวน	ผลสุก ที่โต	จำนวน	ผลสุก ที่โต	จำนวน	ผลสุก ที่โต	จำนวน	ผลสุก ที่โต	จำนวน	ผลสุก ที่โต	
สำคัญ		250		250		250		250		250		250		250		250		250		
อันคัมหนึ่ง	9	1	9	25	225	3	27	3	27	34	306	2	18	1	9	2	18	179	1611	
อันคัมสอง	8	3	24	16	128	51	408	17	136	121	968	3	24			6	48	33	264	
อันคัมสาม	7	9	63	16	112	112	784	19	133	69	483	1	7	1	7	8	56	15	105	
อันคัมสี่	6	8	48	128	768	25	150	16	96	14	84	9	54	1	6	36	216	13	78	
อันคัมห้า	5	80	400	15	75	32	160	64	320	5	25	12	60	1	5	34	170	7	35	
อันคัมหก	4	11	44	23	92	15	60	90	360	2	8	57	228	4	16	47	188	1	4	
อันคัมเจ็ด	3	36	108	19	57	9	27	35	105			59	177	8	24	83	249	1	3	
อันคัมแปด	2	78	156	6	12	2	4	3	6	2	4	103	206	26	52	30	60			
อันคัมเก้า	1	24	24	2	2	1	1	3	3	3	3	4	4	208	208	4	4	1	1	
รวม			876		1471		1621		1186		1881		778		327		1009		2101	
หารด้วย 250			<u>876</u> 250		<u>1471</u> 250		<u>1621</u> 250		<u>1186</u> 250		<u>1881</u> 250		<u>778</u> 250		<u>327</u> 250		<u>1009</u> 250		<u>2101</u> 250	
ผลสุกที่โต คือค่าเฉลี่ย			3.50		5.88		6.48		4.74		7.52		3.11		1.31		4.04		8.40	

ตารางที่ 18 วิเคราะห์ข้อมูลและจำนวนพนักงานของแต่ละบริษัทที่ตอบแบบสอบถาม

ประเภทธุรกิจ											
	ค่าตอบแทน	รวม	เงินเดือน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
1-25 คน	57	22.8%	6	-	-	-	9	15	9	11	7
			2.4%	-	-	-	3.6%	6%	3.6%	4.4%	2.8%
26-50 คน	53	21.2%	10	1	3	-	12	10	8	4	5
			4%	.4%	1.2%	-	4.8%	4%	3.2%	1.6%	2%
51-75 คน	28	11.2%	5	2	4	1	4	-	3	3	6
			2%	.8%	1.6%	.4%	1.6%	-	1.2%	1.2%	2.4%
76-100 คน	14	5.6%	3	3	3	1	-	-	2	-	2
			1.2%	1.2%	1.2%	.4%	-	-	.8%	-	.8%
101-125คน	16	6.4%	4	2	2	2	-	-	1	2	3
			1.6%	.8%	.8%	.8%	-	-	.4%	.8%	1.2%
126-150คน	12	4.8%	-	4	2	2	-	-	-	2	2
			-	1.6%	.8%	.8%	-	-	-	.8%	.8%
151-175คน	8	3.2%	-	2	-	3	-	-	1	-	2
			-	.8%	-	1.2%	-	-	.4%	-	.8%
176-200คน	16	6.4%	-	4	4	4	-	-	-	-	4
			-	1.6%	1.6%	-	-	-	-	-	1.6%
มากกว่า 200คน	46	18.4%	2	12	7	12	-	-	1	3	9
			.8%	4.8%	2.8%	4.8%	-	-	.4%	1.2%	3.6%
รวม	250	100%	30	30	25	25	25	25	25	25	40
			12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ตารางที่ 19 วิเคราะห์จำนวนเฉลี่ยการซื้อตั๋วเหล็กเก็บเอกสารแต่ละครั้ง

ประเภทธุรกิจ											
	คำตอบ	รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
1-5 ตู		202	26	20	20	22	25	25	19	17	28
		80.8%	10.4%	8%	8%	8.8%	10%	10%	7.6%	6.8%	11.0%
6-10 ตู		41	4	8	5	3	—	—	6	8	7
		16.4%	1.6%	3.2%	2%	1.2%	—	—	2.4%	3.2%	2.8%
11-15 ตู		7	—	2	—	—	—	—	—	—	5
		2.8%	—	.8%	—	—	—	—	—	—	2%
รวม		250	30	30	25	25	25	25	25	25	40
		100%	12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 วิเคราะห์ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อตู้เหล็กเก็บเอกสาร

ประเภทธุรกิจ											
	คำตอบ	รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จัดจำหน่าย	อื่น ๆ
ผู้อำนวยการ	9	3.6%	-	-	8	3.2%	-	-	-	-	1
ผู้จัดการ	121	48.4%	18	15	-	6	20	18	10	15	19
ผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ	87	34.8%	7	9	17	19	5	4	9	5	12
ผู้จัดการหรือหัวหน้าแผนก	33	13.2%	5	6	-	-	-	3	6	5	8
รวม	250	100%	30	30	25	25	25	25	25	25	40
			12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%

ตารางที่ 21 วิเคราะห์ตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทธุรกิจ											
	คำตอบ	รวม	เงินทุน	ธนาคาร	โรงพยาบาล	โรงแรม	โฆษณา	วิจัย	ส่งออกและสั่งเข้า	จกจำหน่าย	อื่น ๆ
ผู้จัดการ	81	32.4%	10	12	-	2	15	12	8	10	12
			4%	4.8%	-	.8%	6%	4.8%	3.2%	4%	4.8%
ผู้จัดการหรือหัวหน้าฝ่าย	76	30.4%	7	9	17	15	5	4	9	5	5
			2.8%	3.6%	6.8%	6%	2%	1.6%	3.6%	2%	2%
จกอิสระ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
หัวหน้าแผนกธุรการ	42	16.8%	3	2	4	4	2	3	4	5	15
			1.2%	.8%	1.6%	1.6%	.8%	1.2%	1.6%	2%	6%
เลขานุการ	35	14%	8	3	4	-	3	6	2	5	4
			3.2%	1.2%	1.6%	-	1.2%	2.4%	8%	2%	1.6%
พนักงานอื่น	16	6.4%	2	4	-	4	-	-	2	-	4
			.8%	1.6%	-	1.6%	-	-	.8%	-	1.6%
รวม	250	100%	30	30	25	25	25	25	25	25	10
			12%	12%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	16%