

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเรื่องการส่งเสริมการขายเครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์ที่มุ่งสู่คนกลางกรณีศึกษาสถานบริการในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์เป็น 5 ส่วนโดยเสนอไว้ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา และข้อมูลพื้นฐานของสถานบริการ ประกอบด้วยระยะเวลาดำเนินกิจการธุรกิจสถานบริการ จำนวนที่นั่ง รูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ จำนวนพนักงาน ประเภทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จำหน่ายในสถานบริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลในการเลือกบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย เหตุผลในการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย และ ราคาสินค้าที่มีจำหน่ายในสถานบริการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางที่สถานบริการต้องการ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบตารางไขว้ (Cross Tabulation) ในด้านข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามและสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางที่สถานบริการต้องการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ และลักษณะทั่วไปของสถานบริการ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์และลักษณะทั่วไปของสถานบริการ

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ตำแหน่ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา จากการสัมภาษณ์ของสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ตามตารางที่ 4.1-4.4 ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสถานบริการจำนวน 20 คน เป็นเจ้าของสถานบริการจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55 และเป็นผู้จัดการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45 (ดังตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ โดยจำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เจ้าของ	11	55
ผู้จัดการ	9	45
รวม	20	100

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการจำนวน 20 แห่ง พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง กล่าวคือ เพศชายมีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 90 เพศหญิงมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 (ดังตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ โดยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	18	90
หญิง	2	10
รวม	20	100

จากการสอบถามอายุ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ มีอายุระหว่าง 46-50 ปีมากที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงไปที่ผู้ที่อายุระหว่าง 30-35 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนผู้ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5 (ดังตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ โดยจำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 30 ปี	2	10
30-35 ปี	5	25
36-40 ปี	3	15
41-45 ปี	3	15
46-50 ปี	6	30
มากกว่า 51 ปี	1	5
รวม	20	100

ระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงไปคือผู้ที่มีการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือ อนุปริญญา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5 (ดังตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มัธยมศึกษา	1	5
ปวช. หรือ ปวท.	2	10
ปวส. หรือ อนุปริญญา	5	25
ปริญญาตรี	10	50
สูงกว่าปริญญาตรี	2	10
รวม	20	100

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของสถานบริการของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการ จำนวนที่นั่งของสถานบริการที่รองรับผู้ที่มาใช้บริการ รูปแบบการจัดทะเบียนของสถานบริการ จำนวนพนักงานประจำในสถานบริการ และประเภทของเครื่องดื่มน้ำที่มีแอลกอฮอล์จำหน่ายในสถานบริการ ในสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ตามตารางที่ 4.5-4.9 ดังนี้

ระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการจำนวน 20 แห่ง พบว่า สถานบริการดำเนินการกิจการ มากกว่า 3 ปี จำนวน 19 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 95 และสถานบริการดำเนินการ 2 ปี มีจำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5 (ดังตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของสถานบริการ โดยจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลาของกิจการ	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
2 ปี	1	5
มากกว่า 3 ปี	19	95
รวม	20	100

จำนวนที่นั่งของสถานบริการพบว่า มีสถานบริการที่มีจำนวนที่นั่งมากกว่า 350 ที่นั่ง จำนวน 8 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงไปมีจำนวนที่นั่งระหว่าง 151-200 ที่นั่ง จำนวน 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30 ส่วนจำนวนที่นั่งระหว่าง 251-300 ที่นั่ง มีจำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5 (ดังตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของสถานบริการ โดยจำแนกตามจำนวนที่นั่ง

จำนวนที่นั่ง	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
151-200	6	30
201-250	3	15
251-300	1	5
301-350	2	10
มากกว่า 350	8	40
รวม	20	100

รูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า สถานบริการจดทะเบียนในลักษณะบริษัทจำกัด มากที่สุด จำนวน 9 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงไปที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30 และ เจ้าของ 1 คน จำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25 (ดังตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของสถานบริการ โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
เจ้าของ 1 คน	5	25
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	6	30
บริษัทจำกัด	9	45
รวม	20	100

จำนวนของพนักงานที่ประจำอยู่ในสถานบริการนั้น พบว่า จำนวนพนักงานที่ประจำอยู่ในสถานบริการน้อยกว่า 50 คน มีจำนวนมากที่สุดคือ 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงไปคือจำนวนพนักงานที่ประจำอยู่ในสถานบริการ จำนวนระหว่าง 50-60 คน มีจำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนจำนวนพนักงานที่ประจำอยู่ในสถานบริการ จำนวนระหว่าง 71-80 คน มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5 (ดังตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของสถานบริการ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 50 คน	6	30
50-60	5	25
61-70	3	15
71-80	1	5
81-90	3	15
มากกว่า 90 คน	2	10
รวม	20	100

ประเภทของเครื่องคัมนี่มีแอลกอฮอล์ที่จำหน่ายในสถานบริการ พบว่าสถานบริการจำนวน 20 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 100 จำหน่ายสุราต่างประเทศ และเบียร์ โดยมีสัดส่วนเท่ากัน และรองลงมาคือสถานบริการจำนวน 17 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 85 จำหน่ายไวน์ และสถานบริการจำนวน 12 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 60 จำหน่ายสุราไทย และสถานบริการจำนวน 17 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 85 จำหน่ายเครื่องดื่มที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว (ดังตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของสถานบริการที่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยจำแนกตามประเภทของเครื่องดื่ม

ประเภท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
สุราไทย	12	60
สุราต่างประเทศ	20	100
ไวน์	17	85
เบียร์	20	100
อื่นๆ	17	85

ส่วนที่ 2 ข้อมูลและเหตุผลของการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และ
ตราสินค้าของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายในสถานบริการ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลดังกล่าวถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อแสดงถึงจำนวนและค่าร้อยละของสถานบริการจำนวน 20 แห่ง โดยจำแนกตามบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายพบว่า สถานบริการมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของบริษัท ริชมอนด์ มากที่สุดคือ 19 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 95 รองลงไปคือ สถานบริการมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีแกรม ผลิตภัณฑ์ของบริษัทบุญรอด และผลิตภัณฑ์ของบริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่ ในสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 17 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 85 และสถานบริการมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีนีธ มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 7 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 35 (ดังตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของสถานบริการที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยจำแนกตามบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	19	95
ซีแกรม	17	85
บุญรอด	17	85
ป้อมคลัง	10	50
ซีนีธ	7	35
ไทยเอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่	17	85
คอลลเบค แมคเกรเกอร์	9	45
อื่น ๆ	17	85

สถานบริการได้ให้เหตุผลในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย โดยแสดงถึงจำนวนและค่าร้อยละของสถานบริการทั้ง 20 แห่ง ไว้ดังนี้

สถานบริการที่เลือกเหตุผลในด้านความนิยมตราสินค้าของลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้าเป็นผู้เจาะจงในการเข้ามาใช้บริการในสถานบริการ โดยเลือกที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทริชมอนด์ มากที่สุดคือ 17 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 85 รองลงไปคือเลือกที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิก บรีวเวอรี จำนวน 15 แห่ง และเลือกที่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีนิธ และ บริษัท คอลเบค แมคเกรเกอร์ มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20 (ดังตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการเลือกจากปัจจัยด้านตราสินค้าที่เป็นที่นิยมของลูกค้า

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	17	85
ซีแกรม	13	65
บุญรอด	11	55
ป้อมคลัง	5	25
ซีนิธ	4	20
ไทยเอเชีย แปซิฟิก บรีวเวอรี	15	75
คอลเบค แมคเกรเกอร์	4	20

สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยให้เหตุผลในด้านชื่อตราสินค้าที่ติดตลาดเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางนั้น พบว่า สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีแกรม มากที่สุดคือ 15 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงไปคือ สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ริชมอนด์ จำนวน 14 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 70 และสถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ซีนิธ มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5 (ดังตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการเลือกจากปัจจัยด้านตราสินค้าที่ติดตลาด

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	14	70
ซีแกรม	15	75
บุญรอด	12	60
ป้อมคลัง	4	20
ซีนิธ	1	5
ไทยเอเชีย แปซิฟิก บรีวเวอรี่	12	60
คอลลเบค แมคเกรเกอร์	5	25

สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยคำนึงถึงราคาที่ถูกเป็นเหตุผลหลัก พบว่า สถานบริการจำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีแกรม และบริษัท บุญรอด โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน และสถานบริการจำนวน 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ป๊อแมคคัง ส่วนบริษัทริชมอนด์ บริษัทชินริ บริษัทไทยเอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่ บริษัทคอลลเบค แมคเกรเกอร์ นั้นสถานบริการไม่เลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเหตุผลดังกล่าว (ดังตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการเลือกจากปัจจัยด้านราคา

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ซีแกรม	5	25
บุญรอด	5	25
ป๊อแมคคัง	4	20

สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยใช้เหตุผลในการได้รับส่วนลดและส่วนยอมให้ พบว่า สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์บริษัท ริชมอนด์ มากที่สุดคือ 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงไปที่สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีแกรม และบริษัท บุญรอด ในสัดส่วนที่เท่ากัน จำนวน 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20 และสถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีนิธ และบริษัทคอลลเบค แมคเกรเกอร์ ในสัดส่วนที่เท่ากันคือ 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5 (ดังตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการเลือกจากปัจจัยการได้รับส่วนลดและส่วนยอมให้

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	5	25
ซีแกรม	4	20
บุญรอด	4	20
ป้อมคลัง	2	10
ซีนิธ	1	5
ไทยเอเชีย แปซิฟิก บรีวเวอรี่	2	10
คอลลเบค แมคเกรเกอร์	1	5

สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องคัมนี่มีแอลกอฮอล์ จากเหตุผลในด้านการผ่อนปรนการชำระเงิน (มีช่วงระยะเวลาในการชำระเงิน) พบว่า สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ริชมอนด์ มากที่สุดคือ 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงไปคือสถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีแกรม จำนวน 9 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 45 และสถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีนิธ และ บริษัท คอลเบค แมคเกรเกอร์ ในสัดส่วนที่เท่ากันคือ 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 10 (ดังตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการ เลือกจากการได้รับการผ่อนปรนการชำระเงิน

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	10	50
ซีแกรม	9	45
บุญรอด	8	40
ป้อมคลัง	6	30
ซีนิธ	2	10
ไทยเอเชีย แปซิฟิก บรีวเวอรี่	7	35
คอลเบค แมคเกรเกอร์	2	10

สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยให้เหตุผลในด้านการรู้จักตัวแทนของบริษัท คือผู้ที่จัดทำรายการส่งเสริมการขาย พนักงานขาย หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งในบริษัทผู้ผลิตหรือบริษัทผู้จัดจำหน่าย พบว่า สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีแกรม มากที่สุดคือ 11 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงไปคือสถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ริชมอนด์ และบริษัท บุญรอด จำนวน 8 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 40 ในสัดส่วนที่เท่ากัน และสถานบริการเลือก จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท คอลเบค แมคเกรเกอร์ มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 10 (ดังตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการเลือกจากการรู้จักตัวแทนของ บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	8	40
ซีแกรม	11	55
บุญรอด	8	40
ป้อมคลัง	6	30
ชินิธ	3	15
ไทยเอเชีย แปซิฟิก บรีวเวอรี่	5	25
คอลเบค แมคเกรเกอร์	2	10

สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยให้เหตุผลในด้านความนิยมผลิตภัณฑ์เป็นการส่วนตัว พบว่า สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีแกรม มากที่สุดคือ 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงไปที่สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่ จำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25 และสถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีนิธ และ บริษัท คอลเบค แมคเกรเกอร์ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5 (ดังตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของสถานบริการที่เลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายจากปัจจัยด้านความนิยมผลิตภัณฑ์เป็นการส่วนตัว

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	3	15
ซีแกรม	6	30
บุญรอด	4	20
ป้อมคลัง	3	15
ซีนิธ	1	5
ไทยเอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่	5	25
คอลเบค แมคเกรเกอร์	1	5

สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องคั่วที่มีแอลกอฮอล์ โดยให้เหตุผลในด้านภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ พบว่า สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่ มากที่สุดคือ 11 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงไปคือ สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ริชมอนด์ จำนวน 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 50 และสถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ป้อมคั้ง มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 15 ส่วนผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีนิธ นั้นไม่ปรากฏข้อมูลจากสถานบริการ (ดังตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการเลือกจากปัจจัยด้านภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	10	50
ซีแกรม	9	45
บุญรอด	7	35
ป้อมคั้ง	3	15
ซีนิธ	-	0
ไทยเอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่	11	55
คอลลเบค แมคเกรเกอร์	4	20

สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยให้เหตุผลในด้านความสะดวกในการจัดซื้อ พบว่า สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ริชมอนด์ มากที่สุดคือ 18 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงไปที่สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีแกรม จำนวน 16 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 80 และสถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีนีธ และ บริษัท คอลเบค แมคเกรเกอร์ ในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25 (ดังตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการเลือกจากปัจจัยด้านความสะดวกในการจัดซื้อ

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	18	90
ซีแกรม	16	80
บุญรอด	13	65
ป้อมคลัง	10	50
ซีนีธ	5	25
ไทยเอเชีย แปซิฟิก บริวเวอรี่	15	75
คอลเบค แมคเกรเกอร์	5	25

สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยให้เหตุผลของหุ้นส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ พบว่า สถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ริชมอนด์ และบริษัท บุญรอด มากที่สุดคือ 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 10 โดยมีสัดส่วนที่เท่ากัน และรองลงไปคือสถานบริการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีแกรม บริษัท ป้อมคลัง และบริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิค บรีวเวอรี จำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5 ในสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซีนีธ และ บริษัท คอลเบค แมคเกรเกอร์ นั้น สถานบริการไม่เลือกจำหน่าย ในเหตุผลดังกล่าว (ดังตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่สถานบริการเลือกจากเหตุผลที่หุ้นส่วนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

บริษัท	จำนวน (สถานบริการ)	ร้อยละ (%)
ริชมอนด์	2	10
ซีแกรม	1	5
บุญรอด	2	10
ป้อมคลัง	1	5
ซีนีธ	-	0
ไทยเอเชีย แปซิฟิค บรีวเวอรี	1	5
คอลเบค แมคเกรเกอร์	-	0

ตารางที่ 4.21 สรุปเหตุผลของการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
และตราสินค้าของบริษัทผู้ผลิตหรือจำหน่ายในสถานบริการ

เหตุผล	บ.วิมมอนต์		บ.ซีแกรม		บ.บุญรอด		บ.เป็อมคลัง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1	ตราสินค้าเป็นที่นิยม	17	85	13	65	11	55	5	25
2	ชื่อของตราสินค้าติดตลาด	14	70	15	75	12	60	4	20
3	ราคาถูก	0	0	5	25	5	25	4	20
4	ได้รับส่วนลดและส่วนยอมให้	5	25	4	20	4	20	2	10
5	มีการผ่อนปรนชำระเงิน (ยืดเวลาการชำระเงิน)	10	50	9	45	8	40	6	30
6	รู้จักตัวแทนของบริษัท	7	40	11	55	8	40	6	30
7	ขอปลื้มนั้นเป็นการส่วนตัว	3	15	6	30	4	20	3	15
8	ภาพพจน์ของสินค้า	10	50	9	45	7	35	3	15
9	ความสะดวกในการซื้อ	18	90	16	80	13	65	10	50
10	หุ้นส่วนที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	2	10	1	5	2	10	1	5

ตารางที่ 4.21 สรุปเหตุผลของการเลือกจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์
และตราสินค้าของบริษัทผู้ผลิตหรือจำหน่ายในสถานบริการ (ต่อ)

เหตุผล	บ.ซีนิธ		บ.ไทยเอเชียฯ		บ.คอลแบคฯ		รวม		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1	ตราสินค้าเป็นที่นิยม	4	20	15	75	4	20	69	17
2	ชื่อของตราสินค้าติดตลาด	1	5	12	60	5	25	63	15
3	ราคาถูก	0	0	0	0	0	0	14	3
4	ได้รับส่วนลดและส่วนยอมให้	1	5	2	10	1	5	19	5
5	มีการผ่อนปรนชำระเงิน	2	10	7	35	2	10	44	11
6	รู้จักตัวแทนของบริษัท	3	15	5	25	2	10	42	10
7	ชอบสินค้านั้นเป็นการส่วนตัว	1	5	5	25	1	5	23	6
8	ภาพพจน์ของสินค้า	0	0	11	55	4	20	44	11
9	ความสะดวกในการซื้อ	5	25	15	75	5	25	82	20
10	หุ้นส่วนที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	0	0	1	5	0	0	7	2
	รวม							407	100

สถานบริการจำนวน 20 แห่งได้กำหนดจำนวนตราสินค้ามีไว้จำหน่ายในสถานบริการ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตราสินค้า **Black Label** มีจำหน่ายในสถานบริการมากที่สุดคือ 20 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงไปคือตราสินค้า **Chivas Regal** มีจำนวน 18 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 90 และตราสินค้า **Absolut Vodka** และ **Amstel** มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25 (ดังตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของประเภทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ บริษัทตราสินค้าที่สถานบริการกำหนดมีไว้จำหน่าย

ประเภท	บริษัท	ตราสินค้า	จำนวน(สถาน บริการ)	ร้อยละ(%)
วิสกี้	ริชมอนด์	Swing	11	55
		Black Label	20	100
		Red Label	16	80
		Spey Royal	10	50
	ซีแกรม	Chivas Regal	18	90
		100 Pipers	15	75
	บุญรอด	Red Suntory	6	30
	คอลลิน	Blue Eagle	6	30
คอลลิน แมคเกรเกอร์		Jack Daniel	9	45
เบียร์	บุญรอด	Singha Beer	17	85
		Mittweida	10	50
		Corona	8	40
		Miller	6	30
	ป้อมคลัง	Carlsberg	9	45
		ช้าง	10	50
	ไทยเอเชีย แปซิฟิก	Heineken	17	85
	บริวเวอรี่	Amstel	5	25

ตารางที่ 4.22 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของประเภทของเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ บริษัท
ตราสินค้าที่สถานบริการกำหนดมีไว้จำหน่าย (ต่อ)

ประเภท	บริษัท	ตราสินค้า	จำนวน(สถาน บริการ)	ร้อยละ(%)
วอดก้า	ซีแกรม	Absolut Vodka	5	25
สุราผสม (Cocktail) บรันดี้	อื่นๆ		17	85

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางที่สถานบริการต้องการ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว ได้แสดงระดับความต้องการของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง 13 วิธีการของสถานบริการจำนวน 20 แห่งดังนี้

ระดับความต้องการมาก ได้แก่ ความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินปลั๊กคินสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน มีค่าเฉลี่ย 4.40 ความต้องการให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ความต้องการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.10 ความต้องการให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ 4.05 ความต้องการได้รับการแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดขายนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ความต้องการในการจัดทำโฆษณาร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.85 ความต้องการมีของชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.60 ความต้องการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น มีค่าเฉลี่ย 3.60

ระดับความต้องการปานกลาง ได้แก่ ความต้องการต่อวิธีจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.40 ความต้องการต่อวิธีกำหนดยอดขายนำผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.20 ความต้องการมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.15 ความต้องการต่อวิธีการจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อการส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ มีค่าเฉลี่ย 2.90 และลำดับสุดท้ายคือความต้องการที่จะมีการจัดชิงโชค มีค่าเฉลี่ย 2.80 (ดังตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของสถานบริการที่ระดับความต้องการต่อวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง

วิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผลระดับ ความต้องการ	ลำดับที่ (Rank)
1. กำหนดยอดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ จะได้รับการแถมตัวสินค้า	3.20	1.28	ปานกลาง	7
2. จัดกิจกรรมในด้านราคาพิเศษ ในช่วงเวลาสั้น	3.60	1.39	มาก	5
3. จัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริม การขาย ณ สถานบริการ	2.90	1.16	ปานกลาง	9
4. การชิงโชค	2.80	1.43	ปานกลาง	10
5. ได้รับงบประมาณ (การให้เงินผลักดันสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน	4.40	0.88	มาก	1
6. มีการจัดทำโฆษณาร่วมกัน	3.85	1.26	มาก	4
7. จัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วย ประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ	3.40	1.23	ปานกลาง	6
8. จัดให้มีการแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ	3.15	1.26	ปานกลาง	8
9. ได้รับการแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือ จากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	3.85	0.74	มาก	4
10. ของขาร่วมให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ ในสถานบริการนั้น	3.60	0.68	มาก	5
11. กิจกรรมมีความต่อเนื่อง	4.10	1.07	มาก	2
12. ในช่วงเทศกาลที่สำคัญได้ รับการส่งเสริมการขาย เป็นกรณีพิเศษ	4.10	1.02	มาก	2
13. การร่วมกิจกรรมของสถานบริการ ที่เป็นผู้จัดทำ	4.05	0.75	มาก	3

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม

จากการรวบรวมปัญหาและข้อเสนอแนะจากสถานบริการทั้ง 20 แห่ง พบว่า

1. บุคลากรของบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายที่มาติดต่อเจรจาข้อเสนอในการจัดวิธีการส่งเสริมการขายในสถานบริการนี้มีคุณภาพและมาตรฐานไม่เพียงพอในการดำเนินธุรกิจกับสถานบริการ
2. การติดต่อประสานงานกับบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายในการจัดวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เป็นไปด้วยความล่าช้า ขาดความต่อเนื่องและการติดตามกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้เริ่มกระทำไว้แล้ว
3. พนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์ที่มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการมีมาตรฐานที่ไม่เพียงพอต่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์
4. การจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นการแถมตัวสินค้า(Free Goods) จากบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีความล่าช้าและในบางครั้งจำนวนที่ส่งมาไม่ครบตามที่กำหนด
5. ของชำร่วยที่จัดไว้สำหรับลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการมีไม่เพียงพอ
6. การเจรจาในข้อสัญญาต่อวิธีการส่งเสริมการขายนั้นบางครั้งเป็นการกระทำด้วยวาจาไม่มีลายลักษณ์อักษรจึงเกิดความเสี่ยงต่อสถานบริการ
7. วิธีการส่งเสริมการขายที่ได้จัดทำขึ้นมาในบางครั้งมีข้อปลีกย่อยไม่ชัดเจน กลุ่มเครือข่ายสร้างความสับสนให้แก่สถานบริการ
8. การจัดวิธีการส่งเสริมการขายในด้านราคาโดยมีการแข่งขันในด้านราคาของตราสินค้าแต่ละบริษัทมีผลกระทบต่อภาพพจน์ของสถานบริการและบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ (Cross Tabulation)

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างกับวิธีการส่งเสริมการขายที่เป็นที่ต้องการของคนกลาง

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ จำนวนที่นั่ง รูปแบบการจัดทะเบียน จำนวนพนักงานกับวิธีการส่งเสริมการขายที่เป็นที่ต้องการของคนกลาง (ดังตารางที่ 4.24-4.127)

4.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ ระหว่างตำแหน่งกับวิธีการส่งเสริมการขายที่เป็นที่ต้องการของคนกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางโดยวิธีกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่า ตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก และตำแหน่งผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.20 แสดงว่าความต้องการของวิธีดังกล่าวต่อตำแหน่งของผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการ อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	3.54	1.21	มาก
ผู้จัดการ	2.77	1.30	ปานกลาง
รวม	3.20	1.28	ปานกลาง

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการในการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้นนอกเหนือจากที่มีการจัดในช่วงเทศกาล โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่าตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก และตำแหน่งผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	4.09	1.30	มาก
ผู้จัดการ	3.00	1.32	ปานกลาง
รวม	3.60	1.39	มาก

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการในการจัดโซวีและแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่าตำแหน่งเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัด โซวีและแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อการส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	3.36	1.02	ปานกลาง
ผู้จัดการ	2.33	1.11	น้อย
รวม	2.90	1.16	ปานกลาง

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการที่จะมีการจัดชิงโชค โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่าตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 อยู่ในระดับปานกลาง และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 อยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	2.81	1.47	ปานกลาง
ผู้จัดการ	2.77	1.48	ปานกลาง
รวม	2.80	1.43	ปานกลาง

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักคั่นสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่าตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 อยู่ในระดับมาก และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ (การให้เงินผลักคั่นสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	4.45	0.93	มาก
ผู้จัดการ	4.33	0.86	มาก
รวม	4.40	0.88	มาก

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการในการจัดทำโฆษณาร่วมกัน โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่าตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดทำโฆษณาร่วมกัน

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	4.09	1.30	มาก
ผู้จัดการ	3.55	1.23	มาก
รวม	3.85	1.26	มาก

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการมีการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ โดยจำแนกตามตำแหน่งพบว่า ตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.30)

ตารางที่ 4.30 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	3.81	0.87	มาก
ผู้จัดการ	2.88	1.45	ปานกลาง
รวม	3.40	1.23	ปานกลาง

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่าตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 อยู่ในระดับปานกลาง และตำแหน่งผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 อยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	3.45	1.03	ปานกลาง
ผู้จัดการ	2.77	1.48	ปานกลาง
รวม	3.15	1.26	ปานกลาง

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการในการได้รับการ
 แคมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดขายผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่า
 ตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
 3.55 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก
 (ดังตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ
 กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแคมตัวสินค้าที่นอกเหนือจาก
 การกำหนดยอดขายผลิตภัณฑ์

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	4.09	0.70	มาก
ผู้จัดการ	3.55	0.72	มาก
รวม	3.85	0.74	มาก

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการในการมีของชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่าตำแหน่งเจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.33)

ตารางที่ 4.33 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบความต้องการในการมีของชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	3.81	0.60	มาก
ผู้จัดการ	3.33	0.70	ปานกลาง
รวม	3.60	0.68	มาก

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่าตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 อยู่ในระดับมาก และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.34)

ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	4.45	0.82	มาก
ผู้จัดการ	3.66	1.22	มาก
รวม	4.10	1.07	มาก

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการโดยในช่วง
 เทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ โดยจำแนกตามตำแหน่ง พบว่าตำแหน่ง
 เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 อยู่ในระดับมากที่สุด และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่
 ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.35)

ตารางที่ 4.35 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการ
 กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริม
 การขายเป็นกรณีพิเศษ

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	4.54	0.52	มากที่สุด
ผู้จัดการ	3.55	1.23	มาก
รวม	4.10	1.02	มาก

สถานบริการจำนวน 20 แห่ง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แสดงความต้องการให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ โดยจำแนกตามตำแหน่งพบว่า ตำแหน่ง เจ้าของ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 อยู่ในระดับมาก และตำแหน่ง ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.36)

ตารางที่ 4.36 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ

ตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย(Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD)	การแปลผล
เจ้าของ	4.27	0.78	มาก
ผู้จัดการ	3.77	0.66	มาก
รวม	4.05	0.75	มาก

4.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ ระหว่างเพศกับวิธีการส่งเสริมการขายที่เป็นที่ต้องการของคนกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง โดยวิธีกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 อยู่ในระดับปานกลาง และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.20 แสดงว่าความต้องการของวิธีการดังกล่าวต่อเพศผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.37)

ตารางที่ 4.37 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	3.11	1.27	ปานกลาง
หญิง	4.00	1.41	มาก
รวม	3.20	1.28	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น นอกเหนือจากที่มีการจัดในช่วงเทศกาล โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.38)

ตารางที่ 4.38 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	3.55	1.42	มาก
หญิง	4.00	1.41	มาก
รวม	3.60	1.39	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดโชว์ และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.39)

ตารางที่ 4.39 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	3.00	1.13	ปานกลาง
หญิง	2.00	1.41	น้อย
รวม	2.90	1.16	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะมีการจัดชิงโชค โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 อยู่ในระดับปานกลาง และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.40)

ตารางที่ 4.40 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	2.88	1.45	ปานกลาง
หญิง	2.00	1.41	น้อย
รวม	2.80	1.43	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักดันสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน โดยจำแนกตามเพศ พบว่าเพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 อยู่ในระดับมาก และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.41)

ตารางที่ 4.41 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักดันสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	4.61	0.60	มาก
หญิง	2.50	0.70	น้อย
รวม	4.40	0.88	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดทำ
 โฆษณาร่วมกัน โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก และ
 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก
 (ดังตารางที่ 4.42)

ตารางที่ 4.42 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการกับ
 วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาร่วมกัน

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	4.05	1.11	มาก
หญิง	2.00	1.41	น้อย
รวม	3.85	1.26	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 อยู่ในระดับน้อย โดยมีความเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.43)

ตารางที่ 4.43 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	3.55	1.14	มาก
หญิง	2.00	1.41	น้อย
รวม	3.40	1.23	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้มีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 อยู่ในระดับปานกลาง และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.44)

ตารางที่ 4.44 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	3.27	1.22	ปานกลาง
หญิง	2.00	1.41	น้อย
รวม	3.15	1.26	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการได้รับ แอมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 อยู่ในระดับมาก และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.45)

ตารางที่ 4.45 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับ วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแอมตัวสินค้าที่นอกเหนือจาก การกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	3.88	0.75	มาก
หญิง	3.50	0.70	ปานกลาง
รวม	3.85	0.74	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมาก และเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.46)

ตารางที่ 4.46 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	3.61	0.69	มาก
หญิง	3.50	0.70	ปานกลาง
รวม	3.60	0.68	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 อยู่ในระดับมาก และ เพศหญิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.47)

ตารางที่ 4.47 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	4.22	1.06	มาก
หญิง	3.00	0.00	ปานกลาง
รวม	4.10	1.07	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการโดยในช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 อยู่ในระดับมาก และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.48)

ตารางที่ 4.48 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	4.11	1.02	มาก
หญิง	4.00	1.41	มาก
รวม	4.10	1.02	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้บริษัท ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศชาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.49)

ตารางที่ 4.49 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ

เพศ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ชาย	4.16	0.70	มาก
หญิง	3.00	0.00	ปานกลาง
รวม	4.05	0.75	มาก

4.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ ระหว่างอายุกับวิธีการส่งเสริมการขายที่เป็นที่ ต้องการของคนกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางโดยวิธีกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้าโดยจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.20 แสดงว่าความต้องการของวิธีการดังกล่าวต่ออายุผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.50)

ตารางที่ 4.50 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้า

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	3.00	1.41	ปานกลาง
30-35 ปี	3.20	1.48	ปานกลาง
36-40 ปี	3.66	1.15	มาก
41-45 ปี	3.00	0.00	ปานกลาง
46-50 ปี	3.00	1.78	ปานกลาง
สูงกว่า 51 ปี	4.00	-	มาก
รวม	3.20	1.28	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.51)

ตารางที่ 4.51 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	4.00	0.00	มาก
30-35 ปี	3.60	1.51	มาก
36-40 ปี	3.00	2.00	มาก
41-45 ปี	3.66	0.57	มาก
46-50 ปี	3.83	1.83	มาก
สูงกว่า 51 ปี	3.00	-	ปานกลาง
รวม	3.60	1.39	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดโชว์ และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ในภาพรวมของอายุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.52)

ตารางที่ 4.52 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	2.50	0.70	น้อย
30-35 ปี	3.00	1.58	ปานกลาง
36-40 ปี	2.33	2.30	น้อย
41-45 ปี	3.00	0.00	ปานกลาง
46-50 ปี	3.16	0.75	ปานกลาง
สูงกว่า 51 ปี	3.00	-	ปานกลาง
รวม	2.90	1.16	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะมีการจัดชิงโชค โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.66 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 อยู่ในระดับน้อย ในภาพรวมของอายุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.53)

ตารางที่ 4.53 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	4.00	1.41	มาก
30-35 ปี	2.80	1.30	ปานกลาง
36-40 ปี	1.66	1.15	น้อย
41-45 ปี	3.66	0.57	มาก
46-50 ปี	2.66	1.86	ปานกลาง
สูงกว่า 51 ปี	2.00	-	น้อย
รวม	2.80	1.43	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ (การให้เงินปลั๊กต้นสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.54)

ตารางที่ 4.54 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ (การให้เงินปลั๊กต้นสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	4.00	0.00	มาก
30-35 ปี	4.40	0.89	มาก
36-40 ปี	4.00	1.00	มาก
41-45 ปี	4.66	0.57	มากที่สุด
46-50 ปี	4.50	1.22	มาก
สูงกว่า 51 ปี	5.00	-	มากที่สุด
รวม	4.40	0.88	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดทำ
 โฆษณาร่วมกัน โดยจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ใน
 ระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบ
 สัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ใน
 ระดับมาก (ดังตารางที่ 4.55)

ตารางที่ 4.55 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับ
 วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดทำโฆษณาร่วมกัน

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	3.50	0.70	ปานกลาง
30-35 ปี	3.20	1.48	ปานกลาง
36-40 ปี	4.00	1.00	มาก
41-45 ปี	4.33	1.15	มาก
46-50 ปี	4.16	1.60	มาก
สูงกว่า 51 ปี	4.00	-	มาก
รวม	3.85	1.26	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.56)

ตารางที่ 4.56 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์ มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	2.50	0.70	น้อย
30-35 ปี	3.60	1.51	มาก
36-40 ปี	2.66	2.08	ปานกลาง
41-45 ปี	4.00	1.00	มาก
46-50 ปี	3.50	0.83	ปานกลาง
สูงกว่า 51 ปี	4.00	-	มาก
รวม	3.40	1.23	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.57)

ตารางที่ 4.57 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	2.50	2.12	น้อย
30-35 ปี	3.20	1.48	ปานกลาง
36-40 ปี	2.66	1.52	ปานกลาง
41-45 ปี	2.33	1.15	น้อย
46-50 ปี	3.83	0.75	มาก
สูงกว่า 51 ปี	4.00	-	มาก
รวม	3.15	1.26	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการได้รับ แกรมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.58)

ตารางที่ 4.58 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแกรมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	4.00	1.41	มาก
30-35 ปี	3.40	0.54	ปานกลาง
36-40 ปี	3.66	0.57	มาก
41-45 ปี	4.00	1.00	มาก
46-50 ปี	4.00	0.63	มาก
สูงกว่า 51 ปี	5.00	-	มากที่สุด
รวม	3.85	0.74	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.59)

ตารางที่ 4.59 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	4.50	0.70	มาก
30-35 ปี	3.40	0.54	มาก
36-40 ปี	3.66	1.15	มาก
41-45 ปี	3.66	0.57	มาก
46-50 ปี	3.33	0.51	ปานกลาง
สูงกว่า 51 ปี	4.00	-	มาก
รวม	3.60	0.68	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.60)

ตารางที่ 4.60 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	4.50	0.70	มาก
30-35 ปี	3.20	1.48	ปานกลาง
36-40 ปี	4.00	1.00	มาก
41-45 ปี	4.33	0.57	มาก
46-50 ปี	4.66	0.81	มากที่สุด
สูงกว่า 51 ปี	4.00	-	มาก
รวม	4.10	1.07	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการโดยในช่วง
 เทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า
 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ย
 เท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66
 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 อยู่ในระดับมาก
 ที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก และ
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม
 เท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.61)

ตารางที่ 4.61 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับ
 วิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริม
 การขายเป็นกรณีพิเศษ

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	4.50	0.70	มาก
30-35 ปี	3.40	1.51	ปานกลาง
36-40 ปี	3.66	0.57	มาก
41-45 ปี	4.66	0.57	มากที่สุด
46-50 ปี	4.50	0.83	มาก
สูงกว่า 51 ปี	4.00	-	มาก
รวม	4.10	1.02	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้บริษัท ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 30-35 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 36-40 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 41-45 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุระหว่าง 46-50 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์อายุสูงกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.62)

ตารางที่ 4.62 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ

อายุ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
ต่ำกว่า 30 ปี	4.00	0.00	มาก
30-35 ปี	3.80	0.83	มาก
36-40 ปี	4.00	1.00	มาก
41-45 ปี	4.33	0.57	มาก
46-50 ปี	4.33	0.81	มาก
สูงกว่า 51 ปี	3.00	-	ปานกลาง
รวม	4.05	0.75	มาก

4.5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ ระหว่างระดับการศึกษา กับวิธีการส่งเสริมการขายเป็นที่ต้องการของคนกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามจากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางโดยวิธีกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้า โดยจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับ ปานกลางผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปวช.หรือปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 อยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.20 แสดงว่าความต้องการของ วิธีการดังกล่าวต่อระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.63)

ตารางที่ 4.63 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้า

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	3.00	-	ปานกลาง
ปวช.หรือปวท.	1.50	0.70	น้อยที่สุด
ปวส.หรือ อนุปริญญา	3.60	0.89	มาก
ปริญญาตรี	3.30	1.49	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	0.70	ปานกลาง
รวม	3.20	1.28	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดกิจกรรมการให้คำปรึกษาพิเศษในช่วงเวลาสั้น โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช. หรือ ปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.64)

ตารางที่ 4.64 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้คำปรึกษาพิเศษในช่วงเวลาสั้น

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	3.00	-	ปานกลาง
ปวช. หรือ ปวท.	3.00	1.41	ปานกลาง
ปวส. หรือ อนุปริญญา	3.80	0.83	มาก
ปริญญาตรี	3.50	1.77	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	4.50	0.70	มาก
รวม	3.60	1.39	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดโซ้ว และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง (ตั้งตารางที่ 4.65)

ตารางที่ 4.65 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจ สถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโซ้วและแสดงวัสดุ โฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	3.00	-	ปานกลาง
ปวช.หรือปวท.	2.50	0.70	น้อย
ปวส.หรือ อนุปริญญา	2.80	1.09	ปานกลาง
ปริญญาตรี	2.90	1.28	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	2.12	ปานกลาง
รวม	2.90	1.16	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะมีการจัด
ชิงโชค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่า
เฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือปวท. มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง
(ดังตารางที่ 4.66)

ตารางที่ 4.66 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถาน
บริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	4.00	-	มาก
ปวช.หรือปวท.	3.00	2.82	ปานกลาง
ปวส.หรือ อนุปริญญา	2.80	1.30	ปานกลาง
ปริญญาตรี	2.60	1.50	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	3.00	1.41	ปานกลาง
รวม	2.80	1.43	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักคั่นสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.67)

ตารางที่ 4.67 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักคั่นสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	5.00		มากที่สุด
ปวช.หรือปวท.	4.50	0.70	มาก
ปวส.หรือ อนุปริญญา	4.00	1.41	มาก
ปริญญาตรี	4.50	0.70	มาก
สูงกว่าปริญญาตรี	4.50	0.70	มาก
รวม	4.40	0.88	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดทำ
 โฆษณาด้วยกัน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับ
 มัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.
 หรือปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ
 อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับ
 ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่า
 ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก
 (ดังตารางที่ 4.68)

ตารางที่ 4.68 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจ
 สถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดทำโฆษณาร่วมกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	3.00	-	ปานกลาง
ปวช.หรือปวท.	4.00	1.41	มาก
ปวส.หรือ อนุปริญญา	3.40	1.51	ปานกลาง
ปริญญาตรี	4.10	1.28	มาก
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	1.41	มาก
รวม	3.85	1.26	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์ มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือ ปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 อยู่ใน ระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.69)

ตารางที่ 4.69 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์ มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	5.00	-	มากที่สุด
ปวช.หรือปวท.	3.00	1.41	ปานกลาง
ปวส.หรือ อนุปริญญา	3.20	1.30	ปานกลาง
ปริญญาตรี	3.30	1.33	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	0.00	มาก
รวม	3.40	1.23	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 อยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือ ปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.70)

ตารางที่ 4.70 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	1.00		น้อยที่สุด
ปวช.หรือปวท.	3.00	2.82	ปานกลาง
ปวส.หรือ อนุปริญญา	2.80	1.09	ปานกลาง
ปริญญาตรี	3.40	0.96	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	1.41	มาก
รวม	3.15	1.26	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการได้รับ
 แคมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา
 พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือ ปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบ
 แบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่า
 เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.71)

ตารางที่ 4.71 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจ
 สถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแคมตัวสินค้า
 ที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	5.00		มากที่สุด
ปวช.หรือปวท.	4.50	0.70	มาก
ปวส.หรือ อนุปริญญา	3.80	0.83	มาก
ปริญญาตรี	3.70	0.67	มาก
สูงกว่าปริญญาตรี	3.50	0.70	ปานกลาง
รวม	3.85	0.74	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการมีของ
 ชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบ
 สัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือ ปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบ
 สัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่า
 เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.72)

ตารางที่ 4.72 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบการกิจ
 สถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้แก่ลูก
 ค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	4.00	-	มาก
ปวช.หรือปวท.	4.00	1.41	มาก
ปวส.หรือ อนุปริญญา	3.40	0.54	ปานกลาง
ปริญญาตรี	3.50	0.70	ปานกลาง
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	0.00	มาก
รวม	3.60	0.68	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง โดยจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือ ปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.73)

ตารางที่ 4.73 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจ สถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบความต้องการในการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	4.00	-	มาก
ปวช.หรือปวท.	5.00	0.00	มากที่สุด
ปวส.หรือ อนุปริญญา	3.40	0.54	ปานกลาง
ปริญญาตรี	4.30	1.25	มาก
สูงกว่าปริญญาตรี	4.00	1.41	มาก
รวม	4.10	1.07	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการโดยในช่วง
 เทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือ ปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมาก
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก
 ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่า
 เฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.74)

ตารางที่ 4.74 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจ
 สถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบความต้องการให้ช่วง
 เทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	4.00	-	มาก
ปวช.หรือปวท.	4.00	1.41	มาก
ปวส.หรือ อนุปริญญา	4.20	0.83	มาก
ปริญญาตรี	4.00	1.24	มาก
สูงกว่าปริญญาตรี	4.50	0.70	มาก
รวม	4.10	1.02	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำโดยจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับมัธยม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวช.หรือ ปวท. มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปวส. หรือ อนุปริญญา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.75)

ตารางที่ 4.75 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
มัธยม	4.00	-	มาก
ปวช.หรือปวท.	4.50	0.70	มาก
ปวส.หรือ อนุปริญญา	3.20	0.44	ปานกลาง
ปริญญาตรี	4.30	0.67	มาก
สูงกว่าปริญญาตรี	4.50	0.70	มาก
รวม	4.05	0.75	มาก

4.5.5 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ ระหว่างระยะเวลาดำเนินการธุรกิจ
สถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายที่เป็นที่ต้องการของคนกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางโดยวิธีกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้าโดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.20 แสดงว่าความต้องการของวิธีการดังกล่าวต่อระยะเวลาดำเนินการธุรกิจสถานบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.76)

ตารางที่ 4.76 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้า

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	3.00	-	ปานกลาง
มากกว่า 3 ปี	3.21	1.31	ปานกลาง
รวม	3.20	1.28	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.77)

ตารางที่ 4.77 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	4.00	-	มาก
มากกว่า 3 ปี	3.57	1.42	มาก
รวม	3.60	1.39	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดโซ้ว และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.78)

ตารางที่ 4.78 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโซ้วและแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	2.00	-	น้อย
มากกว่า 3 ปี	2.94	1.17	ปานกลาง
รวม	2.90	1.16	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะมีการจัดชิงโชค โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.79)

ตารางที่ 4.79 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	2.00	-	น้อย
มากกว่า 3 ปี	2.84	1.46	ปานกลาง
รวม	2.80	1.43	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักดันสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินงานธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินงานธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.80)

ตารางที่ 4.80 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ (การให้เงินผลักดันสินค้า) ช่วยสถานบริการทุกเดือน

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	4.00	-	มาก
มากกว่า 3 ปี	4.42	0.90	มาก
รวม	4.40	0.88	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดทำ
 โฆษณาร่วมกัน โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการ
 ธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับโดยมีค่าเฉลี่ยรวม
 เท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก
 (ดังตารางที่ 4.81)

ตารางที่ 4.81 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการ
 กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดทำโฆษณาร่วมกัน

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	3.00	-	ปานกลาง
มากกว่า 3 ปี	3.89	1.28	มาก
รวม	3.85	1.26	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.82)

ตารางที่ 4.82 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์ มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	4.00	-	มาก
มากกว่า 3 ปี	3.36	1.25	ปานกลาง
รวม	3.40	1.23	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้มีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.83)

ตารางที่ 4.83 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	3.00	-	ปานกลาง
มากกว่า 3 ปี	3.15	1.30	ปานกลาง
รวม	3.15	1.26	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการได้รับของแถม ตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.84)

ตารางที่ 4.84 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	3.00	-	ปานกลาง
มากกว่า 3 ปี	3.89	0.73	มาก
รวม	3.85	0.74	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการมีของ ชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ใน ระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.85)

ตารางที่ 4.85 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุน ผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	4.00	-	มาก
มากกว่า 3 ปี	3.57	0.69	มาก
รวม	3.60	0.68	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.86)

ตารางที่ 4.86 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	3.00	-	ปานกลาง
มากกว่า 3 ปี	4.15	1.06	มาก
รวม	4.10	1.07	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการโดยในช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ โดยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.87)

ตารางที่ 4.87 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินการของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ

ระยะเวลาดำเนินการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	4.00	-	มาก
มากกว่า 3 ปี	4.10	1.04	มาก
รวม	4.10	1.02	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้บริษัท ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ โดยจำแนกตามระยะเวลา ดำเนินกิจการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินกิจการธุรกิจสถานบริการ 2 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ดำเนินกิจการธุรกิจสถานบริการมากกว่า 3 ปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.88)

ตารางที่ 4.88 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำเนินกิจการของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
2 ปี	4.00	-	มาก
มากกว่า 3 ปี	4.05	0.77	มาก
รวม	4.05	0.75	มาก

4.5.6 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายที่เป็นที่ต้องการของคนกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางโดยวิธีกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้า โดยจำแนกตามจำนวนที่นั่งของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.20 แสดงว่าความต้องการของวิธีการดังกล่าวต่อจำนวนที่นั่งของธุรกิจสถานบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.89)

ตารางที่ 4.89 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้า

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	2.83	1.32	ปานกลาง
201-250 ที่นั่ง	2.33	1.15	น้อย
251-300 ที่นั่ง	4.00	-	มาก
301-350 ที่นั่ง	4.00	1.41	มาก
มากกว่า 350 ที่นั่ง	3.50	1.30	ปานกลาง
รวม	3.20	1.28	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น โดยจำแนกตามจำนวนที่นั่งของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.90)

ตารางที่ 4.90 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	3.16	1.83	ปานกลาง
201-250 ที่นั่ง	4.33	0.57	มาก
251-300 ที่นั่ง	4.00	-	มาก
301-350 ที่นั่ง	4.00	0.00	มาก
มากกว่า 350 ที่นั่ง	3.50	1.51	ปานกลาง
รวม	3.60	1.39	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดโซ้ว และแสดงวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามจำนวนที่นั่งของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.83 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.91)

ตารางที่ 4.91 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโซ้วและแสดงวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	1.83	0.98	น้อย
201-250 ที่นั่ง	3.33	1.15	ปานกลาง
251-300 ที่นั่ง	3.00	-	ปานกลาง
301-350 ที่นั่ง	3.00	0.00	ปานกลาง
มากกว่า 350 ที่นั่ง	3.50	1.06	ปานกลาง
รวม	2.90	1.16	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะมีการจัดชิงโชค โดยจำแนกตามจำนวนที่นั่งของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.92)

ตารางที่ 4.92 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	2.66	1.96	ปานกลาง
201-250 ที่นั่ง	2.66	1.15	ปานกลาง
251-300 ที่นั่ง	3.00	-	ปานกลาง
301-350 ที่นั่ง	3.00	0.00	ปานกลาง
มากกว่า 350 ที่นั่ง	2.87	1.55	ปานกลาง
รวม	2.80	1.43	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักดันสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน โดยจำแนกตามจำนวนที่นั่งของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.93)

ตารางที่ 4.93 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักดันสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	3.66	1.21	มาก
201-250 ที่นั่ง	4.66	0.57	มากที่สุด
251-300 ที่นั่ง	4.00	-	มาก
301-350 ที่นั่ง	4.50	0.70	มาก
มากกว่า 350 ที่นั่ง	4.87	0.35	มากที่สุด
รวม	4.40	0.88	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดทำโฆษณาร่วมกัน โดยจำแนกตามจำนวนที่นั่งของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.94)

ตารางที่ 4.94 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาร่วมกัน

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	2.83	1.60	ปานกลาง
201-250 ที่นั่ง	4.00	1.00	มาก
251-300 ที่นั่ง	4.00	-	มาก
301-350 ที่นั่ง	4.00	1.41	มาก
มากกว่า 350 ที่นั่ง	4.50	0.75	มาก
รวม	3.85	1.26	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการ ในการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการ 151-200 ที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการ 201-250 ที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการ 251-300 ที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการ 301-350 ที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่หนึ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.95)

ตารางที่ 4.95 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ

จำนวนที่หนึ่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่หนึ่ง	2.00	0.89	น้อย
201-250 ที่หนึ่ง	4.33	0.57	มาก
251-300 ที่หนึ่ง	3.00	-	ปานกลาง
301-350 ที่หนึ่ง	4.00	1.41	มาก
มากกว่า 350 ที่หนึ่ง	4.00	0.75	มาก
รวม	3.40	1.23	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.96)

ตารางที่ 4.96 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	2.16	1.32	น้อย
201-250 ที่นั่ง	3.33	0.57	ปานกลาง
251-300 ที่นั่ง	4.00	-	มาก
301-350 ที่นั่ง	3.50	0.70	ปานกลาง
มากกว่า 350 ที่นั่ง	3.62	1.30	มาก
รวม	3.15	1.26	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการได้รับ แกรมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบ สัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ใน ระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.97)

ตารางที่ 4.97 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการ ส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแกรมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการ กำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	3.66	0.81	มาก
201-250 ที่นั่ง	4.00	1.00	มาก
251-300 ที่นั่ง	3.00	-	ปานกลาง
301-350 ที่นั่ง	3.50	0.70	ปานกลาง
มากกว่า 350 ที่นั่ง	4.12	0.64	มาก
รวม	3.85	0.74	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการมีของชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.98)

ตารางที่ 4.98 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	3.50	0.83	ปานกลาง
201-250 ที่นั่ง	3.33	0.57	ปานกลาง
251-300 ที่นั่ง	4.00	-	มาก
301-350 ที่นั่ง	3.50	0.70	ปานกลาง
มากกว่า 350 ที่นั่ง	3.75	0.70	มาก
รวม	3.60	0.68	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.99)

ตารางที่ 4.99 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	3.50	1.51	ปานกลาง
201-250 ที่นั่ง	3.66	1.15	มาก
251-300 ที่นั่ง	4.00	-	มาก
301-350 ที่นั่ง	4.50	0.70	มาก
มากกว่า 350 ที่นั่ง	4.62	0.51	มากที่สุด
รวม	4.10	1.07	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการโดยช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่นั่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.100)

ตารางที่ 4.100 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับความ ต้องการให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	3.83	1.60	มาก
201-250 ที่นั่ง	4.33	0.57	มาก
251-300 ที่นั่ง	4.00	-	มาก
301-350 ที่นั่ง	4.00	1.41	มาก
มากกว่า 350 ที่นั่ง	4.25	0.70	มาก
รวม	4.10	1.02	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้บริษัท ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการ 151-200 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการ 201-250 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการ 251-300 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการ 301-350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนที่หนึ่งของสถานบริการมากกว่า 350 ที่นั่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.0 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.101)

ตารางที่ 4.101 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนที่นั่งของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ

จำนวนที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
151-200 ที่นั่ง	3.66	0.81	มาก
201-250 ที่นั่ง	3.66	0.57	มาก
251-300 ที่นั่ง	4.00	-	มาก
301-350 ที่นั่ง	4.50	0.70	มาก
มากกว่า 350 ที่นั่ง	4.37	0.74	มาก
รวม	4.05	0.75	มาก

4.5.7 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของ สถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายที่เป็นที่ต้องการของคนกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลางโดยวิธีกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้า โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 อยู่ในระดับน้อย โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.20 แสดงว่าความต้องการของวิธีการดังกล่าวต่อรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.102)

ตารางที่ 4.102 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแถมตัวสินค้า

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	3.80	1.09	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.83	0.98	มาก
บริษัทจำกัด	2.44	1.23	น้อย
รวม	3.20	1.28	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดกิจกรรมในการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.103)

ตารางที่ 4.103 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	4.60	0.54	มากที่สุด
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.00	1.67	ปานกลาง
บริษัทจำกัด	3.44	1.33	ปานกลาง
รวม	3.60	1.39	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดโชว์ และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามรูปแบบการจัดทะเบียน ของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจัดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจัดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจัดทะเบียนเป็น บริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.90 อยู่ใน ระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.104)

ตารางที่ 4.104 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจัดทะเบียนของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ

รูปแบบการจัดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	3.80	0.83	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2.33	0.81	น้อย
บริษัทจำกัด	2.77	1.30	ปานกลาง
รวม	2.90	1.16	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะมีการจัดชิงโชค โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.105)

ตารางที่ 4.105 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะมีการจัดชิงโชค

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	3.60	1.67	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2.16	1.16	น้อย
บริษัทจำกัด	2.77	1.39	ปานกลาง
รวม	2.80	1.43	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักดันสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก (ตั้งตารางที่ 4.106)

ตารางที่ 4.106 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ (การให้เงินผลักดันสินค้า)ช่วยสถานบริการทุกเดือน

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	4.80	0.44	มากที่สุด
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4.16	1.16	มาก
บริษัทจำกัด	4.33	0.86	มาก
รวม	4.40	0.88	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดทำโฆษณาร่วมกัน โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.107)

ตารางที่ 4.107 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาร่วมกัน

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	4.40	0.89	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.16	1.16	ปานกลาง
บริษัทจำกัด	4.00	1.41	มาก
รวม	3.85	1.26	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.108)

ตารางที่ 4.108 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	4.00	1.00	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.33	1.03	ปานกลาง
บริษัทจำกัด	3.11	1.45	ปานกลาง
รวม	3.40	1.23	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามรูปแบบการจัดระเบียบของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจัดระเบียบเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจัดระเบียบเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจัดระเบียบเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.109)

ตารางที่ 4.109 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจัดระเบียบของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ

รูปแบบการจัดระเบียบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	3.80	0.44	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2.83	0.98	ปานกลาง
บริษัทจำกัด	3.00	1.65	ปานกลาง
รวม	3.15	1.26	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการได้รับการแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามรูปแบบการจัดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจัดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจัดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจัดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.110)

ตารางที่ 4.110 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจัดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบกาได้รับแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

รูปแบบการจัดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	3.60	0.54	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.83	0.75	มาก
บริษัทจำกัด	4.00	0.86	มาก
รวม	3.85	0.74	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการ โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.111)

ตารางที่ 4.111 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการ

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	3.40	0.89	ปานกลาง
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.83	0.40	มาก
บริษัทจำกัด	3.55	0.72	มาก
รวม	3.60	0.68	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.112)

ตารางที่ 4.112 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	4.40	0.89	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.83	0.75	มาก
บริษัทจำกัด	4.11	1.36	มาก
รวม	4.10	1.07	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการโดยในช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.113)

ตารางที่ 4.113 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	4.20	0.83	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	4.16	0.40	มาก
บริษัทจำกัด	4.00	1.41	มาก
รวม	4.10	1.02	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ โดยจำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของ 1 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีรูปแบบการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.114)

ตารางที่ 4.114 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจดทะเบียนของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ

รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
เจ้าของ 1 คน	4.40	0.89	มาก
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.83	0.40	มาก
บริษัทจำกัด	4.00	0.86	มาก
รวม	4.05	0.75	มาก

4.5.8 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบไขว้ ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการ กับวิธีการส่งเสริมการขายที่เป็นที่ต้องการของคนกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง โดยวิธีกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.20 แสดงว่าความต้องการของวิธีการดังกล่าวต่อจำนวนพนักงานของสถานบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.115)

ตารางที่ 4.115 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับการได้รับแต้มตัวสินค้า

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	3.50	1.22	ปานกลาง
50-60 คน	2.20	1.09	น้อย
61-70 คน	4.00	1.00	มาก
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	4.00	1.00	มาก
มากกว่า 90 คน	2.50	2.12	น้อย
รวม	3.20	1.28	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.116)

ตารางที่ 4.116 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดกิจกรรมการให้ราคาพิเศษในช่วงเวลาสั้น

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	3.66	1.50	มาก
50-60 คน	3.80	1.64	มาก
61-70 คน	3.66	0.57	มาก
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	3.33	2.08	ปานกลาง
มากกว่า 90 คน	3.50	2.12	ปานกลาง
รวม	3.60	1.39	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดโชว์ และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 อยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.90 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.117)

ตารางที่ 4.117 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบจัดโชว์และแสดงวัสดุโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขาย ณ สถานบริการ

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	3.00	1.41	ปานกลาง
50-60 คน	2.60	1.14	ปานกลาง
61-70 คน	3.00	0.00	ปานกลาง
71-80 คน	1.00	-	น้อยที่สุด
81-90 คน	3.00	1.00	ปานกลาง
มากกว่า 90 คน	4.00	1.41	มาก
รวม	2.90	1.16	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะมีการจัดชิงโชค โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.118)

ตารางที่ 4.118 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับความต้องการที่จะมีการจัดชิงโชค

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	2.66	1.86	ปานกลาง
50-60 คน	2.60	1.51	ปานกลาง
61-70 คน	3.00	1.00	ปานกลาง
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	3.33	1.52	ปานกลาง
มากกว่า 90 คน	2.50	2.12	น้อย
รวม	2.80	1.43	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักต้นสินค้า)ช่วยสถานบริการ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.40 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.119)

ตารางที่ 4.119 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบที่จะได้รับงบประมาณ(การให้เงินผลักต้นสินค้า)ช่วยสถานบริการ

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	4.16	1.16	มาก
50-60 คน	4.20	0.83	มาก
61-70 คน	5.00	0.00	มากที่สุด
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	4.66	0.57	มากที่สุด
มากกว่า 90 คน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.40	0.88	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดทำ
 โฆษณาร่วมกัน โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์
 มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบ
 สัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบ
 สัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบ
 สัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบ
 สัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบ
 สัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่า
 เฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.120)

ตารางที่ 4.120 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธี
 การส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดทำโฆษณาร่วมกัน

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	3.33	1.36	ปานกลาง
50-60 คน	3.80	1.78	มาก
61-70 คน	4.00	1.00	มาก
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	4.33	0.57	มาก
มากกว่า 90 คน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	3.85	1.26	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 อยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.121)

ตารางที่ 4.121 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการจัดพนักงานหญิงแต่ละผลิตภัณฑ์มาช่วยประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าในสถานบริการ

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	3.50	1.37	ปานกลาง
50-60 คน	3.20	1.48	ปานกลาง
61-70 คน	4.33	0.57	มาก
71-80 คน	1.00	-	น้อยที่สุด
81-90 คน	3.00	0.00	ปานกลาง
มากกว่า 90 คน	4.00	0.00	มาก
รวม	3.40	1.23	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการมีการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 อยู่ในระดับน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.15 อยู่ในระดับปานกลาง (ดังตารางที่ 4.122)

ตารางที่ 4.122 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับความถี่ในการจัดแสดงคอนเสิร์ต ณ สถานบริการ

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	2.50	1.22	น้อย
50-60 คน	3.00	1.22	ปานกลาง
61-70 คน	3.66	0.57	มาก
71-80 คน	1.00	-	น้อยที่สุด
81-90 คน	3.66	0.57	มาก
มากกว่า 90 คน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	3.15	1.26	ปานกลาง

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการได้รับการแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.123)

ตารางที่ 4.123 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบการได้รับแถมตัวสินค้าที่นอกเหนือจากการกำหนดยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	4.33	0.51	มาก
50-60 คน	3.60	0.89	มาก
61-70 คน	3.66	1.15	มาก
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	3.66	0.57	มาก
มากกว่า 90 คน	4.00	0.00	มาก
รวม	3.85	0.74	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการในการมีของ
 ชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของ
 สถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00
 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40
 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33
 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00
 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66
 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50
 อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก
 (ดังตารางที่ 4.124)

ตารางที่ 4.124 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธี
 การส่งเสริมการขายในรูปแบบการมีของชำร่วยให้แก่ลูกค้าที่สนับสนุน
 ผลิตภัณฑ์ในสถานบริการนั้น

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	4.00	0.89	มาก
50-60 คน	3.40	0.54	ปานกลาง
61-70 คน	3.33	0.57	ปานกลาง
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	3.66	0.57	มาก
มากกว่า 90 คน	3.50	0.70	ปานกลาง
รวม	3.60	0.68	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้กิจกรรม มีความต่อเนื่อง โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม เท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.125)

ตารางที่ 4.125 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้กิจกรรมมีความต่อเนื่อง

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	4.00	0.89	มาก
50-60 คน	3.80	1.78	มาก
61-70 คน	4.00	0.00	มาก
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	4.66	0.57	มากที่สุด
มากกว่า 90 คน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.10	1.07	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการโดยในช่วง
 เทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริมการขายเป็นกรณีพิเศษ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของ
 สถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00
 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00
 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00
 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33
 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00
 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.126)

ตารางที่ 4.126 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธี
 การส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ช่วงเทศกาลที่สำคัญได้รับการส่งเสริม
 การขายเป็นกรณีพิเศษ

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	4.33	0.51	มาก
50-60 คน	4.00	1.73	มาก
61-70 คน	4.00	1.00	มาก
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	4.33	0.57	มาก
มากกว่า 90 คน	4.00	1.41	มาก
รวม	4.10	1.02	มาก

ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากสถานบริการจำนวน 20 แห่ง ได้แสดงความต้องการให้บริษัท ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้จัดทำ โดยจำแนกตามจำนวน พนักงานของสถานบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 50-60 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 61-70 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 71-80 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงาน 81-90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 อยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีจำนวนพนักงานมากกว่า 90 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก (ดังตารางที่ 4.127)

ตารางที่ 4.127 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงานของสถานบริการกับวิธีการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้บริษัทผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายมีส่วนร่วม ในกิจกรรมของสถานบริการที่เป็นผู้ทำ

จำนวนพนักงาน	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
น้อยกว่า 50 คน	3.83	0.75	มาก
50-60 คน	4.20	0.83	มาก
61-70 คน	3.66	0.57	มาก
71-80 คน	3.00	-	ปานกลาง
81-90 คน	4.33	0.57	มาก
มากกว่า 90 คน	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.05	0.75	มาก