

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียมโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อจำนวน 52 ราย และเก็บข้อมูลประกอบโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารจำนวน 6 ราย โดยแยกเป็นโรงงานขนาดเล็ก 2 ราย โรงงานขนาดกลาง 2 ราย และโรงงานขนาดใหญ่ 2 ราย ผลการวิเคราะห์สามารถนำเสนอข้อมูลได้ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลจากแบบสอบถาม สามารถนำเสนอได้ 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียมขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยเฉพาะบุคคล

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อหรือการใช้ฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบปัจจัยและปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและปัญหาของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ

2) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร สามารถนำเสนอได้ 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์และกิจการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียมขององค์กรธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยเฉพาะบุคคล

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อหรือการใช้ฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	34	65.4
หญิง	18	34.6
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.4 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 34.6

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	2	3.8
31- 40 ปี	24	46.2
41- 50 ปี	20	38.5
51- 60 ปี	6	11.5
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31- 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมา ได้แก่ อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.5 อายุ 51- 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.5 และอายุไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	13.5
ปริญญาตรี	41	78.8
สูงกว่าปริญญาตรี	4	7.7
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมา ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.5 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงานปัจจุบันในองค์กร

ตำแหน่งงานปัจจุบันในองค์กร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	38	73.1
เจ้าของกิจการ	11	21.2
ผู้จัดการทั่วไป	3	5.8
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งงานปัจจุบันในองค์กรเป็นผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมา ได้แก่ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 21.2 และผู้จัดการทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประสบการณ์ในการสั่งซื้อ

ประสบการณ์ในการสั่งซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	1	1.9
1-2 ปี	1	1.9
3-4 ปี	8	15.4
5-6 ปี	6	11.5
มากกว่า 6 ปี	36	69.2
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการสั่งซื้อมากกว่า 6 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมา ได้แก่ มีประสบการณ์ 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.4 มีประสบการณ์ 5-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.5 มีประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปี และมีประสบการณ์ 1-2 ปี จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	2	3.8
บริษัทจำกัด	48	92.3
บริษัทจำกัด (มหาชน)	2	3.8
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.6 พบว่า บริษัทผู้ผลิตงานหลอมอลูมิเนียมของผู้ตอบแบบสอบถามจดทะเบียนดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.3 ห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัด จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทุนจดทะเบียนของกิจการ

ทุนจดทะเบียนของกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	20	38.5
50-200 ล้านบาท	18	34.6
มากกว่า 200 ล้านบาท	14	26.9
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.7 พบว่า บริษัทผู้ผลิตงานหลอมอลูมิเนียมของผู้ตอบแบบสอบถามมีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา ได้แก่ ทุนจดทะเบียน 50 - 200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.6 บาท และทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 26.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-5 ปี	3	5.8
6-10 ปี	2	3.8
11-15 ปี	11	21.2
มากกว่า 15 ปี	36	69.2
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.8 พบว่า บริษัทผู้ผลิตงานหลอมอลูมิเนียมของผู้ตอบแบบสอบถามเปิดดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 15 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมา ได้แก่ เปิดดำเนินกิจการระหว่าง 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.2 เปิดดำเนินกิจการระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.8 และเปิดดำเนินกิจการระหว่าง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 คน	22	42.3
101-500 คน	10	19.2
501-1,000 คน	8	15.4
มากกว่า 1,000 คน	12	23.1
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.9 พบว่า บริษัทผู้ผลิตงานหลอมอลูมิเนียมของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 100 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา ได้แก่ มีจำนวนพนักงานมากกว่า 1,000 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 มีจำนวนพนักงานระหว่าง 101-500 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และ มีจำนวนพนักงานระหว่าง 501-1,000 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการหล่ออลูมิเนียม

วิธีการหล่ออลูมิเนียม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
GAVITY SAND MOLD	13	25.0
GAVITY DIE CASTING	11	21.2
LOW PRESSURE DIE CASTING	7	13.5
HIGH PRESSURE DIE CASTING	13	25.0
อื่นๆ	8	15.4
รวม	52	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ การหล่อแบบ HOT TOP RING จำนวน 2 ราย, การหล่อแบบ OPEN MOLD (ทำอลูมิเนียมแผ่น) จำนวน 2 ราย, การหล่อแบบ OPEN MOLD (ทำสายไฟฟ้า) จำนวน 2 ราย

จากตาราง 4.10 พบว่า บริษัทผู้ผลิตงานหล่ออลูมิเนียมของผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการหล่ออลูมิเนียมแบบ GAVITY SAND MOLD และ HIGH PRESSURE DIE CASTING จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมา ได้แก่ วิธีการหล่อแบบ GAVITY DIE CASTING คิดเป็นร้อยละ 21.2 วิธีการหล่อแบบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 15.4 และวิธีการหล่อแบบ LOW PRESSURE DIE คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ตาราง 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอุณหภูมิที่ใช้ฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟมากที่สุด

ช่วงอุณหภูมิที่ใช้ฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
400-700 °C	3	5.8
701-1,000 °C	42	80.8
1,001-1,300 °C	5	9.6
สูงกว่า 1,300 °C	2	3.8
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.11 พบว่า บริษัทผู้ผลิตงานหลอมอลูมิเนียมของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟที่อุณหภูมิช่วงระหว่าง 701-1,000°C มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมา ได้แก่ ช่วงอุณหภูมิระหว่าง 1,001-1,300°C คิดเป็นร้อยละ 9.6 ช่วงอุณหภูมิระหว่าง 400-700°C คิดเป็นร้อยละ 5.8 และช่วงอุณหภูมิสูงกว่า 1,300°C คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งในการซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟของกิจการ

แหล่งในการซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟของกิจการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภายในประเทศ	22	42.3
ต่างประเทศ	1	1.9
ภายในประเทศและต่างประเทศ	29	55.8
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา ได้แก่ ภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 42.3 และต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมูลค่าการซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าการซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟของกิจการเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	5	9.6
10,000-50,000 บาท	31	59.6
50,001-100,000 บาท	7	13.5
100,001-500,000 บาท	7	13.5
100,001-500,000 บาท	1	1.9
มากกว่า 1,000,000 บาท	1	1.9
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟเฉลี่ยต่อครั้งที่ระหว่าง 10,000-50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมา ได้แก่ ซื้อเฉลี่ยต่อครั้งที่ระหว่าง 50,001-100,000 บาท และ 100,001-500,000 บาท จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ซื้อเฉลี่ยต่อครั้งที่ระหว่าง 100,001-500,000 บาท และมากกว่า 1,000,000 บาท จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อต่อเดือน

จำนวนครั้งในการซื้อต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน	16	30.8
1 ครั้ง ต่อเดือน	7	13.5
2 ครั้ง ต่อเดือน	17	32.7
3 ครั้ง ต่อเดือน	4	7.7
4 ครั้ง ต่อเดือน	1	1.9
มากกว่า 4 ครั้ง ต่อเดือน	7	13.5
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟ 2 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมา ได้แก่ ซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ซื้อ 1 ครั้งต่อเดือนและซื้อมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และซื้อ 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตาราง 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้ขายที่ผ่านเกณฑ์การรับรองของบริษัท (Approved vendor list) ที่กิจการติดต่อซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟ

จำนวนผู้ขายที่ผ่านเกณฑ์การรับรองของบริษัท	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวน 1 ราย	3	5.8
จำนวน 2 ราย	22	42.3
จำนวน 3 ราย	9	17.3
จำนวน 4 ราย	2	3.8
มากกว่า 4 ราย	16	30.8
รวม	52	100.00

จากตาราง 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามติดต่อซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟจากผู้ขาย จำนวน 2 ราย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมา ได้แก่ ติดต่อผู้ขายมากกว่า 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.8 ติดต่อผู้ขายจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 ติดต่อผู้ขาย จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.8 ติดต่อผู้ขาย จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตาราง 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งในการหาข้อมูลจนวน
กันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

แหล่งในการหาข้อมูลจนวนกันความร้อนและ วัสดุทนไฟ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วารสารหล่อโลหะ	17	32.7
สมุดหน้าเหลือง	6	11.5
วารสารวิศวกรรม	8	15.4
คู่มือซื้อขายสินค้าอุตสาหกรรม	10	19.2
อินเทอร์เน็ต	34	65.4
พนักงานขาย	42	80.8
อื่นๆ	2	3.8
รวม	52	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (จากผู้ตอบแบบสอบถาม 52 คน)

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนแนะนำ 1 คน, ตัวแทนขายเครื่องจักรแนะนำ 1 คน

จากตาราง 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลจนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟโดยการติดต่อกับพนักงานขาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมา ได้แก่ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 65.4 วารสารหล่อโลหะ คิดเป็นร้อยละ 32.7 ขายสินค้าอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 19.2 วารสารวิศวกรรม คิดเป็นร้อยละ 15.4 คู่มือซื้อ สมุดหน้าเหลือง คิดเป็นร้อยละ 11.5 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ตาราง 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ผลิต สินค้าหรือตราสินค้า	18 (34.6)	30 (57.7)	4 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.27 (มาก)	8
ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ขาย	13 (25)	27 (51.9)	10 (19.2)	2 (3.8)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	14
สินค้ามีมาตรฐาน ได้รับการรับรอง จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ	18 (34.6)	32 (61.5)	2 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.31 (มาก)	7
สินค้านี้มีคุณภาพสม่ำเสมอ	31 (59.6)	19 (36.5)	2 (3.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.56 (มากที่สุด)	1
สินค้านี้อายุการใช้งานได้นาน	20 (38.5)	26 (50.0)	6 (11.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.27 (มาก)	8
สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่ สามารถใช้งานได้ในอุณหภูมิที่สูง กว่าปกติ	19 (36.5)	26 (50.0)	6 (11.5)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	10
สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่ สามารถประหยัดพลังงานได้มากขึ้น	28 (53.8)	19 (36.5)	4 (7.7)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.42 (มาก)	5
สินค้าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพใน กระบวนการผลิต เช่น ช่วยลดของ เสีย เป็นต้น	31 (59.6)	16 (30.8)	4 (7.7)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.48 (มาก)	4
สินค้าไม่มีส่วนผสมของเคมี อันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น	17 (32.7)	13 (25)	18 (34.6)	4 (7.7)	0 (0.0)	3.83 (มาก)	15
มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับ ตัวสินค้า (Specification)	15 (28.8)	27 (51.9)	9 (17.3)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	12

ตาราง 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (Material Safety Data Sheet : MSDS)	18 (34.6)	23 (44.2)	11 (21.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	11
มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	32 (61.5)	14 (26.9)	6 (11.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.50 (มากที่สุด)	3
มีสินค้าหลากหลาย	6 (11.5)	29 (55.8)	14 (26.9)	3 (5.8)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	16
การให้บริการที่ดีภายหลังการขาย	24 (46.2)	24 (46.2)	3 (5.8)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.37 (มาก)	6
การติดตามผลการใช้งานภายหลังการขาย	12 (23.1)	33 (63.5)	5 (9.6)	2 (3.8)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	13
การให้บริการแนะนำและแก้ไขปัญหาตามที่ผู้ใช้งานร้องขอได้	33 (63.5)	15 (28.8)	2 (3.8)	2 (3.8)	0 (0.0)	4.52 (มากที่สุด)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						4.23 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ การให้บริการแนะนำและแก้ไขปัญหาตามที่ผู้ใช้งานร้องขอได้ มีค่าเฉลี่ย 4.52 การรับประกันคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.50 สินค้าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต มีค่าเฉลี่ย 4.48 สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถประหยัดพลังงานได้มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.42

การให้บริการที่ดีภายหลังการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.37 สินค้ามีมาตรฐาน ได้รับการรับรอง จากหน่วยงาน
ที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.31 ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตสินค้าหรือตราสินค้า และสินค้ามีอายุ
การใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถใช้งานได้
อุณหภูมิที่สูงกว่าปกติ มีค่าเฉลี่ย 4.21 มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.13
มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.08 การติดตามผลการใช้งานภายหลังการ
ขาย มีค่าเฉลี่ย 4.06 ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.98 สินค้าไม่มีส่วนผสมของเคมี
อันตราย มีค่าเฉลี่ย 3.83 และมีสินค้าหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.73

ตาราง 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาของสินค้าต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ	21 (40.4)	23 (44.2)	7 (13.5)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	2
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	32 (61.5)	15 (28.8)	5 (9.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.52 (มากที่สุด)	1
มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกแตกต่างกันตามคุณภาพ	19 (36.5)	21 (40.4)	10 (19.2)	2 (3.8)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	5
การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า	22 (42.3)	18 (34.6)	10 (19.2)	2 (3.8)	0 (0.0)	4.15 (มาก)	3
การให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด	20 (38.5)	19 (36.5)	9 (17.3)	4 (7.7)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	6
ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	16 (30.8)	26 (50.0)	10 (19.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						4.20 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับดังนี้ ราคาของสินค้าต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.23 การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.15 ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 4.12 มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกแตกต่างกันตามคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.10 และการให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ย 4.06

ตาราง 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อฉนวนกัน
ความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ผู้ขายอยู่ใกล้กับโรงงานหรือออฟฟิศ ของผู้ซื้อ	5 (9.6)	11 (21.2)	29 (55.8)	6 (11.5)	1 (1.9)	3.25 (ปานกลาง)	6
สามารถติดต่อประสานงานกับผู้ขาย ได้สะดวก รวดเร็ว	26 (50.0)	22 (42.3)	4 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.42 (มาก)	1
สามารถสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายได้ ทางอินเทอร์เน็ต	4 (7.7)	15 (28.8)	25 (48.1)	7 (13.5)	1 (1.9)	3.27 (ปานกลาง)	5
ผู้ขายมีสินค้าในสต็อก	14 (26.9)	31 (59.6)	7 (13.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	4
ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา	26 (50.0)	22 (42.3)	4 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.42 (มาก)	1
ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ทันทีใน กรณีเร่งด่วน	25 (48.1)	24 (46.2)	2 (3.8)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.40 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.98 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ สามารถติดต่อประสานงานกับผู้ขายได้สะดวก รวดเร็ว และผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.42 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ทันทีในกรณีเร่งด่วน มีค่าเฉลี่ย 4.40 และผู้ขายมีสินค้าในสต็อก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ได้แก่ สามารถสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายได้ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.27 และผู้ขายอยู่ใกล้กับโรงงานหรือออฟฟิศของผู้ซื้อสามารถทำการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.25

ตาราง 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อฉนวน
กันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร เป็นต้น	2 (3.8)	13 (25.0)	27 (51.9)	9 (17.3)	1 (1.9)	3.12 (ปานกลาง)	7
เว็บไซต์ของผู้จำหน่ายสินค้า เช่น การ ค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว เป็น ต้น	6 (11.5)	27 (51.9)	15 (28.8)	3 (5.8)	1 (1.9)	3.65 (มาก)	3
การที่ผู้ขายมีกิจกรรมช่วยเหลือ สังคมหรือสิ่งแวดล้อม	3 (5.8)	12 (23.1)	32 (61.5)	3 (5.8)	2 (3.8)	3.21 (ปานกลาง)	5
การให้ของแถม เมื่อซื้อสินค้า	1 (1.9)	4 (7.7)	30 (57.7)	13 (25.0)	4 (7.7)	2.71 (ปานกลาง)	10
การส่งเอกสารแนะนำสินค้าหรือ แคตตาล็อกของผู้ขายให้ทาง ไปรษณีย์	2 (3.8)	11 (21.2)	30 (57.7)	8 (15.4)	1 (1.9)	3.10 (ปานกลาง)	8
การจัดแสดงสินค้า ในงานแสดง สินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ	1 (1.9)	11 (21.2)	29 (55.8)	9 (17.3)	2 (3.8)	3.00 (ปานกลาง)	9
การจัดสัมมนาวิชาการความรู้ เกี่ยวกับสินค้า	0 (0.0)	19 (36.5)	26 (50.0)	4 (7.7)	3 (5.8)	3.17 (ปานกลาง)	6
บุคลิก มารยาท ความน่าเชื่อถือของ พนักงานขาย หรือ ผู้ที่มาติดต่องาน	8 (15.4)	36 (69.2)	8 (15.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	2
ทักษะ ความรู้ ของพนักงานขาย หรือผู้ที่มาติดต่องาน	29 (55.8)	18 (34.6)	4 (7.7)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.44 (มาก)	1
ความสามารถในการนำเสนอหรือ ชักชวนของผู้ขาย	5 (9.6)	24 (46.2)	22 (42.3)	1 (1.9)	0 (0.0)	3.63 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.40 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ทักษะ ความรู้ ของพนักงานขาย หรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ บุคลิก มารยาท ความน่าเชื่อถือของพนักงานขายหรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 4.00 เว็บไซต์ของผู้จำหน่ายสินค้า เช่น การค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.65 ความสามารถในการนำเสนอหรือชักชวนของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.63 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ได้แก่ การที่ผู้ขายมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.21 การจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.17 การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.12 การส่งเอกสารแนะนำสินค้าหรือแคตตาล็อกของผู้ขายให้ทางไปรษณีย์ 3.10 การจัดแสดงสินค้า ในงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ 3.00 และการให้ของแถม เมื่อซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.71

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟ
สำหรับงานหลอมอลูมิเนียมขององค์กรธุรกิจ

ตาราง 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ
ความสำคัญของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการ
ตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท)	14 (26.9)	19 (36.5)	14 (26.9)	4 (7.7)	1 (1.9)	3.79 (มาก)	5
ราคาน้ำมัน หรือเชื้อเพลิง	17 (32.7)	21 (40.4)	11 (21.2)	3 (5.8)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	4
ราคาของอลูมิเนียมในตลาด	18 (34.6)	23 (44.2)	9 (17.3)	2 (3.8)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	3
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุน	8 (15.4)	15 (28.8)	22 (42.3)	7 (13.5)	0 (0.0)	3.46 (ปานกลาง)	7
นโยบายการสนับสนุนจาก ภาครัฐบาล เช่น การลดภาษีนำเข้า วัตถุดิบ	11 (21.2)	13 (25)	23 (44.2)	5 (9.6)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	6
ความต้องการสินค้าที่ทำจาก อลูมิเนียมในตลาด	19 (36.5)	24 (46.2)	8 (15.4)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.17 (มาก)	1
แผนการผลิตของบริษัทของท่าน	14 (26.9)	31 (59.6)	7 (13.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.89 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความต้องการสินค้าที่ทำจากอลูมิเนียมในตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ แผนการผลิตของบริษัท มีค่าเฉลี่ย 4.13 ราคาของอลูมิเนียมในตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.10 ราคาน้ำมันหรือเชื้อเพลิง มีค่าเฉลี่ย 4.00 อัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท) มีค่าเฉลี่ย 3.79 และนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เช่น การลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ย 3.58 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุน มีค่าเฉลี่ย 3.46

ตาราง 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้ออันรวมถึงความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
นโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุถึงแนวทางในการจัดซื้อที่ชัดเจน เช่น นโยบายซื้อสินค้าราคาถูก	9 (17.3)	25 (48.1)	13 (25)	5 (9.6)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	3
นโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุชัดเจน เช่น นโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย	9 (17.3)	29 (55.8)	14 (26.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90 (มาก)	1
ขั้นตอนการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีความยุ่งยากในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย	5 (9.6)	24 (46.2)	18 (34.6)	4 (7.7)	1 (1.9)	3.54 (มาก)	4
สถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ	10 (19.2)	22 (42.3)	18 (34.6)	2 (3.8)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.74 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ นโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุชัดเจน เช่น นโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.90 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ สถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.77 นโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุถึงแนวทางในการจัดซื้อที่ชัดเจน เช่น นโยบายซื้อสินค้าราคาถูก มีค่าเฉลี่ย 3.73 และขั้นตอนการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีความยุ่งยากในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.54

ตาราง 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับระดับ ความสำคัญของปัจจัยปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการ ตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสัมพันธ์ของผู้ขายและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	4 (7.7)	19 (36.5)	21 (40.4)	7 (13.5)	1 (1.9)	3.35 (ปานกลาง)	2
ความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3 (5.8)	21 (40.4)	20 (38.5)	8 (15.4)	0 (0.0)	3.37 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.36 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสัมพันธ์ของผู้ขายและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.35

ตาราง 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การศึกษาหรือความรู้ทางด้านการจัดซื้อของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	8 (15.4)	25 (48.1)	17 (32.7)	1 (1.9)	1 (1.9)	3.73 (มาก)	3
ความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	12 (23.1)	31 (59.6)	6 (11.5)	2 (3.8)	1 (1.9)	3.98 (มาก)	2
ประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	15 (28.8)	28 (53.8)	8 (15.4)	1 (1.9)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.94 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยเฉพาะบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.98 และการศึกษาหรือความรู้ทางด้านการจัดซื้อของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.73

ตาราง 4.25 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้ออันจนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.23	มีความสำคัญมาก	1
ปัจจัยด้านราคา	4.20	มีความสำคัญมาก	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.98	มีความสำคัญมาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.40	มีความสำคัญปานกลาง	8
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	3.89	มีความสำคัญมาก	5
ปัจจัยด้านภายในองค์กรของผู้ซื้อ	3.74	มีความสำคัญมาก	6
ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	3.36	มีความสำคัญปานกลาง	7
ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล	3.94	มีความสำคัญมาก	4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.84	มีความสำคัญมาก	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.84 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.20 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.98 ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.94 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยด้านภายในองค์กรของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.74 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.36 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.40

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อหรือการใช้ฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ตาราง 4.26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ปัญหาผู้ผลิตหรือตราสินค้าไม่น่าเชื่อถือ	5 (9.6)	5 (9.6)	24 (46.2)	17 (32.7)	1 (1.9)	2.92 (ปานกลาง)	4
สินค้าไม่มีมาตรฐานรองรับหรือไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ	5 (9.6)	3 (5.8)	28 (53.8)	15 (28.8)	1 (1.9)	2.92 (ปานกลาง)	4
ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ	5 (9.6)	9 (17.3)	22 (42.3)	14 (26.9)	2 (3.8)	3.02 (ปานกลาง)	2
ปัญหาสินค้ามีอายุการใช้งานสั้นเกินไป	6 (11.5)	10 (19.2)	23 (44.2)	11 (21.2)	2 (3.8)	3.13 (ปานกลาง)	1
ปัญหาสินค้ามีส่วนผสมของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น	5 (9.6)	10 (19.2)	19 (36.5)	14 (26.9)	4 (7.7)	2.96 (ปานกลาง)	3
ปัญหาไม่สามารถคืนสินค้าได้เมื่อสินค้ามีปัญหา	5 (9.6)	7 (13.5)	18 (34.6)	18 (34.6)	4 (7.7)	2.83 (ปานกลาง)	8
ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ตรงตามที่ Specification ระบุไว้	5 (9.6)	7 (13.5)	21 (40.4)	13 (25.0)	6 (11.5)	2.85 (ปานกลาง)	7
ปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification)	1 (1.9)	8 (15.4)	21 (40.4)	19 (36.5)	3 (5.8)	2.71 (ปานกลาง)	12
ปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (MSDS)	1 (1.9)	11 (21.2)	23 (44.2)	11 (21.2)	6 (11.5)	2.81 (ปานกลาง)	9
ปัญหาไม่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	4 (7.7)	9 (17.3)	22 (42.3)	13 (25.0)	4 (7.7)	2.92 (ปานกลาง)	4
ปัญหาการบริการหลังการขายของผู้ขายไม่ดี	2 (3.8)	5 (9.6)	28 (53.8)	13 (25.0)	4 (7.7)	2.77 (ปานกลาง)	11

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ปัญหาผู้ขายไม่มีการให้บริการ ภายหลังการขาย	1 (1.9)	8 (15.4)	23 (44.2)	15 (28.8)	5 (9.6)	2.71 (ปานกลาง)	12
ปัญหาผู้ขายมีสินค้าให้เลือกน้อยไม่ หลากหลาย	1 (1.9)	7 (13.5)	27 (51.9)	15 (28.8)	2 (3.8)	2.81 (ปานกลาง)	9
ปัญหาไม่มีสินค้าตามที่ระบุในแคต ตาล็อกของผู้ขาย	1 (1.9)	4 (7.7)	22 (42.3)	22 (42.3)	3 (5.8)	2.58 (ปานกลาง)	14
ค่าเฉลี่ยรวม						2.85 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.85 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาสินค้ามีอายุการใช้งานสั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.13 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.02 ปัญหาสินค้ามีส่วนประกอบเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 2.96 ปัญหาผู้ผลิตหรือตราสินค้าไม่น่าเชื่อถือ ปัญหาสินค้าไม่มีมาตรฐานรองรับหรือไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ และปัญหาไม่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ตรงตามที่ Specification ระบุไว้ มีค่าเฉลี่ย 2.85 ปัญหาไม่สามารถคืนสินค้าได้เมื่อสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 2.83 ปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (MSDS) และปัญหาผู้ขายมีสินค้าให้เลือกน้อยไม่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ปัญหาการบริการหลังการขายของผู้ขายไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 2.77 ปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification) และปัญหาผู้ขายไม่มีการให้บริการภายหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 และปัญหาไม่มีสินค้าตามที่ระบุในแคตตาล็อกของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 2.58

ตาราง 4.27 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ปัญหาราคาของสินค้าสูงเกินความเป็นจริง	4 (7.7)	19 (36.5)	24 (46.2)	4 (7.7)	1 (1.9)	3.40 (ปานกลาง)	1
ปัญหาราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	3 (5.8)	17 (32.7)	23 (44.2)	7 (13.5)	2 (3.8)	3.23 (ปานกลาง)	2
ปัญหาราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย	7 (13.5)	12 (23.1)	20 (38.5)	10 (19.2)	3 (5.8)	3.19 (ปานกลาง)	3
ปัญหาผู้ขายไม่ให้เครดิตในการชำระสินค้า	1 (1.9)	7 (13.5)	21 (40.4)	19 (36.5)	4 (7.7)	2.65 (ปานกลาง)	5
ปัญหาไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด	2 (3.8)	5 (9.6)	22 (42.3)	20 (38.5)	3 (5.8)	2.67 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.03 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาราคาของสินค้าสูงเกินความเป็นจริง มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ปัญหาราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.19 ปัญหาไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ย 2.67 และปัญหาผู้ขายไม่ให้เครดิตในการชำระสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.65

ตาราง 4.28 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของผู้ขาย	2 (3.8)	5 (9.6)	29 (55.8)	14 (26.9)	2 (3.8)	2.83 (ปานกลาง)	5
ปัญหาผู้ขายไม่มีสินค้าในสต็อก ต้องรอสินค้านาน	4 (7.7)	22 (42.3)	15 (28.8)	9 (17.3)	2 (3.8)	3.33 (ปานกลาง)	1
ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าได้ ตรงตามกำหนด	3 (5.8)	11 (21.2)	26 (50.0)	8 (15.4)	4 (7.7)	3.02 (ปานกลาง)	3
ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าใน กรณีเร่งด่วนได้	5 (9.6)	9 (17.3)	26 (50.0)	9 (17.3)	3 (5.8)	3.08 (ปานกลาง)	2
ปัญหาสถานที่ตั้งของผู้ขายอยู่ไกล โรงงานหรือไกลออฟฟิศของผู้ซื้อ	2 (3.8)	12 (23.1)	21 (40.4)	14 (26.9)	3 (5.8)	2.92 (ปานกลาง)	4
ปัญหาไม่สามารถติดต่อผู้ขายได้ สะดวก	1 (1.9)	5 (9.6)	25 (48.1)	16 (30.8)	5 (9.6)	2.63 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						2.97 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.97 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาผู้ขายไม่มีสินค้าในสต็อกต้องรอสินค้านาน มีค่าเฉลี่ย 3.33 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าในกรณีเร่งด่วนได้ มีค่าเฉลี่ย 3.08 ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนด มีค่าเฉลี่ย 3.02 ปัญหาสถานที่ตั้งของผู้ขายอยู่ไกลโรงงานหรือไกลออฟฟิศของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.92 ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 2.83 และปัญหาไม่สามารถติดต่อผู้ขายได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.63

ตาราง 4.29 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สินค้าไม่เป็นไปตามโฆษณา	1 (1.9)	7 (13.5)	21 (40.4)	20 (38.5)	3 (5.8)	2.67 (ปานกลาง)	3
ไม่ให้ของแถม ตามที่ระบุไว้	1 (1.9)	3 (5.8)	20 (38.5)	24 (46.2)	4 (7.7)	2.48 (ปานกลาง)	5
การจัดสัมมนาวิชาการความรู้ เกี่ยวกับสินค้า ที่ไม่ตรงตามความ ต้องการ	4 (7.7)	6 (11.5)	20 (38.5)	18 (34.6)	4 (7.7)	2.77 (ปานกลาง)	2
ปัญหาพนักงานขายไม่มีมารยาท	2 (3.8)	4 (7.7)	10 (19.2)	31 (59.6)	5 (9.6)	2.37 (น้อย)	6
ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของ พนักงานขาย หรือ ผู้ที่มาติดต่องาน	2 (3.8)	5 (9.6)	20 (38.5)	21 (40.4)	4 (7.7)	2.62 (ปานกลาง)	4
พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับ สินค้า ไม่สามารถแนะนำสินค้าได้	4 (7.7)	20 (38.5)	11 (21.2)	12 (23.1)	5 (9.6)	3.12 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						2.67 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.67 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ไม่สามารถแนะนำสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.12 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ การจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 2.77 สินค้าไม่เป็นไปตามโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 2.67 ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของพนักงานขายหรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 2.62 และปัญหาไม่ให้ของแถมตามที่ระบุไว้ มีค่าเฉลี่ย 2.48 ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับน้อย ได้แก่ ปัญหาพนักงานขายไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.37

ตาราง 4.30 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัญหาด้านสภาพแวดล้อม

ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท)	11 (21.2)	19 (36.5)	12 (23.1)	9 (17.3)	1 (1.9)	3.58 (มาก)	1
ปัญหาภาษีนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบ (Import tax)	7 (13.5)	20 (38.5)	17 (32.7)	7 (13.5)	1 (1.9)	3.48 (ปานกลาง)	2
ปัญหาขั้นตอนการทำงานหรือพิธีการของศุลกากรล่าช้า	3 (5.8)	23 (44.2)	16 (30.8)	7 (13.5)	3 (5.8)	3.31 (ปานกลาง)	3
ปัญหาไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	2 (3.8)	17 (32.7)	26 (50.0)	5 (9.6)	2 (3.8)	3.23 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.40 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ ปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท) มีค่าเฉลี่ย 3.58 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาภาษีนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบ (Import tax) มีค่าเฉลี่ย 3.48 ปัญหาขั้นตอนการทำงานหรือพิธีการของศุลกากรล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.31 และปัญหาไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 3.23

ตาราง 4.31 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ

ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ปัญหาด้านนโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ไม่ระบุชัดเจน เช่น ให้ซื้อสินค้าราคาถูก	2 (3.8)	11 (21.2)	22 (42.3)	15 (28.8)	2 (3.8)	2.92 (ปานกลาง)	4
ปัญหาด้านนโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่ไม่ระบุชัดเจน เช่น สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย	3 (5.8)	13 (25.0)	19 (36.5)	15 (28.8)	2 (3.8)	3.00 (ปานกลาง)	2
ปัญหาขั้นตอนในการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ยุ่งยากและล่าช้าหากมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย	2 (3.8)	16 (30.8)	15 (28.8)	16 (30.8)	3 (5.8)	2.96 (ปานกลาง)	3
ปัญหาด้านยอดขายของบริษัทผู้ซื้อที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	2 (3.8)	16 (30.8)	17 (32.7)	15 (28.8)	2 (3.8)	3.02 (ปานกลาง)	1
ปัญหาเรื่องสถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ	4 (7.7)	12 (23.1)	20 (38.5)	15 (28.8)	1 (1.9)	2.79 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						2.93 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.93 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาด้านยอดขายของบริษัทของผู้ซื้อที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.02 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาด้านนโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.00 ปัญหาขั้นตอนในการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ยุ่งยากและล่าช้าหากมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย

2.96 ปัญหาด้านนโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น ให้ซื้อสินค้าราคาถูก มีค่าเฉลี่ย 2.92 และปัญหาเรื่องสถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.79

ตาราง 4.32 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล

ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ปัญหาอิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในบริษัท	4 (7.7)	12 (23.1)	20 (38.5)	15 (28.8)	1 (1.9)	3.06 (ปานกลาง)	1
ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ขายกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ	3 (5.8)	9 (17.3)	23 (44.2)	15 (28.8)	2 (3.8)	2.92 (ปานกลาง)	2
ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เช่น เรื่องรายละเอียดสินค้า	2 (3.8)	11 (21.2)	17 (32.7)	21 (40.4)	1 (1.9)	2.85 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						2.94 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคลของผู้ซื้อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.94 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาอิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.06 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ขายกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.92 และปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เช่น เรื่องรายละเอียดสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.85

ตาราง 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญ
ของปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล

ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ปัญหาด้านความรู้ หรือการศึกษา ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	4 (7.7)	8 (15.4)	15 (28.8)	22 (42.3)	3 (5.8)	2.77 (ปานกลาง)	3
ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3 (5.8)	11 (21.2)	23 (44.2)	13 (25.0)	2 (3.8)	3.00 (ปานกลาง)	1
ปัญหาด้านประสิทธิภาพในการ ทำงานของผู้มีอำนาจในการ ตัดสินใจซื้อ	4 (7.7)	12 (23.1)	17 (32.7)	17 (32.7)	2 (3.8)	2.98 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						2.92 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลของผู้ซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาด้านประสิทธิภาพในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.89 และปัญหาด้านความรู้ หรือการศึกษา ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.77

ตาราง 4.34 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาดและปัญหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อหรือใช้ฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัญหาส่วนประสมการตลาดและปัญหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	2.85	พบปัญหาปานกลาง	7
ปัญหาด้านราคา	3.03	พบปัญหาปานกลาง	2
ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	2.97	พบปัญหาปานกลาง	3
ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	2.67	พบปัญหาปานกลาง	8
ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	3.40	พบปัญหาปานกลาง	1
ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	2.93	พบปัญหาปานกลาง	5
ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล	2.94	พบปัญหาปานกลาง	4
ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล	2.92	พบปัญหาปานกลาง	6
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.96	พบปัญหาปานกลาง	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.96 โดยปัจจัยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.03 ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 2.97 ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย 2.94 ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.93 ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ย 2.92 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวม 2.85 และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวม 2.67

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

- ผู้ขายส่วนมากมีสินค้าในสต็อกน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการ (จำนวน 1 ราย)
- การปรับขึ้นราคาสินค้าบ่อยทำให้วางแผนการสั่งซื้อยาก (จำนวน 1 ราย)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบปัจจัยและปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อจนวณกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ตาราง 4.35 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ผลิต สินค้าหรือตราสินค้า	4.27 (มาก)	8	ปัญหาผู้ผลิตหรือตราสินค้า ไม่น่าเชื่อถือ	2.92 (ปานกลาง)	4
ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ขาย	3.98 (มาก)	14	สินค้าไม่มีมาตรฐานรองรับหรือไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ	2.92 (ปานกลาง)	4
สินค้ามีมาตรฐาน ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ	4.31 (มาก)	7	ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ	3.02 (ปานกลาง)	2
สินค้ามีคุณภาพสม่ำเสมอ	4.56 (มากที่สุด)	1	ปัญหาสินค้ามีอายุการใช้งานสั้นเกินไป	3.13 (ปานกลาง)	1
สินค้ามีอายุการใช้งานได้นาน	4.27 (มาก)	8	ปัญหาสินค้ามีส่วนประกอบของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น	2.96 (ปานกลาง)	3
สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถใช้งานได้ในอุณหภูมิที่สูงกว่าปกติ	4.21 (มาก)	10	ปัญหาไม่สามารถคืนสินค้าได้เมื่อสินค้ามีปัญหา	2.83 (ปานกลาง)	8
สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถประหยัดพลังงานได้มากขึ้น	4.42 (มาก)	5	ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ตรงตามที่ Specification ระบุไว้	2.85 (ปานกลาง)	7

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
สินค้าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต เช่น ช่วยลดของเสีย เป็นต้น	4.48 (มาก)	4	ปัญหา ไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification)	2.71 (ปานกลาง)	12
สินค้าไม่มีส่วนผสมของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น	3.83 (มาก)	15	ปัญหา ไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (MSDS)	2.81 (ปานกลาง)	9
มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification)	4.08 (มาก)	12	ปัญหาไม่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	2.92 (ปานกลาง)	4
มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (Material Safety Data Sheet : MSDS)	4.13 (มาก)	11	ปัญหาผู้ขายมีสินค้าให้เลือกน้อยไม่หลากหลาย	2.77 (ปานกลาง)	11
มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	4.50 (มากที่สุด)	3	ปัญหาการบริการหลังการขายของผู้ขายไม่ดี	2.71 (ปานกลาง)	12
มีสินค้าหลากหลาย	3.73 (มาก)	16	ปัญหาผู้ขายไม่มีการให้บริการภายหลังการขาย	2.81 (ปานกลาง)	9
การให้บริการที่ดีภายหลังการขาย	4.37 (มาก)	6	ปัญหาไม่มีสินค้าตามที่ระบุในแคตตาล็อกของผู้ขาย	2.58 (ปานกลาง)	14
การติดตามผลการใช้งานภายหลังการขาย	4.06 (มาก)	13			
การให้บริการแนะนำและแก้ไขปัญหาคตามที่ผู้ใช้งานร้องขอได้	4.52 (มากที่สุด)	2			
ค่าเฉลี่ยรวม	4.23 (มาก)		ค่าเฉลี่ยรวม	2.85 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.56 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาสินค้ามีอายุการใช้งานสั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.13

ตาราง 4.36 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านราคากับปัญหาด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ปัญหาด้านราคา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ราคาของสินค้าต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ	4.23 (มาก)	2	ปัญหาราคาของสินค้าสูงเกินความเป็นจริง	3.40 (ปานกลาง)	1
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	4.52 (มากที่สุด)	1	ปัญหาราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.23 (ปานกลาง)	2
มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกแตกต่างกันตามคุณภาพ	4.10 (มาก)	5	ปัญหาราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย	3.19 (ปานกลาง)	3
การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า	4.15 (มาก)	3	ปัญหาผู้ขายไม่ให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า	2.65 (ปานกลาง)	5
การให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด	4.06 (มาก)	6	ปัญหาไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด	2.67 (ปานกลาง)	4
ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.12 (มาก)	4			
ค่าเฉลี่ยรวม	4.20 (มาก)		ค่าเฉลี่ยรวม	3.03 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาราคาของสินค้าสูงเกินความเป็นจริง มีค่าเฉลี่ย 3.40

ตาราง 4.37 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายกับปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ผู้ขายอยู่ใกล้กับโรงงานหรือออฟฟิศของผู้ซื้อ	3.25 (ปานกลาง)	6	ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของผู้ขาย	2.83 (ปานกลาง)	5
สามารถติดต่อประสานงานกับผู้ขายได้สะดวก รวดเร็ว	4.42 (มาก)	1	ปัญหาผู้ขายไม่มีสินค้าในสต็อก ต้องรอสินค้านาน	3.33 (ปานกลาง)	1
สามารถสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายได้ทางอินเทอร์เน็ต	3.27 (ปานกลาง)	5	ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนด	3.02 (ปานกลาง)	3
ผู้ขายมีสินค้าในสต็อก	4.13 (มาก)	4	ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าในกรณีเร่งด่วนได้	3.08 (ปานกลาง)	2
ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา	4.42 (มาก)	1	ปัญหาสถานที่ตั้งของผู้ขายอยู่ไกลโรงงานหรือไกลออฟฟิศของผู้ซื้อ	2.92 (ปานกลาง)	4
ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ทันทีในกรณีเร่งด่วน	4.40 (มาก)	3	ปัญหาไม่สามารถติดต่อผู้ขายได้สะดวก	2.63 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)		ค่าเฉลี่ยรวม	2.97 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.42 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาปัญหาผู้ขายไม่มีสินค้าในสต็อก ต้องรอสินค้านาน มีค่าเฉลี่ย 3.33

ตาราง 4.38 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร เป็นต้น	3.12 (ปานกลาง)	7	สินค้าไม่เป็นไปตามโฆษณา	2.67 (ปานกลาง)	3
เว็บไซต์ของผู้จำหน่ายสินค้า เช่น การค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น	3.65 (มาก)	3	ไม่ให้ของแถม ตามที่ระบุไว้	2.48 (ปานกลาง)	5
การที่ผู้ขายมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม หรือสิ่งแวดล้อม	3.21 (ปานกลาง)	5	การจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ตรงตามความต้องการ	2.77 (ปานกลาง)	2
การให้ของแถม เมื่อซื้อสินค้า	2.71 (ปานกลาง)	10	ปัญหาพนักงานขายไม่มีมารยาท	2.37 (น้อย)	6
การส่งเอกสารแนะนำสินค้าหรือแคตตาล็อกของผู้ขายให้ทางไปรษณีย์	3.10 (ปานกลาง)	8	ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของพนักงานขาย หรือ ผู้ที่มาติดต่องาน	2.62 (ปานกลาง)	4
การจัดแสดงสินค้า ในงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ	3.00 (ปานกลาง)	9	พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ไม่สามารถแนะนำสินค้าได้	3.12 (ปานกลาง)	1
การจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้า	3.17 (ปานกลาง)	6			
บุคลิก มารยาท ความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย หรือ ผู้ที่มาติดต่องาน	4.00 (มาก)	2			
ทักษะ ความรู้ ของพนักงานขาย หรือ ผู้ที่มาติดต่องาน	4.44 (มาก)	1			
ความสามารถในการนำเสนอหรือชักชวนของผู้ขาย	3.63 (มาก)	4			
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)		ค่าเฉลี่ยรวม	2.67 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ทักษะ ความรู้ ของพนักงานขาย หรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 4.44 ในขณะที่เดียวกันผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ไม่สามารถแนะนำสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.12

ตาราง 4.39 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมกับปัญหาด้านสภาพแวดล้อม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
อัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท)	3.79 (มาก)	5	ปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท)	3.58 (มาก)	1
ราคาน้ำมัน หรือเชื้อเพลิง	4.00 (มาก)	4	ปัญหาภาษีนำเข้าสินค้าหรือ วัตถุดิบ (Import tax)	3.48 (ปานกลาง)	2
ราคาของอูมิเนียมในตลาด	4.10 (มาก)	3	ปัญหาขั้นตอนการทำงานหรือพิธี การของศุลกากรล่าช้า	3.31 (ปานกลาง)	3
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุน	3.46 (ปานกลาง)	7	ปัญหาไม่ได้รับการสนับสนุนจาก ภาครัฐบาล หรือ หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง	3.23 (ปานกลาง)	4
นโยบายการสนับสนุนจาก ภาครัฐบาล เช่น การลดภาษีนำเข้า วัตถุดิบ	3.58 (มาก)	6			
ความต้องการสินค้าที่ทำจาก อูมิเนียมในตลาด	4.17 (มาก)	1			
แผนการผลิตของบริษัทของท่าน	4.13 (มาก)	2			
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 (มาก)		ค่าเฉลี่ยรวม	3.40 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความต้องการสินค้าที่ทำจากอูมิเนียมในตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.17 ในขณะที่เดียวกันผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท) มีค่าเฉลี่ย 3.58

ตาราง 4.40 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อเกี่ยวกับปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ

ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่	ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กร ของผู้ซื้อ	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
นโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุถึงแนวทางในการจัดซื้อที่ชัดเจน เช่น นโยบายซื้อสินค้าราคาถูก	3.73 (มาก)	3	ปัญหาด้านนโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น ให้ซื้อสินค้าราคาถูก	2.92 (ปานกลาง)	4
นโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุชัดเจน เช่น นโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย	3.90 (มาก)	1	ปัญหานโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย	3.00 (ปานกลาง)	2
ขั้นตอนการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีความยุ่งยากในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย	3.54 (มาก)	4	ปัญหาขั้นตอนในการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ยุ่งยากและล่าช้าหากมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย	2.96 (ปานกลาง)	3
สถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ	3.77 (มาก)	2	ปัญหาด้านยอดขายของบริษัทผู้ซื้อที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	3.02 (ปานกลาง)	1
			ปัญหาเรื่องสถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ	2.79 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)		ค่าเฉลี่ยรวม	2.93 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ นโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุชัดเจน เช่น นโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.90 ในขณะที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามพบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาด้านยอดขายของบริษัทผู้ซื้อที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.02

ตาราง 4.41 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยระหว่างบุคคลกับปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่	ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
ความสัมพันธ์ของผู้ขายและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.35 (ปานกลาง)	2	ปัญหาอิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในบริษัท	3.06 (ปานกลาง)	1
ความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.37 (ปานกลาง)	1	ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ขายกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ	2.92 (ปานกลาง)	2
			ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ใช้กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	2.85 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36 (ปานกลาง)		ค่าเฉลี่ยรวม	2.94 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยระหว่างบุคคลในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.37 ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาอิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.06

ตาราง 4.42 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและลำดับของปัจจัยเฉพาะบุคคลกับปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
การศึกษาหรือความรู้ทางการจัดซื้อของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.73 (มาก)	3	ปัญหาด้านความรู้หรือการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	2.77 (ปานกลาง)	3
ความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.98 (มาก)	2	ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.00 (ปานกลาง)	1
ประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	4.10 (มาก)	1	ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	2.98 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 (มาก)		ค่าเฉลี่ยรวม	2.92 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.10 ในขณะที่เดียวกันผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.00

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและปัญหาของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ จำแนกตามขนาดกิจการ

ตาราง 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตสินค้าหรือตราสินค้า	4.35 (มาก)	8	4.22 (มาก)	8	4.21 (มาก)	8
ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ขาย	4.05 (มาก)	12	3.94 (มาก)	14	3.93 (มาก)	14
สินค้ามีมาตรฐาน ได้รับการรับรอง จากหน่วยงานที่ น่าเชื่อถือ	4.30 (มาก)	9	4.22 (มาก)	8	4.43 (มาก)	3
สินค้านี้มีคุณภาพสม่ำเสมอ	4.70 (มากที่สุด)	1	4.50 (มากที่สุด)	3	4.43 (มาก)	3
สินค้านี้อายุการใช้งานได้นาน	4.40 (มาก)	7	4.22 (มาก)	8	4.14 (มาก)	10
สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถใช้งานได้ อุณหภูมิที่สูงกว่าปกติ	4.25 (มาก)	10	4.22 (มาก)	8	4.14 (มาก)	10
สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถประหยัด พลังงานได้มากขึ้น	4.60 (มากที่สุด)	2	4.39 (มาก)	5	4.36 (มาก)	5
สินค้าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต เช่น ช่วยลดของเสีย เป็นต้น	4.60 (มากที่สุด)	2	4.44 (มาก)	4	4.21 (มาก)	8
สินค้าไม่มีส่วนผสมของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น	4.60 (มากที่สุด)	2	3.67 (มาก)	16	3.86 (มาก)	15
มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification)	3.90 (มาก)	15	4.28 (มาก)	7	4.07 (มาก)	12
มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (Material Safety Data Sheet : MSDS)	4.00 (มาก)	13	4.11 (มาก)	12	4.36 (มาก)	5

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	4.45 (มาก)	6	4.56 (มากที่สุด)	2	4.50 (มากที่สุด)	1
มีสินค้าหลากหลาย	3.80 (มาก)	16	3.83 (มาก)	15	3.50 (มาก)	16
การให้บริการที่ดีภายหลังการขายของผู้ขาย	4.25 (มาก)	10	4.39 (มาก)	5	4.50 (มากที่สุด)	1
ผู้ขายมีการติดตามผลการใช้งานภายหลังการขาย	4.00 (มาก)	13	4.11 (มาก)	12	4.07 (มาก)	12
ผู้ขายสามารถแนะนำและแก้ไขปัญหาคตามที่ผู้ใช้งานร้องขอได้	4.50 (มากที่สุด)	5	4.67 (มากที่สุด)	1	4.36 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.30 (มาก)		4.24 (มาก)		4.19 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 4.30 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ สินค้ามีคุณภาพสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.70 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ดังนี้ สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถประหยัดพลังงานได้มากขึ้น สินค้าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต เช่น ช่วยลดของเสีย เป็นต้น และสินค้าไม่มีส่วนผสมของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.60 และผู้ขายสามารถแนะนำและแก้ไขปัญหาคตามที่ผู้ใช้งานร้องขอได้ มีค่าเฉลี่ย 4.50 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.45 สินค้ามีอายุการใช้งานได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.40 ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตสินค้าหรือตราสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.35 สินค้ามีมาตรฐาน ได้รับการรับรอง จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.30 สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถใช้งานได้ในอุณหภูมิที่สูงกว่าปกติ และการให้บริการที่ดีภายหลังการขายของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.25 ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 4.05 มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (Material Safety Data Sheet :

MSDS) และผู้ขายมีการติดตามผลการใช้งานภายหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีเอกสารบอก รายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification) มีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีสินค้าหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 4.24 โดยให้ความสำคัญกับ ปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ผู้ขายสามารถแนะนำและแก้ไขปัญหาตามที่ผู้ใช้งาน ร้องขอได้ มีค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ตามลำดับ ดังนี้ มีการ รับประกันคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.56 และสินค้ามีคุณภาพสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.50 ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ สินค้าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพใน กระบวนการผลิต เช่น ช่วยลดของเสีย เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 4.44 สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่ สามารถประหยัดพลังงานได้มากขึ้น และการให้บริการที่ดียกภายหลังการขายของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากัน 4.39 มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification) มีค่าเฉลี่ย 4.28 ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตสินค้าหรือตราสินค้า สินค้ามีมาตรฐานได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่ น่าเชื่อถือ สินค้ามีอายุการใช้งานได้นาน และสินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถใช้งานได้ใ นอุณหภูมิที่สูงกว่าปกติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (Material Safety Data Sheet : MSDS) และผู้ขายมีการติดตามผลการใช้งานภายหลังการขาย มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.94 และมีสินค้าหลากหลาย มี ค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้าน บาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 4.19 โดยให้ ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า และการให้บริการที่ดียกภายหลังการขายของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาให้ความสำคัญใน ระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ สินค้ามีมาตรฐาน ได้รับการรับรอง จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ และสินค้า มีคุณภาพสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 สินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถประหยัดพลังงาน ได้มากขึ้น มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (Material Safety Data Sheet : MSDS) และ ผู้ขายสามารถแนะนำและแก้ไขปัญหาตามที่ผู้ใช้งานร้องขอได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ย 4.36 ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตสินค้าหรือตราสินค้าและสินค้าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพใน กระบวนการผลิต เช่น ช่วยลดของเสีย เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ย 4.21 สินค้ามีอายุการใ้ งานได้นาน และสินค้าผลิตจากเทคโนโลยีใหม่สามารถใช้งานได้ใ้ในอุณหภูมิที่สูงกว่าปกติ มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีค่าเฉลี่ย 4.14 มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification) และผู้ขาย มีการติดตามผลการใช้งานภายหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้ขาย

มีค่าเฉลี่ย 3.93 สินค้าไม่มีส่วนผสมของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.86 และมีสินค้าหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.50

ตาราง 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบนพิกัดความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านราคา	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ราคาของสินค้าต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ	4.00 (มาก)	6	4.44 (มาก)	2	4.29 (มาก)	2
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	4.50 (มากที่สุด)	1	4.56 (มากที่สุด)	1	4.50 (มากที่สุด)	1
มีสินค้าหลายระดับราคาให้ลูกค้าเลือกแตกต่างกันตามคุณภาพ	4.30 (มาก)	2	4.11 (มาก)	4	3.79 (มาก)	6
การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า	4.15 (มาก)	5	4.11 (มาก)	4	4.21 (มาก)	3
การให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด	4.25 (มาก)	3	4.00 (มาก)	6	3.86 (มาก)	5
ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.20 (มาก)	4	4.17 (มาก)	3	3.93 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.23 (มาก)		4.23 (มาก)		4.10 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 4.23 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ มีสินค้าหลายระดับราคาให้ลูกค้าเลือกแตกต่างกันตามคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.30 การให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด

มีค่าเฉลี่ย 4.25 ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 4.20 การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.15 และราคาของสินค้าต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 4.23 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.56 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ราคาของสินค้าต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.44 ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 4.17 มีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกแตกต่างกันตามคุณภาพและการให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ การให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 4.10 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ราคาของสินค้าต่ำกว่าผู้จำหน่ายรายอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 4.29 การให้เครดิตในการชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.21 ราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.93 การให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ย 3.86 และมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกแตกต่างกันตามคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.79

ตาราง 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ผู้ขายอยู่ใกล้กับโรงงานหรือออฟฟิศของผู้ซื้อ	3.10 (ปานกลาง)	6	3.11 (ปานกลาง)	6	3.64 (ปานกลาง)	5
สามารถติดต่อประสานงานกับผู้ขายได้สะดวก รวดเร็ว	4.30 (มาก)	3	4.44 (มาก)	1	4.57 (มากที่สุด)	1
สามารถสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายได้ทางอินเทอร์เน็ต	3.25 (ปานกลาง)	5	3.22 (ปานกลาง)	5	3.36 (ปานกลาง)	6
ผู้ขายมีสินค้าในสต็อก	4.10 (มาก)	4	4.22 (มาก)	4	4.07 (มาก)	4
ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา	4.35 (มาก)	1	4.44 (มาก)	1	4.50 (มากที่สุด)	2
ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ทันทีในกรณีเร่งด่วน	4.35 (มาก)	1	4.44 (มาก)	1	4.43 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.91 (มาก)		3.98 (มาก)		4.10 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.91 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา และผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ทันทีในกรณีเร่งด่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.35 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ สามารถติดต่อประสานงานกับผู้ขายได้สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.30 ผู้ขายมีสินค้าในสต็อก มีค่าเฉลี่ย 4.10 และผู้ตอบแบบสอบถามให้

ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ สามารถสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายได้ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.25 และผู้ขายอยู่ใกล้กับโรงงานหรือออฟฟิศของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.98 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ สามารถติดต่อประสานงานกับผู้ขายได้สะดวก รวดเร็ว ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา และผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ทันทีในกรณีเร่งด่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขายมีสินค้าในสต็อก มีค่าเฉลี่ย 4.22 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ สามารถสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายได้ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.22 และผู้ขายอยู่ใกล้กับโรงงานหรือออฟฟิศของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 4.10 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ สามารถติดต่อประสานงานกับผู้ขายได้สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.50 ผู้ขายสามารถส่งสินค้าได้ทันทีในกรณีเร่งด่วน มีค่าเฉลี่ย 4.43 ผู้ขายมีสินค้าในสต็อก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และผู้ขายอยู่ใกล้กับโรงงานหรือออฟฟิศของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.64 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายได้ทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ย 3.36

ตาราง 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อจนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร เป็นต้น	3.10 (ปานกลาง)	7	2.94 (ปานกลาง)	7	3.36 (ปานกลาง)	5
เว็บไซต์ของผู้จำหน่ายสินค้า เช่น การค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น	3.70 (มาก)	3	3.67 (มาก)	3	3.57 (มาก)	4
การที่ผู้ขายมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือสิ่งแวดล้อม	3.20 (ปานกลาง)	5	3.22 (ปานกลาง)	5	3.21 (ปานกลาง)	7
การให้ของแถม เมื่อซื้อสินค้า	2.90 (ปานกลาง)	10	2.67 (ปานกลาง)	10	2.50 (ปานกลาง)	10
การส่งเอกสารแนะนำสินค้าหรือแคตตาล็อกของผู้ขายให้ทางไปรษณีย์	3.15 (ปานกลาง)	6	3.06 (ปานกลาง)	7	3.07 (ปานกลาง)	8
การจัดแสดงสินค้า ในงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ	3.05 (ปานกลาง)	8	2.94 (ปานกลาง)	8	3.00 (ปานกลาง)	9
การจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้า	3.05 (ปานกลาง)	8	3.22 (ปานกลาง)	5	3.29 (ปานกลาง)	6
บุคลิก มารยาท ความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย หรือผู้ที่มาติดต่องาน	4.05 (มาก)	2	4.11 (มาก)	2	3.79 (มาก)	2
ทักษะ ความรู้ ของพนักงานขาย หรือผู้ที่มาติดต่องาน	4.50 (มากที่สุด)	1	4.67 (มากที่สุด)	1	4.07 (มาก)	1
ความสามารถในการนำเสนอหรือชักชวนของผู้ขาย	3.70 (มาก)	3	3.56 (มาก)	4	3.64 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.44 (ปานกลาง)		3.41 (ปานกลาง)		3.35 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ย

ในระดับปานกลาง 3.44 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ทักษะ ความรู้ ของพนักงานขายหรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ บุคลิก มารยาท ความน่าเชื่อถือของพนักงานขายหรือผู้ที่มาติดต่องาน และบุคลิก มารยาท ความน่าเชื่อถือของพนักงานขายหรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.05 เว็บไซต์ของผู้จำหน่ายสินค้า เช่น การค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น และความสามารถในการนำเสนอหรือชักชวนของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.70 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ การที่ผู้ขายมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.20 การส่งเอกสารแนะนำสินค้าหรือแคตตาล็อกของผู้ขายให้ทางไปรษณีย์ มีค่าเฉลี่ย 3.15 การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.10 การจัดแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้า อุตสาหกรรมต่างๆ และการจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.05 และการให้ของแถมเมื่อซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง 3.41 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ทักษะ ความรู้ ของพนักงานขายหรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ บุคลิก มารยาท ความน่าเชื่อถือของพนักงานขายหรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 4.11 เว็บไซต์ของผู้จำหน่ายสินค้า เช่น การค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.67 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ความสามารถในการนำเสนอหรือชักชวนของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.41 การที่ผู้ขายมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมหรือสิ่งแวดล้อม และการจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.22 การส่งเอกสารแนะนำสินค้าหรือแคตตาล็อกของผู้ขายให้ทางไปรษณีย์ มีค่าเฉลี่ย 3.06 การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร วารสาร เป็นต้น และการจัดแสดงสินค้า ในงานแสดงสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.94 และการให้ของแถม เมื่อซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง 3.35 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ทักษะ ความรู้ ของพนักงานขายหรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ บุคลิก มารยาท ความน่าเชื่อถือของพนักงานขายหรือผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 3.79 และเว็บไซต์ของผู้จำหน่ายสินค้า เช่น การค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.57 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.78 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือราคาน้ำมัน หรือเชื้อเพลิง ราคาของอลูมิเนียมในตลาด ความต้องการสินค้าที่ทำจากอลูมิเนียมในตลาด และแผนการผลิตของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท) มีค่าเฉลี่ย 3.70 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุน มีค่าเฉลี่ย 3.30 และนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เช่น การลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.25

ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.93 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความต้องการสินค้าที่ทำจากอลูมิเนียมในตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ แผนการผลิตของบริษัท มีค่าเฉลี่ย 4.22 ราคาของอลูมิเนียมในตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.11 ราคาน้ำมันหรือเชื้อเพลิง มีค่าเฉลี่ย 4.06 อัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท) มีค่าเฉลี่ย 3.89 และนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เช่น การลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.67 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุน มีค่าเฉลี่ย 3.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 4.00 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความต้องการสินค้าที่ทำจากอลูมิเนียมในตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ราคาของอลูมิเนียมในตลาดและแผนการผลิตของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการลงทุนและนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐบาล เช่น การลดภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ราคาน้ำมันหรือเชื้อเพลิง มีค่าเฉลี่ย 3.86 และอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท) มีค่าเฉลี่ย 3.79

ตาราง 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
นโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุถึงแนวทางในการจัดซื้อที่ชัดเจน เช่น นโยบายซื้อสินค้าราคาถูก	3.55 (มาก)	4	3.56 (มาก)	3	4.21 (มาก)	1
นโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุชัดเจน เช่น นโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย	3.85 (มาก)	1	3.78 (มาก)	1	4.14 (มาก)	2
ขั้นตอนการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีความยุ่งยากในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการซื้อสินค้า เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย	3.60 (มาก)	3	3.50 (มาก)	4	3.50 (มาก)	4
สถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ	3.75 (มาก)	2	3.72 (มาก)	2	3.86 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.69 (มาก)		3.64 (มาก)		3.93 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.78 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ นโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุชัดเจน เช่น นโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ สถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.75 ขั้นตอนการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีความยุ่งยากในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการซื้อสินค้า เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.60 และนโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุถึงแนวทางในการจัดซื้อที่ชัดเจน เช่น นโยบายซื้อสินค้าราคาถูก มีค่าเฉลี่ย 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.64 โดยให้ความสำคัญ

กับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ นโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุชัดเจน เช่น นโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.78 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากตามลำดับ ดังนี้ สถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.72 นโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุถึงแนวทางในการจัดซื้อที่ชัดเจน เช่น นโยบายซื้อสินค้าราคาถูก มีค่าเฉลี่ย 3.56 และขั้นตอนการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีความยุ่งยากในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.93 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ นโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุถึงแนวทางในการจัดซื้อที่ชัดเจน เช่น นโยบายซื้อสินค้าราคาถูก มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ นโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่มีการระบุชัดเจน เช่น นโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ย 4.14 สถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.86 และขั้นตอนการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่มีความยุ่งยากในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขการซื้อสินค้า เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 3.50

ตาราง 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ความสัมพันธ์ของผู้ขายและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.70 (มาก)	1	3.11 (ปานกลาง)	2	3.14 (ปานกลาง)	2
ความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.50 (มาก)	2	3.28 (ปานกลาง)	1	3.29 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.60 (มาก)		3.20 (ปานกลาง)		3.22 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.78 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความสัมพันธ์ของผู้ขายและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.70 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง 3.32 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.28 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ของผู้ขายและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.36 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ความสัมพันธ์ของผู้ใช้งานและผู้มี

อำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.29 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสนิทสนมของผู้ขายและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.14



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
การศึกษาหรือความรู้ทางการจัดซื้อของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.45 (ปานกลาง)	3	3.94 (มาก)	3	3.86 (มาก)	3
ความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.90 (มาก)	2	4.11 (มาก)	2	3.93 (มาก)	2
ประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	4.05 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.80 (มาก)		4.09 (มาก)		3.93 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเฉพาะบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.80 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.90 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การศึกษาหรือความรู้ทางการจัดซื้อของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเฉพาะบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 4.09 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.11 และการศึกษาหรือความรู้ทางการจัดซื้อของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเฉพาะบุคคลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.93 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ประสิทธิภาพในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ความรู้ทางด้านเทคนิคเกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และการศึกษาหรือความรู้ทางด้านการจัดซื้อของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.86

ตาราง 4.51 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อผู้ผลิตงานหลอมในการตัดสินใจซื้อ ฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.30 (มาก)	1	4.24 (มาก)	1	4.19 (มาก)	1
ปัจจัยด้านราคา	4.23 (มาก)	2	4.23 (มาก)	2	4.10 (มาก)	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.91 (มาก)	3	3.98 (มาก)	4	4.10 (มาก)	2
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.44 (ปานกลาง)	8	3.41 (ปานกลาง)	7	3.35 (ปานกลาง)	7
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	3.78 (มาก)	5	3.93 (มาก)	5	4.00 (มาก)	4
ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	3.69 (มาก)	6	3.64 (มาก)	6	3.93 (มาก)	5
ปัจจัยระหว่างบุคคล	3.60 (มาก)	7	3.20 (ปานกลาง)	8	3.22 (ปานกลาง)	8
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	3.80 (มาก)	4	4.09 (มาก)	3	3.93 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.84 (มาก)		3.84 (มาก)		3.85 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจโดยรวมในระดับมาก 3.84 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.23 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.91 ปัจจัยเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.80 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.78 ปัจจัยภายในองค์กรของ

ผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.69 และปัจจัยระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.60 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3.84 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.23 ปัจจัยเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.09 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.98 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.93 ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.64 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.41 และปัจจัยระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจโดยรวมในระดับมาก 3.85 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.10 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.00 ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อและปัจจัยเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 3.93 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.35 และปัจจัยระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.22

ตาราง 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัญหาผู้ผลิตหรือตราสินค้า ไม่น่าเชื่อถือ	3.05 (ปานกลาง)	4	2.72 (ปานกลาง)	1	3.00 (ปานกลาง)	10
สินค้าไม่มีมาตรฐานรองรับหรือไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ	2.95 (ปานกลาง)	5	2.56 (ปานกลาง)	3	3.36 (ปานกลาง)	4
ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ	3.10 (ปานกลาง)	2	2.50 (ปานกลาง)	7	3.57 (มาก)	2
ปัญหาสินค้ามีอายุการใช้งานสั้นเกินไป	3.25 (ปานกลาง)	1	2.67 (ปานกลาง)	2	3.57 (มาก)	2
ปัญหาสินค้ามีส่วนประกอบของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น	2.90 (ปานกลาง)	9	2.44 (ปานกลาง)	9	3.71 (มาก)	1
ปัญหาไม่สามารถคืนสินค้าได้เมื่อสินค้ามีปัญหา	2.95 (ปานกลาง)	5	2.33 (ปานกลาง)	11	3.29 (ปานกลาง)	6
ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ตรงตามที่ Specification ระบุไว้	2.95 (ปานกลาง)	5	2.33 (ปานกลาง)	11	3.36 (ปานกลาง)	4
ปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification)	2.75 (ปานกลาง)	14	2.39 (ปานกลาง)	10	3.07 (ปานกลาง)	8
ปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (MSDS)	2.90 (ปานกลาง)	9	2.56 (ปานกลาง)	3	3.00 (ปานกลาง)	10
ปัญหาไม่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า	3.10 (ปานกลาง)	2	2.56 (ปานกลาง)	3	3.14 (ปานกลาง)	7
ปัญหาการบริการหลังการขายของผู้ขายไม่ดี	2.95 (ปานกลาง)	5	2.56 (ปานกลาง)	3	2.93 (ปานกลาง)	13

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัญหาผู้ขายไม่มีการให้บริการภายหลังการขาย	2.85 (ปานกลาง)	11	2.50 (ปานกลาง)	7	3.00 (ปานกลาง)	10
ปัญหาผู้ขายมีสินค้าให้เลือกน้อย ไม่หลากหลาย	2.85 (ปานกลาง)	11	2.28 (ปานกลาง)	13	3.07 (ปานกลาง)	8
ปัญหาไม่มีสินค้าตามที่ระบุในแคตตาล็อกของผู้ขาย	2.80 (ปานกลาง)	13	2.17 (ปานกลาง)	14	2.79 (ปานกลาง)	14
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.95 (ปานกลาง)		2.47 (น้อย)		3.20 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.95 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาสินค้ามีอายุการใช้งานสั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ และปัญหาไม่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 ปัญหาผู้ผลิตหรือตราสินค้า ไม่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.05 สินค้าไม่มีมาตรฐานรองรับหรือไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ปัญหาไม่สามารถคืนสินค้าได้เมื่อสินค้ามีปัญหา ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ตรงตามที่ Specification ระบุไว้ และปัญหาการบริการหลังการขายของผู้ขายไม่ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ปัญหาสินค้ามีส่วนประกอบของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น และปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความปลอดภัย (MSDS) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ปัญหาผู้ขายไม่มีการให้บริการภายหลังการขาย และปัญหาผู้ขายมีสินค้าให้เลือกน้อย ไม่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 ปัญหาไม่มีสินค้าตามที่ระบุในแคตตาล็อกของผู้ขาย 2.80 และปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification) มีค่าเฉลี่ย 2.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.47 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาใน

ลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาผู้ผลิตหรือตราสินค้า ไม่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 2.72 รองลงมา พบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาสินค้ามีอายุการใช้งานสั้นเกินไป 2.67 สินค้าไม่มีมาตรฐานรองรับหรือไม่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ปัญหาไม่มีเอกสารบอก รายละเอียดด้านความปลอดภัย (MSDS) ปัญหาไม่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า และปัญหา การบริการหลังการขายของผู้ขายไม่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ และ ปัญหาผู้ขายไม่มีการให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 ปัญหาสินค้ามีส่วนประกอบ ของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น 2.44 ปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification) 2.39 ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ตรงตามที่ Specification ระบุไว้ และปัญหาคุณภาพ สินค้าไม่ตรงตามที่ Specification ระบุไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 ปัญหาผู้ขายมีสินค้าให้เลือกน้อย ไม่ หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 2.28 และปัญหาไม่มีสินค้าตามที่ระบุในแคตตาล็อกของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 2.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 โดยปัจจัยย่อยที่พบ ปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาสินค้ามีส่วนประกอบของเคมีอันตราย เช่น Asbestos เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมาพบปัญหาในระดับมาก ดังนี้ ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ สม่ำเสมอ และปัญหาสินค้ามีอายุการใช้งานสั้นเกินไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และผู้ตอบ แบบสอบถามพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ สินค้าไม่มีมาตรฐานรองรับหรือไม่ ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ และปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ตรงตามที่ Specification ระบุไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ปัญหาไม่สามารถคืนสินค้าได้เมื่อสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.29 ปัญหาไม่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.14 ปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียด เกี่ยวกับตัวสินค้า (Specification) และปัญหาผู้ขายมีสินค้าให้เลือกน้อย ไม่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากัน 3.07 ปัญหาผู้ผลิตหรือตราสินค้า ไม่น่าเชื่อถือ ปัญหาไม่มีเอกสารบอกรายละเอียดด้านความ ปลอดภัย (MSDS) และปัญหาผู้ขายไม่มีการให้บริการหลังการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ปัญหา การบริการหลังการขายของผู้ขายไม่ดี มีค่าเฉลี่ย 2.93 ปัญหาไม่มีสินค้าตามที่ระบุในแคตตาล็อกของ ผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 2.79

ตาราง 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านราคา จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัญหาด้านราคา	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัญหาราคาของสินค้าสูงเกินความเป็นจริง	3.60 (มาก)	1	3.06 (ปานกลาง)	1	3.57 (มาก)	2
ปัญหาราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	3.40 (ปานกลาง)	2	2.67 (ปานกลาง)	3	3.71 (มาก)	1
ปัญหาราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย	3.40 (ปานกลาง)	2	2.78 (ปานกลาง)	2	3.43 (ปานกลาง)	3
ปัญหาผู้ขายไม่ให้เครดิตในการชำระเงิน ค่าสินค้า	2.90 (ปานกลาง)	4	2.28 (น้อย)	5	2.79 (ปานกลาง)	5
ปัญหาไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด	2.85 (ปานกลาง)	5	2.33 (น้อย)	4	2.86 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.23 (ปานกลาง)		2.62 (ปานกลาง)		3.27 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) พบปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาราคาของสินค้าสูงเกินความเป็นจริง มีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ และปัญหาราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.40 ปัญหาผู้ขายไม่ให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.90 ปัญหาไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ย 2.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.62 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาราคาของสินค้าสูงเกินความเป็นจริง มีค่าเฉลี่ย 3.06 รองลงมาพบ

ปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 2.78 ปัญหาราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.67 ปัญหาไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ย 2.33 ปัญหาผู้ขายไม่ให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมาพบปัญหาในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาราคาของสินค้าสูงเกินความเป็นจริง มีค่าเฉลี่ย 3.57 ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.43 ปัญหาไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อเป็นเงินสด มีค่าเฉลี่ย 3.00 ปัญหาผู้ขายไม่ให้เครดิตในการชำระเงินค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.86

ตาราง 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของผู้ขาย	2.95 (ปานกลาง)	4	2.61 (ปานกลาง)	5	2.93 (ปานกลาง)	5
ปัญหาผู้ขายไม่มีสินค้าในสต็อก ต้องรอสินค้านาน	3.30 (ปานกลาง)	1	3.39 (ปานกลาง)	1	3.29 (ปานกลาง)	1
ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนด	3.10 (ปานกลาง)	3	2.94 (ปานกลาง)	2	3.00 (ปานกลาง)	4
ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าในกรณีเร่งด่วนได้	3.15 (ปานกลาง)	2	2.89 (ปานกลาง)	3	3.21 (ปานกลาง)	2
ปัญหาสถานที่ตั้งของผู้ขายอยู่ไกลโรงงานหรือไกลออฟฟิศของผู้ซื้อ	2.75 (ปานกลาง)	5	2.89 (ปานกลาง)	3	3.21 (ปานกลาง)	2
ปัญหาไม่สามารถติดต่อผู้ขายได้สะดวก	2.60 (ปานกลาง)	6	2.56 (ปานกลาง)	6	2.79 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.98 (ปานกลาง)		2.88 (ปานกลาง)		3.07 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) พบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.98 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาผู้ขายไม่มีสินค้าในสต็อกต้องรอสินค้านาน มีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าในกรณีเร่งด่วนได้ มีค่าเฉลี่ย 3.15 ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนด มีค่าเฉลี่ย 3.10 ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 2.95 ปัญหาสถานที่ตั้งของผู้ขายอยู่ไกลโรงงานหรือไกลออฟฟิศของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.75 ปัญหาไม่สามารถติดต่อผู้ขายได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.88 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาผู้ขายไม่มีสินค้าในสต็อก ต้องรอสินค้านาน มีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนด มีค่าเฉลี่ย 2.94 ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าในกรณีเร่งด่วนได้ และปัญหาสถานที่ตั้งของผู้ขายอยู่ไกลโรงงานหรือไกลออฟฟิศของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.89 ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 2.61 ปัญหาไม่สามารถติดต่อผู้ขายได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.07 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาผู้ขายไม่มีสินค้าในสต็อก ต้องรอสินค้านาน มีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมามีปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าในกรณีเร่งด่วนได้ และปัญหาสถานที่ตั้งของผู้ขายอยู่ไกลโรงงานหรือไกลออฟฟิศของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.21 ปัญหาผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าได้ตรงตามกำหนด มีค่าเฉลี่ย 3.00 ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 2.93 ปัญหาไม่สามารถติดต่อผู้ขายได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.79

ตาราง 4.55 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
สินค้าไม่เป็นไปตามโฆษณา	2.70 (ปานกลาง)	3	2.33 (น้อย)	5	3.07 (ปานกลาง)	1
ไม่ให้ของแถม ตามที่ระบุไว้	2.60 (ปานกลาง)	4	2.28 (น้อย)	3	2.57 (ปานกลาง)	6
การจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้า ที่ ไม่ตรงตามความต้องการ	2.60 (ปานกลาง)	4	2.72 (ปานกลาง)	2	3.07 (ปานกลาง)	1
ปัญหาพนักงานขายไม่มีมารยาท	2.40 (น้อย)	6	2.11 (น้อย)	6	2.64 (ปานกลาง)	4
ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของพนักงานขาย หรือ ผู้ที่มาติดต่องาน	2.90 (ปานกลาง)	2	2.28 (น้อย)	3	2.64 (ปานกลาง)	4
พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ไม่ สามารถแนะนำสินค้าได้	3.45 (ปานกลาง)	1	2.78 (ปานกลาง)	1	3.07 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.78 (ปาน		2.42 (ปาน		2.84 (ปาน	
	กลาง)		กลาง)		กลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.78 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ไม่สามารถแนะนำสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของพนักงานขาย หรือ ผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ย 2.90 สินค้าไม่เป็นไปตามโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 2.70 ไม่ให้ของแถม ตามที่ระบุไว้ และการจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้า ที่ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.60 และผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับน้อย ได้แก่ ปัญหาพนักงานขายไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.40

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.42 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ไม่สามารถแนะนำสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 2.78 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ การจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้า ที่ไม่ตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 2.72 ไม่ให้ของแถมตามที่ระบุไว้ และปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของพนักงานขาย หรือ ผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.28 ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับน้อย ตามลำดับ ดังนี้ สินค้าไม่เป็นไปตามโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 2.33 และปัญหาพนักงานขายไม่มีมารยาท มีค่าเฉลี่ย 2.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.84 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ สินค้าไม่เป็นไปตามโฆษณา การจัดสัมมนาวิชาการความรู้เกี่ยวกับสินค้า ที่ไม่ตรงตามความต้องการ และพนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ไม่สามารถแนะนำสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.07 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาพนักงานขายไม่มีมารยาท และปัญหาความไม่น่าเชื่อถือของพนักงานขาย หรือ ผู้ที่มาติดต่องาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.64 และไม่ให้ของแถม ตามที่ระบุไว้ มีค่าเฉลี่ย 2.57

ตาราง 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม
จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท)	3.40 (ปานกลาง)	2	3.72 (มาก)	1	3.64 (มาก)	1
ปัญหาภาษีนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบ (Import tax)	3.45 (ปานกลาง)	1	3.44 (ปานกลาง)	2	3.57 (มาก)	2
ปัญหาขั้นตอนการทำงานหรือพิธีการของศุลกากรล่าช้า	3.30 (ปานกลาง)	3	3.33 (ปานกลาง)	3	3.29 (ปานกลาง)	4
ปัญหาไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.10 (ปานกลาง)	4	3.22 (ปานกลาง)	4	3.43 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.31 (ปานกลาง)		3.43 (ปานกลาง)		3.48 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็น โรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) พบปัญหาด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาภาษีนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบ (Import tax) มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท) มีค่าเฉลี่ย 3.40 ปัญหาขั้นตอนการทำงานหรือพิธีการของศุลกากรล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.30 และปัญหาไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 3.10

ตอบแบบสอบถามที่เป็น โรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.43 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท) มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาภาษีนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบ (Import tax) มี

ค่าเฉลี่ย 3.44 ปัญหาขั้นตอนการทำงานหรือพิธีการของศุลกากรล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.33 ปัญหาไม่ได้
รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 3.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 โดยปัจจัยย่อยที่
พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน (ค่าเงินบาท) มีค่าเฉลี่ย 3.64
รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาภาษีนำเข้าสินค้าหรือวัตถุดิบ (Import
tax) มีค่าเฉลี่ย 3.57 ปัญหาไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มี
ค่าเฉลี่ย 3.43 และปัญหาขั้นตอนการทำงานหรือพิธีการของศุลกากรล่าช้า มีค่าเฉลี่ย 3.29

ตาราง 4.57 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ
จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัญหาด้านนโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ ระบุชัดเจน เช่น ให้ซื้อสินค้าราคาถูก	2.50 (ปานกลาง)	5	3.06 (ปานกลาง)	1	3.36 (ปานกลาง)	2
ปัญหาด้านนโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่ ระบุชัดเจน เช่น สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย	2.60 (ปานกลาง)	4	3.00 (ปานกลาง)	2	3.57 (มาก)	1
ปัญหาขั้นตอนในการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ ยุ่งยากและล่าช้าหากมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไข การซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย	2.75 (ปานกลาง)	3	2.89 (ปานกลาง)	3	3.36 (ปานกลาง)	2
ปัญหาด้านยอดขายของบริษัทผู้ซื้อที่ไม่เป็นไป ตามเป้าหมาย	3.00 (ปานกลาง)	1	2.83 (ปานกลาง)	4	3.29 (ปานกลาง)	4
ปัญหาเรื่องสถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ	2.80 (ปานกลาง)	2	2.67 (ปานกลาง)	5	2.93 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.73 (ปาน		2.89 (ปาน		3.30 (ปาน	กลาง)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.73 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาด้านยอดขายของบริษัทผู้ซื้อที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาเรื่องสถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.80 ปัญหาขั้นตอนในการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ยุ่งยากและล่าช้าหากมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 2.75 ปัญหาด้านนโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น

สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.60 และปัญหาด้านนโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น ให้ซื้อสินค้าราคาถูก มีค่าเฉลี่ย 2.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.89 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาด้านนโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น ให้ซื้อสินค้าราคาถูก มีค่าเฉลี่ย 3.06 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้ ปัญหานโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.00 ปัญหาขั้นตอนในการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ยุ่งยากและล่าช้าหากมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย มีค่าเฉลี่ย 2.89 ปัญหาด้านยอดขายของบริษัทผู้ซื้อที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 2.83 และปัญหาเรื่องสถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.73 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหานโยบายสินค้าคงคลังของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.57 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาด้านนโยบายการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ระบุชัดเจน เช่น ให้ซื้อสินค้าราคาถูก และปัญหาขั้นตอนในการสั่งซื้อของบริษัทผู้ซื้อที่ยุ่งยากและล่าช้าหากมีการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขการซื้อ เช่น การเปลี่ยนแปลงผู้ขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.36 ปัญหาด้านยอดขายของบริษัทผู้ซื้อที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.29 ปัญหาเรื่องสถานะการเงินของบริษัทผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.92

ตาราง 4.58 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัญหาอิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในบริษัท	3.00 (ปานกลาง)	1	3.11 (ปานกลาง)	1	3.07 (ปานกลาง)	3
ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ขายกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ	2.80 (ปานกลาง)	2	2.83 (ปานกลาง)	2	3.21 (ปานกลาง)	1
ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ใช้กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เช่น รายละเอียดของสินค้า	2.60 (ปานกลาง)	3	2.83 (ปานกลาง)	2	3.21 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.80 (ปานกลาง)		2.92 (ปานกลาง)		3.16 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาอิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ขายกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.80 และ ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ใช้กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เช่น รายละเอียดของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาอิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.11 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ดังนี้ ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่าง

ผู้ขายกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ และปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ใช้กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ขายกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ และปัญหาความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ใช้กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาอิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในบริษัท มีค่าเฉลี่ย 3.07

ตาราง 4.59 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับของปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามขนาดของกิจการ โดยแบ่งตามทุนจดทะเบียน

ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัญหาด้านความรู้ หรือการศึกษา ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	2.50 (ปานกลาง)	3	2.61 (ปานกลาง)	3	3.36 (ปานกลาง)	3
ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	2.85 (ปานกลาง)	1	2.83 (ปานกลาง)	1	3.43 (ปานกลาง)	2
ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	2.70 (ปานกลาง)	2	2.83 (ปานกลาง)	1	3.57 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.68 (ปานกลาง)		2.76 (ปานกลาง)		3.45 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.68 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.85 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ได้แก่ ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.70 ปัญหาด้านความรู้ หรือการศึกษา ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.76 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ และปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 2.83 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านความรู้ หรือการศึกษา ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.61

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 โดยปัจจัยย่อยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.57 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาเรื่องความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.43 และปัญหาด้านความรู้ หรือการศึกษา ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.36

ตาราง 4.60 สรุปค่าเฉลี่ยและระดับของปัญหาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อหรือใช้จำนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟ จำแนกตามขนาดกิจการ

ปัญหาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ทุนจดทะเบียน					
	โรงงานขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท)		โรงงานขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 – 200 ล้านบาท)		โรงงานขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาท)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	2.95 (ปานกลาง)	4	2.47 (ปานกลาง)	7	3.20 (ปานกลาง)	5
ปัญหาด้านราคา	3.23 (ปานกลาง)	2	2.62 (ปานกลาง)	6	3.27 (ปานกลาง)	4
ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	2.98 (ปานกลาง)	3	2.88 (ปานกลาง)	4	3.07 (ปานกลาง)	7
ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	2.78 (ปานกลาง)	6	2.42 (ปานกลาง)	8	2.84 (ปานกลาง)	8
ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	3.31 (ปานกลาง)	1	3.43 (ปานกลาง)	1	3.48 (ปานกลาง)	1
ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	2.73 (ปานกลาง)	7	2.89 (ปานกลาง)	3	3.30 (ปานกลาง)	3
ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล	2.80 (ปานกลาง)	5	2.92 (ปานกลาง)	2	3.16 (ปานกลาง)	6
ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล	2.68 (ปานกลาง)	8	2.76 (ปานกลาง)	5	3.45 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.93 (ปานกลาง)		2.80 (ปานกลาง)		3.22 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดเล็ก (มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.93 โดยปัจจัยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.31 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.23 ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 2.98 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.95 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มี

ค่าเฉลี่ย 2.78 ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.73 และปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ย 2.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดกลาง (มีทุนจดทะเบียน 50-200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 โดยปัจจัยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย 2.92 ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.89 ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 2.88 ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ย 2.76 ปัญหาด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 2.62 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.47 และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ (มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 200 ล้านบาท) พบปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 โดยปัจจัยที่พบปัญหาในลำดับมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมาพบปัญหาในระดับปานกลางตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.45 ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.30 ปัญหาด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.27 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.20 ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.16 ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.07 และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 2.84

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์และกิจการ

ตาราง 4.61 แสดงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์และกิจการ

ข้อมูล	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
เพศ	ชาย	ชาย	ชาย	ชาย	ชาย	ชาย
อายุ	37	54	53	42	49	56
การศึกษา	ปริญญาตรี	ปวช.	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาโท
ตำแหน่ง	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	กรรมการ ผู้จัดการ	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	ผู้จัดการ โรงงาน	ผู้จัดการทั่วไป
ประสบการณ์ ทำงาน	12 ปี	21 ปี	15 ปี	9 ปี	18 ปี	20 ปี
วิธีการหลักในการ หล่ออลูมิเนียม	GAVITY SAND MOLD	GAVITY DIE CASTING	LOW PRESSURE DIE CASTING	OPEN MOLD (ทำอลูมิเนียม แผ่น)	HIGH PRESSURE DIE CASTING	HIGH PRESSURE DIE CASTING

จากตาราง 4.61 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นเพศชายทั้งหมด มีอายุระหว่าง 37-56 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี 3 ราย ปริญญาโท 2 ราย และประกาศนียบัตรวิชาชีพ 1 ราย ดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ จำนวน 2 ราย ผู้จัดการทั่วไป จำนวน 2 ราย กรรมการผู้จัดการ 1 ราย และผู้จัดการโรงงาน จำนวน 1 ราย ผู้ให้สัมภาษณ์มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 9-21 ปี บริษัทของผู้ให้สัมภาษณ์มีวิธีการหล่ออลูมิเนียมแบบ HIGH PRESSURE DIE CASTING จำนวน 2 ราย วิธีการหล่ออลูมิเนียมแบบ GAVITY SAND MOLD จำนวน 1 ราย วิธีการหล่ออลูมิเนียมแบบ GAVITY DIE CASTING จำนวน 1 ราย วิธีการหล่อแบบ LOW PRESSURE DIE CASTING จำนวน 1 ราย และวิธีการหล่อแบบ OPEN MOLD (ทำอลูมิเนียมแผ่น) จำนวน 1 ราย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออันวนกัน
ความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.62 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาด เล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาด เล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาด ใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาด ใหญ่)
สินค้ามีคุณภาพ ตรงตามที่ได้ กำหนดไว้ใน รายละเอียดของ สินค้า (Specification)	✓		✓	✓	✓	
สินค้ามีคุณภาพใช้ งานได้นาน		✓				
สินค้าไม่ก่อให้เกิด อันตรายต่อ ผู้ใช้งาน		✓				
สินค้าช่วยประหยัด พลังงานหรือช่วย เพิ่มประสิทธิภาพ การผลิต			✓			
ความน่าเชื่อถือของ ผู้ผลิตหรือผู้ขาย				✓	✓	
สินค้ามีมาตรฐาน ได้รับการรับรอง จากหน่วยงานที่ น่าเชื่อถือ						✓
มีบริการหลังการ ขายดี			✓		✓	

จากตาราง 4.62 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพสินค้าตรงตามที่
ระบุไว้ในรายละเอียดของสินค้า (Specification) จำนวน 4 ราย ความน่าเชื่อถือของผู้ผลิตหรือผู้ขาย

จำนวน 2 ราย สินค้ามีคุณภาพใช้งานได้นาน จำนวน 1 ราย สินค้าไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ทำงาน
 จำนวน 1 ราย สินค้าช่วยให้ประหยัดพลังงานหรือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต จำนวน 1 ราย
 สินค้ามีมาตรฐานได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ จำนวน 1 ราย และมีบริการที่ดีภายหลัง
 การขาย จำนวน 2 ราย

จากการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ได้ข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพตรง
 ตามที่ได้กำหนดไว้ในรายละเอียดของสินค้า (Specification) ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมาก ได้ให้สัมภาษณ์
 ว่า สินค้าบางยี่ห้อราคาแพงแต่สามารถใช้งานได้นาน สินค้าบางยี่ห้อราคาถูกอายุการใช้งานสั้น การผลิต
 งานหลอมบางครั้งก็ต้องการใช้น้ำมันกันความร้อนและวัสดุทนไฟที่มีคุณภาพสูงใช้งานได้นาน แต่
 บางครั้งก็ไม่จำเป็นต้องใช้น้ำมันกันความร้อนที่แพง ดังนั้น คุณภาพของฉนวนกันความร้อนหรือวัสดุ
 ทนไฟควรจะต้องตรงตามที่ได้ระบุไว้ในรายละเอียดของสินค้า (Specification) เช่น ใช้งานที่อุณหภูมิเท่าใด
 ใช้งานได้นานเท่าใด เป็นต้น เพื่อที่จะสามารถเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้าได้

ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 4.63 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านราคา	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาด ใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาด ใหญ่)
ราคาสินค้าถูกกว่า ผู้ขายรายอื่น (Specification ของ สินค้าเหมือนกัน)	✓	✓		✓	✓	✓
ราคาสินค้าไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย	✓					
ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ			✓			

จากตาราง 4.63 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในเรื่องราคาสินค้าถูกกว่าผู้ขายรายอื่น จำนวน 5 ราย ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยจำนวน 1 ราย และราคาเหมาะสมกับคุณภาพจำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านราคา ได้ข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ ราคาสินค้าถูกกว่าคู่แข่งรายอื่น (กรณีรายละเอียดของสินค้าเหมือนกัน) ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมาก ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ในปัจจุบันมีผู้ผลิตและผู้จำหน่ายหลายราย ที่ผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่ได้คุณภาพมาตรฐาน ดังนั้นจึงเปิดโอกาสให้ผู้ขายที่ผ่านการรับรองของบริษัทแล้ว (Approved vendor list) แข่งขันราคากัน โดยจะพิจารณาสั่งซื้อสินค้าจากผู้ขายที่เสนอราคาถูกที่สุด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4.64 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
ความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้จัดจำหน่าย		✓	✓	✓	✓	✓
ส่งสินค้าตรงเวลา	✓					

จากตาราง 4.64 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้จัดจำหน่าย จำนวน 5 ราย และส่งสินค้าตรงเวลา จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ไม่ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่แตกต่างจากแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.65 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) บุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ เป็นต้น		✓	✓	✓	✓	
การให้ส่วนลด ของแถม (Sale Promotion)	✓					
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร วารสาร เป็นต้น					✓	✓
ผู้ขายหรือผู้ติดต่องานสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาได้		✓	✓	✓	✓	✓

จากตาราง 4.65 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในเรื่องการขายโดยพนักงานขาย โดยเฉพาะเรื่องบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย จำนวน 4 ราย การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร วารสาร จำนวน 2 ราย การให้ส่วนลด ของแถม (Sale Promotion) จำนวน 1 ราย และผู้ขายหรือผู้ติดต่องานสามารถให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหาได้ จำนวน 5 ราย

จากการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่แตกต่างจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อฉนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟ
สำหรับงานหลอมอลูมิเนียมขององค์กรธุรกิจ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 4.66 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาด เล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาด เล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาด ใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาด ใหญ่)
อัตราแลกเปลี่ยน	✓		✓	✓	✓	
ราคาน้ำมัน หรือ เชื้อเพลิง	✓	✓	✓	✓	✓	
ราคาอลูมิเนียมใน ตลาดโลก		✓				✓
ความต้องการ สินค้าที่ทำจาก อลูมิเนียม			✓			

จากตาราง 4.66 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในเรื่องราคาน้ำมันหรือเชื้อเพลิง
จำนวน 5 ราย อัตราแลกเปลี่ยน จำนวน 4 ราย ราคาอลูมิเนียมในตลาดโลก จำนวน 2 ราย และความ
ต้องการสินค้าที่ทำจากอลูมิเนียม จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ไม่ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่แตกต่างจาก
แบบสอบถาม

ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ

ตารางที่ 4.67 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยภายในองค์กร ของผู้ซื้อ	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาด เล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาด เล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาด ใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาด ใหญ่)
นโยบายของดีราคา ถูก						✓
นโยบายผลักดันให้ Suppliers สดุด สินค้าแทน เพื่อลด ต้นทุนสินค้าคงคลัง					✓	
เป้าหมาย KPI ของ แต่ละแผนก เช่น เป้าหมายของฝ่าย จัดซื้อ ต้องลด ต้นทุนด้านจนวน กันความร้อนปีละ 3 เปอร์เซ็นต์				✓		
นโยบายของ ผู้บริหารที่มีต่อลูกค้า แต่ละราย เช่น ถ้า ลูกค้าเป็นบริษัท ญี่ปุ่น กระบวนการ ผลิตของลูกค้าราย นั้นก็จะต้องใช้ สินค้าที่ผลิตจาก ประเทศญี่ปุ่น			✓			
นโยบายของ ผู้บริหารด้านการ กักตุนวัตถุดิบหรือ สินค้าเพื่อลดต้นทุน การผลิต เช่น การ กักตุนวัตถุดิบในช่วง ที่ราคาวัตถุดิบถูก	✓	✓				

จากตาราง 4.67 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในเรื่องนโยบายของผู้บริหารด้านการกักตุนวัตถุดิบหรือสินค้าเพื่อลดต้นทุนการผลิต เช่น การกักตุนวัตถุดิบในช่วงที่ราคาวัตถุดิบถูกจำนวน 2 ราย นโยบายซื้อของดีราคาถูก จำนวน 1 ราย นโยบายผลักดันให้ Suppliers สต็อกสินค้าแทน เพื่อลดต้นทุนสินค้าคงคลัง จำนวน 1 ราย เป้าหมาย KPI ของแต่ละแผนก เช่น เป้าหมายของฝ่ายจัดซื้อ ต้องลดต้นทุนด้านฉนวนกันความร้อนปีละ 3 เปอร์เซ็นต์ จำนวน 1 ราย และนโยบายของผู้บริหารที่มีต่อลูกค้าแต่ละราย เช่น ถ้าลูกค้าเป็นบริษัทญี่ปุ่น กระบวนการผลิตของลูกค้ารายนั้นก็จะเลือกใช้สินค้าที่ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์ด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ ได้ข้อมูลเพิ่มเติม 6 ประเด็น ได้แก่ **นโยบายของดีราคาถูก** ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า บริษัทมีนโยบายซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีราคาถูกโดยเปิดโอกาสให้ผู้ขายมีโอกาสได้นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐานตรงตาม Specification ที่กำหนด เพื่อแข่งขันด้านราคา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เป็นต้น ซึ่งหากผู้ขายสามารถหาสินค้าที่สามารถทดแทนของเดิมหรือของผู้ขายรายอื่นได้ โดยมี Specification เหมือนกัน แต่ราคาถูกลงกว่าเดิม ผู้ขายก็สามารถขายสินค้าทดแทนผู้ขายรายเดิมได้

นโยบายผลักดันให้ผู้ขาย (Suppliers) สต็อกสินค้าแทน เพื่อลดต้นทุนสินค้าคงคลัง ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า บริษัทมีนโยบายที่จะเปลี่ยนมาซื้อสินค้าจากภายในประเทศให้มากขึ้นถึงแม้จะมีราคาแพงกว่านิดหน่อย เนื่องจากการซื้อสินค้าจากภายในประเทศมีข้อดีหลายประการ เช่น สามารถติดต่อประสานงานกับผู้ขายได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว นอกจากนี้การซื้อสินค้าจากภายในประเทศยังทำให้บริษัทไม่จำเป็นต้องสั่งซื้อสินค้าครั้งละมากๆ ทำให้สามารถลดต้นทุนสินค้าคงคลังลงไปได้ หรืออาจเรียกว่าพยายามผลักดันให้ผู้ขายในประเทศนำเข้าสินค้าแทนและเก็บสต็อกสินค้าให้เพื่อจะได้ลดต้นทุนสินค้าคงคลัง หากผู้ขายสามารถนำเสนอขายสินค้าที่ทำให้เห็นว่าสามารถลดต้นทุนสินค้าคงคลังได้ ก็จะมีผลทำให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น เช่น การนำเสนอสินค้าที่เรามีสต็อกและสามารถส่งสินค้าได้ทันที โดยผู้ซื้อไม่ต้องสต็อกสินค้าเอง

เป้าหมาย KPI ของแต่ละแผนก เช่น เป้าหมายของฝ่ายจัดซื้อ ต้องลดต้นทุนด้านฉนวนกันความร้อนปีละ 3 เปอร์เซ็นต์ ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่สำคัญอีกอันหนึ่งคือ เป้าหมายการทำงานของแต่ละแผนกหรือตัวชี้วัดประเมินผลงานของแต่ละแผนก (Key Performance Index) เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น เป้าหมายเรื่องการลดต้นทุนของฝ่ายจัดซื้อซึ่งจะต้องทำทุกปี ปีละประมาณ 3% ซึ่งเป็นเป้าหมายที่ฝ่าย

จัดซื้อจะต้องต่อรองราคากับผู้ขายรายเดิมหรือหาผู้ขายรายใหม่ที่จำหน่ายสินค้าราคาต่ำกว่าผู้ขายรายเดิม ฝ่ายผลิตมีเป้าหมายในการลดของเสียหรือเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หากผู้ขายนำเสนอสินค้าที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตก็จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากขึ้น

นโยบายของผู้บริหารที่มีต่อลูกค้าแต่ละราย เช่น ถ้าลูกค้าเป็นบริษัทญี่ปุ่น ในกระบวนการผลิตของลูกค้ารายนั้นก็จะเลือกใช้สินค้าที่ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า บริษัทมีลูกค้าหลายราย มีทั้งรายเล็ก รายใหญ่ บางรายเน้นเรื่องคุณภาพมากที่สุด ทำให้บริษัทต้องเลือกใช้แต่วัสดุที่มีคุณภาพเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นบริษัทญี่ปุ่นจะเน้นเรื่องคุณภาพมากและมักจะเลือกใช้สินค้าที่ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น แต่ลูกค้าบางรายก็ไม่เน้นเรื่องคุณภาพมากนักแต่เน้นเรื่องราคาเป็นสำคัญ บริษัทจึงต้องลดต้นทุนด้วยการใช้สินค้าที่มีคุณภาพในระดับรองลงมา เช่น สินค้าที่ผลิตในประเทศจีน ซึ่งจะมีราคาถูกกว่าของญี่ปุ่นมาก ในกรณีนี้ หากผู้ขายมีสินค้าที่หลากหลายให้ลูกค้าเลือก เช่น มีสินค้าคุณภาพสูงผลิตจากประเทศญี่ปุ่น และมีสินค้าคุณภาพรองลงมาราคาถูกกว่า ก็จะมีผลทำให้ผู้ซื้อหาสินค้าได้เหมาะสมกับงานและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

นโยบายของผู้บริหารด้านการกักตุนวัตถุดิบหรือสินค้าเพื่อลดต้นทุนการผลิต เช่น การกักตุนวัตถุดิบในช่วงที่ราคาวัตถุดิบถูก ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 และ 2 (โรงงานขนาดเล็ก) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ในปัจจุบันราคาของสินค้าและวัตถุดิบต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงบ่อยและบริษัทไม่มีอำนาจต่อรองมากนัก ทำให้กระทบต่อต้นทุนการผลิตและเป็นเรื่องยากที่จะปรับราคาสินค้ากับลูกค้าของบริษัท ทางเลือกที่ดีที่สุดคือการกักตุนวัตถุดิบหรือสินค้าในช่วงที่มีราคาต่ำเพื่อจะได้ควบคุมต้นทุนการผลิตสินค้าได้ ในช่วงที่ราคาของวัตถุดิบถูกมากๆ ผู้ผลิตงานหลอมจะกักตุนวัตถุดิบและทำการผลิตสินค้าเก็บไว้เพื่อรอการจำหน่ายในช่วงราคาขึ้น ดังนั้นช่วงนี้ผู้ผลิตงานหลอมจะผลิตสินค้าจำนวนมากและใช้ฉนวนกันความร้อนจำนวนมากเช่นกัน หากผู้จำหน่ายฉนวนกันความร้อนมีการติดตามข่าวสารด้านนี้ ก็จะสามารถขายฉนวนกันความร้อนในช่วงนี้ได้มากเช่นกัน

ปัจจัยระหว่างบุคคล

ตารางที่ 4.68 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยระหว่างบุคคล	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีความสำคัญแต่เมื่อเทียบกับเรื่องคุณภาพและราคาแล้วราคาและคุณภาพยังเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาในเรื่องความสัมพันธ์	✓	✓	✓		✓	
ให้ความสำคัญมากในเรื่องความสัมพันธ์สนมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพราะบอกถึงความไว้วางใจความเชื่อมั่น				✓		✓

จากตาราง 4.68 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่มีความสำคัญแต่เมื่อเทียบกับเรื่องคุณภาพและราคาแล้วราคาและคุณภาพยังเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาในเรื่องความสัมพันธ์ จำนวน 4 ราย และให้ความสำคัญมากในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพราะบอกถึงความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น จำนวน 2 ราย

จากการสัมภาษณ์ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล ได้ข้อมูลเพิ่มเติม 2 ประเด็น ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีความสำคัญแต่เมื่อเทียบกับเรื่องคุณภาพและราคาแล้วราคาและคุณภาพยังเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาในเรื่องความสัมพันธ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมาก ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ แต่อย่างไรก็ตามคุณภาพและราคายังเป็นปัจจัยหลักที่ต้องพิจารณา เพราะถึงแม้จะสนิทกันมากขนาดไหนแต่หากสินค้าไม่มีคุณภาพหรือราคาแพงกว่าผู้ขายรายอื่นมากก็ไม่สามารถที่จะซื้อขายกันได้

เนื่องจากสินค้าประเภทนวนกั้นความร้อนและวัสดุทนไฟเป็นสินค้าที่ใช้เวลานานและใช้งานใน
อุณหภูมิที่สูงหากคุณภาพสินค้าไม่ดีจะก่อให้เกิดอันตรายต่อบุคลากรและทรัพย์สินได้

ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญมากในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพราะ
บอกถึงความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 4 และ 6 (โรงงานขนาดกลางและขนาดใหญ่)
ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อมีความสำคัญมาก เพราะคิดว่า ผู้ขายที่สนิทกัน
มากคงไม่กล้าที่จะหลอก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสินค้า เรื่องราคา

ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ตารางที่ 4.69 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาด ใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาด ใหญ่)
การศึกษา ความรู้ ทางเทคนิค และ ประสบการณ์ของผู้ มีอำนาจในการ ตัดสินใจซื้อ มี ความสำคัญมาก	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากตาราง 4.69 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดให้ความสำคัญในเรื่องการศึกษา ความรู้ทางเทคนิค และประสบการณ์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อที่มีความสำคัญมาก

จากการสัมภาษณ์ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่แตกต่างจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาด้านส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่พบในการซื้อหรือการใช้จำนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอมอลูมิเนียม

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.70 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
ปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ตรงตามที่ระบุไว้ใน Specification	✓	✓	✓	✓		
คุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ					✓	✓

จากตาราง 4.70 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์พบปัญหาคุณภาพสินค้าไม่ตรงตามที่ระบุไว้ใน Specification จำนวน 4 ราย และคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ จำนวน 2 ราย

จากการสัมภาษณ์เรื่องปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่แตกต่างจากแบบสอบถาม

ปัญหาด้านราคา

ตารางที่ 4.71 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาด กลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาด ใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาด ใหญ่)
ปัญหาการเปลี่ยนแปลงบ่อย	✓		✓			
ปัญหาการราคาสูงเกินความเป็นจริง		✓				
ปัญหาสินค้าราคาถูกคุณภาพไม่ดี				✓		
ปัญหาการเปรียบเทียบราคากับคุณภาพสินค้าของผู้ขายแต่ละรายทำได้ยากเพราะสินค้าบางชนิดใช้ระยะเวลาทดลองยาวนาน					✓	
มีปัญหาเรื่องราคาน้อยเพราะมีระบบควบคุมที่ดี ผู้ขายแต่ละรายต้องแข่งขันราคากัน ถ้าราคาแพงกว่าก็จะอยู่ไม่ได้						✓

จากตาราง 4.71 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์พบปัญหาการเปลี่ยนแปลงบ่อย จำนวน 2 ราย ราคาสูงเกินความเป็นจริง จำนวน 1 ราย สินค้าราคาถูกคุณภาพไม่ดี จำนวน 1 ราย การเปรียบเทียบราคากับคุณภาพสินค้าของผู้ขายแต่ละรายทำได้ยากเพราะสินค้าบางชนิดใช้ระยะเวลาทดลองยาวนาน จำนวน 1 ราย และมีปัญหาเรื่องราคาน้อยเพราะมีระบบควบคุมที่ดี ผู้ขายแต่ละรายต้องแข่งขันราคากัน ถ้าราคาแพงกว่าก็จะอยู่ไม่ได้ จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์ปัญหาด้านราคา ได้ข้อมูลเพิ่มเติม 2 ประเด็น ได้แก่

ปัญหาการเปรียบเทียบราคากับคุณภาพสินค้าของผู้ขายแต่ละรายทำได้ยากเพราะสินค้าบางชนิดใช้ระยะเวลาทดลองยาวนาน ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า การเปรียบเทียบด้านราคากับคุณภาพนั้นบางครั้งทำได้ยากเนื่องจากสินค้าจนวนกันความร้อนและวัสดุทนไฟส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ใช้งานยาวนาน หากต้องการเปรียบเทียบเรื่องราคาในกรณีที่ เป็นสินค้าใหม่ที่ยังไม่เคยใช้ก็ต้องทดลองก่อนซึ่งการทดลองนั้นก็ควรใช้เวลาอันกว่าจะทราบผลและเปรียบเทียบราคาได้

ผู้ให้สัมภาษณ์พบปัญหาเรื่องราคาน้อยเพราะมีระบบควบคุมที่ดี ผู้ขายแต่ละรายต้องแข่งขันราคากัน ถ้าราคาแพงกว่าก็จะอยู่ไม่ได้ ผู้บริหารรายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า เนื่องจากเป็นบริษัทขนาดใหญ่และมีระบบหรือขั้นตอนการจัดซื้อที่ดีจึงทำให้พบปัญหาเรื่องราคาน้อย เพราะมีผู้ขายจำนวนมากเสนอขายสินค้าให้ หากผู้ขายรายไหนเสนอราคาแพงก็จะขายไม่ได้

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4.72 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
ปัญหาบริษัทผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าตรงตามกำหนด	✓					
ปัญหาบริษัทผู้ขายไม่น่าเชื่อถือ		✓				
ปัญหาการประสานงานกับบริษัทผู้ขายไม่สะดวก			✓			

จากตาราง 4.72 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์พบปัญหาบริษัทผู้ขายไม่สามารถส่งสินค้าตรงตามกำหนด จำนวน 1 ราย ปัญหาบริษัทผู้ขายไม่น่าเชื่อถือ จำนวน 1 ราย และปัญหาการประสานงานกับบริษัทผู้ขายไม่สะดวก จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์เรื่องปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ไม่ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่แตกต่างจากแบบสอบถาม

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.73 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
ปัญหาไม่ได้รับส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนด	✓					
ปัญหาการโฆษณาสินค้าเกินความเป็นจริง		✓				
ปัญหาพนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าและไม่สามารถแนะนำแก้ไขปัญหาคือ			✓	✓	✓	✓
ปัญหาให้ของแถมไม่ตรงกับความต้องการ				✓		

จากตาราง 4.73 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์พบปัญหาพนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าและไม่สามารถแนะนำแก้ไขปัญหาคือ จำนวน 4 ราย ปัญหาไม่ได้รับส่วนลดตามเงื่อนไขที่กำหนด จำนวน 1 ราย ปัญหาการโฆษณาสินค้าเกินความเป็นจริง จำนวน 1 ราย และปัญหาให้ของแถมไม่ตรงกับความต้องการ จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์เรื่องปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดได้ข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ ปัญหาการให้ของแถมไม่ตรงกับความต้องการ ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ของแถมที่ผู้ขายให้มา มักจะเป็นของแถมที่ไม่ตรงกับความต้องการหรือให้มาแล้วก็ใช้ไม่ได้ เช่น การซื้อฉนวนกันความร้อนแล้วแถมสินค้าใหม่ที่ผู้ผลิตงานหลอมไม่มีความจำเป็นต้องใช้ น่าจะดีกว่าหากเปลี่ยนจากของแถมมาเป็นการลดราคาสินค้าแทนจะทำให้สินค้าราคาถูกลง

ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม

ตารางที่ 4.74 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านสภาพแวดล้อม

ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
ปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน	✓	✓		✓	✓	✓
ปัญหาราคาน้ำมัน	✓	✓		✓		
ปัญหาสภาพเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อของลูกค้า			✓			
ปัญหาขั้นตอนพิธีการศุลกากรล่าช้า					✓	

จากตาราง 4.74 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์พบปัญหาอัตราแลกเปลี่ยน จำนวน 5 ราย ปัญหาราคาน้ำมัน จำนวน 3 ราย ปัญหาสภาพเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อของลูกค้า จำนวน 1 ราย ปัญหาขั้นตอนพิธีการศุลกากรล่าช้า จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์เรื่องปัญหาด้านสภาพแวดล้อม ไม่ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่แตกต่างจากแบบสอบถาม

ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ

ตารางที่ 4.75 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ

ปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
ปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียนเนื่องจากสต็อกสินค้าหรือวัตถุดิบจำนวนมาก	✓			✓		
ปัญหาการเงินของกิจการ		✓				
ปัญหาวัตถุดิบหรือสินค้าขาดสต็อกเนื่องจากนโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย					✓	✓

จากตาราง 4.75 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์พบปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียนเนื่องจากมีการเก็บสต็อกสินค้าหรือวัตถุดิบจำนวนมาก จำนวน 2 ราย ปัญหาวัตถุดิบหรือสินค้าขาดสต็อกเนื่องจากนโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย จำนวน 2 ราย และปัญหาการเงินของกิจการ จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์เรื่องปัญหาด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อได้ข้อมูลเพิ่มเติม 2 ประเด็น ได้แก่

ปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากสต็อกสินค้าหรือวัตถุดิบจำนวนมาก ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 และ 4 (โรงงานขนาดเล็กและขนาดกลาง) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า บางครั้งบริษัทประสบกับปัญหาเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอส่วนหนึ่งเนื่องจากสาเหตุการสต็อกสินค้าหรือวัตถุดิบที่มากเกินไป

ปัญหาวัตถุดิบหรือสินค้าขาดสต็อก เนื่องจากนโยบายสต็อกสินค้าปริมาณน้อย ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 5 และ 6 (โรงงานขนาดใหญ่) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า การสต็อกสินค้าในปริมาณน้อยในบางครั้งก็พบกับปัญหาสินค้าหรือวัตถุดิบขาดสต็อกและต้องนำเข้าโดยการขนส่งทางอากาศ (Air freight) ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งเป็นจำนวนมากเช่นกันการซื้อสินค้าจากภายในประเทศจึงเป็นทางเลือกที่ดีอีกทางหนึ่ง

ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล

ตารางที่ 4.76 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล

ปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคล	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
ปัญหาผู้ใช้เปลี่ยนแปลง Specification โดยไม่แจ้งให้ผู้ซื้อทราบ	✓					
ปัญหาการทุจริตภายใน เช่น การเรียกค่านายหน้า (Commission)			✓			
ปัญหาเรื่องพรรคพวกหรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทำให้ได้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ					✓	
ปัญหาเรื่องความเข้าใจไม่ตรงกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดทำสั่งซื้อสินค้าผิด						✓

จากตาราง 4.76 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์พบปัญหาผู้ใช้เปลี่ยนแปลง Specification โดยไม่แจ้งให้ผู้ซื้อทราบ จำนวน 1 ราย ปัญหาการทุจริตภายใน เช่น การเรียกค่านายหน้า (Commission) จำนวน 1 ราย ปัญหาเรื่องพรรคพวก หรือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทำให้ได้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ จำนวน 1 ราย และปัญหาเรื่องความเข้าใจไม่ตรงกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้จัดทำสั่งซื้อสินค้าผิด จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์เรื่องปัญหาด้านปัจจัยระหว่างบุคคลได้ข้อมูลเพิ่มเติม 3 ประเด็น ได้แก่ ปัญหาผู้ใช้เปลี่ยนแปลง Specification โดยไม่แจ้งให้ผู้ซื้อทราบ ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า บางครั้งผู้ใช้ก็ติดต่อกับผู้ขายเองและมีการเปลี่ยนแปลง Specification โดยไม่ได้แจ้งให้ทราบ ทำให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมาเช่นซื้อสินค้าถูกลงแต่คุณภาพไม่ดีพอทำให้งานมีปัญหา

ปัญหาการทุจริตภายใน เช่น การเรียกค่านายหน้า (Commission) ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ปัจจุบันก็ยังมีความทุจริตในองค์กรอยู่เช่นการเรียกรับค่านายหน้าทำให้เกิดปัญหาอื่นๆ ตามมา เช่น สินค้าราคาสูงเกินความเป็นจริงหรือสินค้าด้อยคุณภาพ เป็นต้น

ปัญหาเรื่องพรรคพวกหรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทำให้ได้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายหรือผู้ใช้งานกับผู้ขายในบางครั้งเกิดผลในด้านลบเกิดปัญหาตามมา เช่น การซื้อสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ เป็นต้น

ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล

ตารางที่ 4.77 แสดงข้อมูลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหาด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ปัญหาด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 1 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 2 (โรงงานขนาดเล็ก)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 3 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 4 (โรงงานขนาดกลาง)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 5 (โรงงานขนาดใหญ่)	ผู้ให้สัมภาษณ์ รายที่ 6 (โรงงานขนาดใหญ่)
ปัญหาผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า	✓		✓			
ไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่		✓				
ปัญหาเรื่องประสิทธิภาพของผู้ใช้งานน้อยทำให้งานมีปัญหาหรืองานล่าช้า					✓	

จากตาราง 4.77 พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์พบปัญหาผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า จำนวน 2 ราย ไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ จำนวน 1 ราย และปัญหาเรื่องประสิทธิภาพของผู้ใช้งานน้อยทำให้งานมีปัญหาหรืองานล่าช้า จำนวน 1 ราย

จากการสัมภาษณ์เรื่องปัญหาด้านปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่แตกต่างจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับควมร้อนและวัสดุทนไฟสำหรับงานหลอม
อลูมิเนียม

- เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อควมร้อนและวัสดุทนไฟมากขึ้น ผู้ขายควรรู้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากขึ้น (จำนวน 1 ราย)
- ระบบมาตรฐานต่างๆ เช่น ISO 9001 มีความสำคัญและมีบทบาทมากขึ้นในอนาคตผู้ขายควรรู้ความสนใจในการสร้างระบบมาตรฐานให้เกิดขึ้นในองค์กร (จำนวน 1 ราย)
- การขายสินค้าที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้ขายควรรู้ใจเรื่องคุณภาพและการบริการหลังการขายที่ดี (จำนวน 1 ราย)
- ผู้ขายควรมีสินค้าหลายเกรด หลายราคา แตกต่างกันตามคุณภาพเนื่องจากบางครั้งผู้ซื้อที่ต้องการซื้อของถูก คุณภาพต่ำลงมา ทั้งนี้อาจเนื่องจากงบประมาณที่มีจำกัดหรือการใช้งานที่มีลักษณะต่างกัน (จำนวน 1 ราย)