

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกปูนซีเมนต์ผสม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด นครสวรรค์ ได้มีการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้รับเหมาก่อสร้าง/เจ้าของโครงการ/วิศวกร ผู้คุมงานก่อสร้าง และเจ้าของบ้านที่กำลังก่อสร้างหรือซ่อมแซมบ้านในเขต อำเภอเมือง จังหวัด นครสวรรค์ ซึ่งผู้ที่ทำการศึกษานำข้อมูลมาทำประมวลผลการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม
2. การวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการเลือกปูนซีเมนต์ผสม
3. การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม เป็นการวิเคราะห์และสรุปรายละเอียดพื้นฐานข้อมูล ส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย มีดังต่อไปนี้

4.1.1) เพศ

ข้อมูลในตาราง 4.1 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย เป็นเพศชาย 178 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 89.00 และเป็นเพศหญิง 22 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 11.00 จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ซื้อ ดังกล่าวจะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงในการที่ตัดสินใจเลือกปูนซีเมนต์ผสมมาใช้งาน

ตาราง 4.1 เพศของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม

| เพศ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|------|-------------|--------|
| ชาย | 178 | 89.00 |
| หญิง | 22 | 11.00 |
| รวม | 200 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในปี 2544

4.1.2) อายุ

ข้อมูลในตาราง 4.2 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย จะเห็นได้ว่า มีช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุดจำนวน 101 ราย หรือร้อยละ 50.50 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 53 ราย หรือร้อยละ 26.50 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปีจำนวน 22 ราย หรือร้อยละ 11.00 มีช่วงอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 20 ราย หรือร้อยละ 10.00 มีช่วงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย หรือร้อยละ 2.00 โดยสรุปผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสมมีอายุเฉลี่ย 41 ปี ซึ่งถือว่าอยู่ในวัยทำงาน

ตาราง 4.2 อายุของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม

| อายุ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|-------------------------------------|-------------|--------|
| 20 – 30 ปี | 22 | 11.00 |
| 31 – 40 ปี | 53 | 26.50 |
| 41 – 50 ปี | 101 | 50.50 |
| 51 – 60 ปี | 20 | 10.00 |
| 61 ปี ขึ้นไป (อายุเฉลี่ย = 41ปี) | 4 | 2.00 |
| รวม | 200 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.1.3) ระดับการศึกษา

ข้อมูลในตาราง 4.3 จำนวนผู้ซื้อ 200 ราย พบว่าส่วนมากมีการศึกษาระดับ ปวช.,ปวส., ปวท.,อนุปริญญาจำนวน 87 ราย หรือร้อยละ 43.50 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 67 ราย หรือร้อยละ 33.50 และมีการศึกษาระดับประถมศึกษา, มัธยมศึกษา จำนวน 46 ราย หรือร้อยละ 23.00 จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูง และมีการศึกษาในระดับ ปวช., ปวส., ปวท, อนุปริญญาตรี ขึ้นไป

ตาราง 4.3 ระดับการศึกษาของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม

| ระดับการศึกษา | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|--|-------------|--------|
| ประถมศึกษา,มัธยมศึกษา | 46 | 23.00 |
| ปวช.,ปวส.,ปวท.,อนุปริญญาตรี, ปริญญาตรี,สูงกว่าปริญญาตรี | 87 | 43.50 |
| | 67 | 33.50 |
| รวม | 200 | 100 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.1.4) อาชีพ

ข้อมูลในตาราง 4.4 อาชีพของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม แสดงให้เห็นว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นผู้รับเหมา / ช่าง จำนวน 71 รายหรือร้อยละ 35.50 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 66 ราย หรือร้อยละ 33.00 รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 ราย หรือร้อยละ 12.50 สถาปนิก / วิศวกร จำนวน 16 ราย หรือร้อยละ 8.00 อื่นๆ และสุดท้ายจะประกอบอาชีพ รับจ้าง จำนวน 10 ราย หรือร้อยละ 5.00 จากข้อมูลจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้รับเหมา / ช่าง และประกอบธุรกิจส่วนตัวเป็นหลัก

ตาราง 4.4 อาชีพของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม

| อาชีพ | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|--------------------------------|-------------|--------|
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 66 | 33.00 |
| รับจ้าง | 10 | 5.00 |
| รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 25 | 12.50 |
| ผู้รับเหมา / ช่าง | 71 | 35.50 |
| สถาปนิก / วิศวกร | 16 | 8.00 |
| อื่นๆ | 12 | 6.00 |
| รวม | 200 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.1.5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลในตาราง 4.5 จำนวนผู้ซื้อ 200 ราย พบว่าส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 71 ราย หรือร้อยละ 35.50 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 41 ราย หรือร้อยละ 20.50 มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 39 ราย หรือร้อยละ 19.50 มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 40,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป จำนวน 26 ราย หรือร้อยละ 13.00 มีรายได้เฉลี่ยอยู่ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 23 ราย หรือร้อยละ 11.50 ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้ปานกลาง คือตั้งแต่ 10,000 – 40,000 บาทต่อเดือน เนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวลงทำให้มีรายได้ในการจับจ่ายน้อยลง ซึ่งมีผลทำให้พฤติกรรมการซื้อปูนซีเมนต์ผสมเปลี่ยนแปลงไป โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 23,800 บาท

ตาราง 4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท) | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|--------------------------------|-------------|--------|
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 23 | 11.50 |
| 10,000 – 20,000 บาท | 71 | 35.50 |
| 20,001 – 30,000 บาท | 39 | 19.50 |
| 30,001 - 40,000 บาท | 41 | 20.50 |
| 40,001 บาทขึ้นไป | 26 | 13.00 |
| (รายได้เฉลี่ยรวม = 23,800 บาท) | | |
| รวม | 200 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.1.6) ลักษณะการได้สินเชื่อในการซื้อปูนซีเมนต์ผสม

ข้อมูลในตาราง 4.6 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ซื้อ 200 ราย จะใช้ระบบการจัดซื้อปูนซีเมนต์ผสมเป็นแบบ เงินเชื่อ 7 วันมากที่สุดจำนวน 126 ราย หรือร้อยละ 63.00 รองลงมาคือ ใช้ระบบเงินสดทันที (จ่ายเงินสดทันทีเมื่อได้รับสินค้า) จำนวน 45 ราย หรือร้อยละ 22.50 และใช้ระบบเงินเชื่อ 30 วัน จำนวน 29 ราย หรือร้อยละ 14.50 จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างจะใช้ระบบการซื้อด้วยเงินเชื่อ 7 วันมากที่สุดเนื่องจากอาจมีการได้สินเชื่อที่ได้รับจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่สนิทสนมหรืออาจเป็นรอบระยะเวลาการชำระเงินของผู้ซื้อให้แก่ร้านค้าต่างๆ แต่ในบางครั้งการ

ซื้อด้วยเงินสดทันทีอาจมีส่วนลดพิเศษที่จะได้รับจากร้านค้าซึ่งก็ขึ้นอยู่กับสถานประกอบการในการเลือกการชำระเงินในแต่ละครั้งเพื่อให้ได้ผลประโยชน์สูงสุด

ตารางที่ 4.6 ลักษณะการได้สินเชื่อในการซื้อปูนซีเมนต์ผสม

| ระบบการจัดซื้อปูนซีเมนต์ผสม | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------------|--------|
| เงินสดทันที | 45 | 22.50 |
| เงินเชื่อ 7 วัน | 126 | 63.00 |
| เงินเชื่อ 30 วัน | 29 | 14.50 |
| รวม | 200 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.1.7) จำนวนปูนซีเมนต์ผสมที่ซื้อในแต่ละครั้ง

ข้อมูลในตาราง 4.7 จะเห็นได้ว่าการจัดซื้อปูนซีเมนต์ผสมในแต่ละครั้งของผู้ซื้อจะจัดซื้อระหว่าง 8 – 13 ตันมากที่สุด จำนวน 86 ราย หรือร้อยละ 43.00 รองลงมาจะเป็นการจัดซื้อระหว่าง 1 – 7 ตัน จำนวน 75 ราย หรือร้อยละ 37.50 จัดซื้อน้อยกว่า 1 ตัน จำนวน 19 ราย หรือร้อยละ 9.50 และจัดซื้อตั้งแต่ 13 ตันขึ้นไป จำนวน 20 ราย หรือร้อยละ 9.50 จะเห็นได้ว่าการจัดซื้อปูนซีเมนต์ผสมของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละครั้งจะซื้อระหว่าง 1 – 13 ตัน ซึ่งเป็นจำนวนการซื้อที่ไม่มากนักที่ใช้ในการก่อสร้างในแต่ละโครงการ

ตาราง 4.7 จำนวนปูนซีเมนต์ผสมที่ซื้อในแต่ละครั้งของผู้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม

| จำนวนปูนซีเมนต์ผสม | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|--------------------|-------------|--------|
| น้อยกว่า 1 ตัน | 19 | 9.50 |
| 1 - 7 ตัน | 75 | 37.50 |
| 8 - 13 ตัน | 86 | 43.00 |
| 13 ตันขึ้นไป | 20 | 10.00 |
| รวม | 200 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

หมายเหตุ : 1 ตัน = 20 ถุง

4.1.8) การเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสมเพื่อไว้ใช้ในแต่ละครั้ง

ข้อมูลในตาราง 4.8 จะเห็นได้ว่าการเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสมเพื่อไว้ใช้ในแต่ละครั้งในสต็อกของผู้ซื้อจะอยู่ระหว่าง 8 – 14 วัน มากที่สุด จำนวน 76 ราย หรือร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ 15 – 30 วัน จำนวน 69 ราย หรือร้อยละ 34.50 ระหว่าง 1 – 7 วัน จำนวน 47 ราย หรือ ร้อยละ 23.50 และตั้งแต่ 30 วันขึ้นไป จำนวน 8 ราย หรือร้อยละ 4.00 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าการเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสมเพื่อไว้ใช้ในการก่อสร้างในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่างจะเก็บไว้ไม่นานคือ ตั้งแต่ 8 – 30 วัน และจะสอดคล้องกับตารางที่ 4.10 ที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อปูนซีเมนต์ผสมมาใช้ในแต่ละคราวไม่มากนักโดยจะเน้นในการหมุนรอบในการใช้ของปูนซีเมนต์ผสมเป็นหลัก

ตาราง 4.8 การเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสมเพื่อไว้ใช้ในแต่ละครั้ง

| จำนวนวันการเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสม | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------------|--------|
| 1 - 7 วัน | 47 | 23.50 |
| 8 - 14 วัน | 76 | 38.00 |
| 15 - 30 วัน | 69 | 34.50 |
| 30 วันขึ้นไป | 8 | 4.00 |
| รวม | 200 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.1.9) ระยะ ทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้าง

ข้อมูลในตาราง 4.9 จะเห็นได้ว่า ระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้าง ระหว่าง 1 – 5 กิโลเมตร จะมีมากที่สุด จำนวน 124 ราย หรือร้อยละ 62.00 รองลงมาคือ ระยะทางระหว่าง 6 – 10 กิโลเมตร จำนวน 41 ราย หรือร้อยละ 20.50 ระยะทางไม่เกิน 1 กิโลเมตร จำนวน 23 ราย หรือร้อยละ 11.50 และระยะทางตั้งแต่ 10 กิโลเมตรขึ้นไป จำนวน 12 ราย หรือร้อยละ 6.00 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าระยะทางที่เหมาะสมในการซื้อในแต่ละครั้งจากแบบสอบถามคือ 1 – 5 กิโลเมตร

ตาราง 4.9 ระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้าง

| ระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้าง | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---------------------------------------|-------------|--------|
| ไม่เกิน 1 กิโลเมตร | 23 | 11.50 |
| 1 – 5 กิโลเมตร | 124 | 62.00 |
| 6 – 10 กิโลเมตร | 41 | 20.50 |
| 10 กิโลเมตรขึ้นไป | 12 | 6.00 |
| รวม | 200 | 10.000 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.1.10) การเลือกใช้ตราปูนซีเมนต์ผสมในอดีต

ข้อมูลในตาราง 4.10 จำนวนผู้ซื้อ 200 ราย พบว่าผู้ซื้อ จะใช้ปูนซีเมนต์ผสมตราใดตราหนึ่ง โดยเฉพาะไม่เปลี่ยนแปลง จำนวน 148 ราย หรือร้อยละ 74.00 และจะไม่เจาะจงการใช้ปูนซีเมนต์ผสมตราใดตราหนึ่ง จำนวน 52 ราย หรือร้อยละ 26.00 ซึ่งจะเห็นได้ว่าในอดีตที่ผ่านมาผู้ซื้อมีการเลือกใช้ปูนซีเมนต์ผสมตราใดตราหนึ่งไม่เปลี่ยนแปลงมากกว่าในปัจจุบัน

ตาราง 4.10 การเลือกใช้ตราปูนซีเมนต์ผสมในอดีต

| การเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|---------------------------------|-------------|--------|
| ใช้ตราใดตราหนึ่ง ไม่เปลี่ยนแปลง | 148 | 74.00 |
| ไม่เจาะจงการใช้ปูนซีเมนต์ผสม | 52 | 26.00 |
| รวม | 200 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.1.11) ตราของปูนซีเมนต์ผสมที่กำลังใช้ในการก่อสร้างปัจจุบัน

ข้อมูลในตาราง 4.11 จำนวนผู้ซื้อ 200 ราย พบว่าส่วนใหญ่จะเลือกใช้ปูนซีเมนต์ผสมตราเดียว จำนวน 91 ราย หรือร้อยละ 45.50 รองลงมาคือ เลือกใช้ปูนซีเมนต์ผสมตรา TPI จำนวน 40 ราย หรือร้อยละ 20.00 เลือกใช้ปูนซีเมนต์ผสมทรานกอินทรีย์ จำนวน 32 ราย หรือร้อยละ 16.00 เลือกใช้ปูนซีเมนต์ผสมตราดอกบัวและตรามือ เท่ากัน จำนวนตราละ 15 ราย หรือร้อยละ 7.50 และเลือกใช้ปูนซีเมนต์ผสมตรางูเห่าจำนวน 7 ราย หรือร้อยละ 3.50 ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าว

ผู้ซื้อยังเลือกใช้ปูนตราเสือเป็นหลักมากกว่าตราอื่นๆ ในท้องตลาด อย่างไรก็ตามการที่ผู้ซื้อจะเลือกใช้ปูนซีเมนต์ผสมตราอะไรตราหนึ่งอาจมีเหตุผลหรือปัจจัยต่างๆ ที่มีผลในการเลือกปูนซีเมนต์ผสมตรานั้นๆ ซึ่งในการศึกษาในครั้งนี้ก็จะมุ่งทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลเหล่านั้น

ตาราง 4.11 การเลือกใช้ตราปูนซีเมนต์ผสมที่กำลังใช้ในการก่อสร้างปัจจุบัน

| ตราปูนซีเมนต์ผสม | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
|------------------|-------------|--------|
| ตราเสือ | 91 | 45.50 |
| ตราดอกบัว | 40 | 20.00 |
| ตรา TPI เขียว | 32 | 16.00 |
| ตรานกอินทรี | 15 | 7.50 |
| ตรามือ | 15 | 7.50 |
| ตรางูเห่า | 7 | 3.50 |
| รวม | 200 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.1.12) ปัจจัยที่มุ่งใจให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสม

ข้อมูลในตาราง 4.12 จำนวนผู้ซื้อ 200 ราย พบว่าในแต่ละรายมีเหตุผลในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราใดตราหนึ่งขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมคือ ราคาที่ต่ำ จำนวน 135 ราย หรือร้อยละ 24.30 รองลงมาคือ มีความเชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้า จำนวน 97 ราย หรือร้อยละ 17.80 เงื่อนไขการชำระเงิน จำนวน 85 ราย หรือร้อยละ 15.40 เจ้าของโครงการ / ผู้รับเหมา / ช่างกำหนดให้ใช้ จำนวน 55 ราย หรือร้อยละ 10.00 มีบริการหลังการขาย จำนวน 49 ราย หรือร้อยละ 9.10 การชักชวนโดยผู้แทนจำหน่าย จำนวน 42 ราย หรือร้อยละ 7.30 การชักชวนจากเพื่อนๆ จำนวน 31 ราย หรือร้อยละ 5.80 ปูนซีเมนต์ตรานั้นๆ กำลังรายการโปรโมชัน ลด , แลก , แจก , แถม อยู่ จำนวน 21 รายหรือร้อยละ 3.80 การชักชวนโดยร้านค้าวัสดุก่อสร้าง จำนวน 16 รายหรือร้อยละ 2.90 มีการขนส่งให้ จำนวน 14 ราย หรือร้อยละ 2.50 และสุดท้ายจะได้รับคำแนะนำจากทางผู้แทนบริษัท จำนวน 6 ราย หรือร้อยละ 1.10 จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าผู้ซื้อจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราใดตราหนึ่งนั้น จะพิจารณาจาก ราคาสินค้าที่ต่ำ มากกว่าปัจจัยอื่น ๆ โดยมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้าและเงื่อนไขการชำระเงินเป็นปัจจัยรองลงมาในการตัดสินใจ

ตาราง 4.12 ปัจจัยที่จูงใจให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์ผสม

| ปัจจัย | จำนวน (200ราย) | ร้อยละ |
|--|-------------------|--------|
| ราคาที่ต่ำ | 135 | 24.30 |
| ความเชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้า | 97 | 17.80 |
| เงื่อนไขการชำระเงิน | 85 | 15.40 |
| เจ้าของโครงการ/ ผู้รับเหมา/ ช่างกำหนดให้ใช้ | 55 | 10.00 |
| การบริการหลังการขาย | 49 | 9.10 |
| การชักชวนโดยผู้แทนจำหน่าย | 42 | 7.30 |
| การชักชวนของเพื่อนๆ | 31 | 5.80 |
| กำลังมีโปร โมชั่น ลด, แลก, แจก, แถม อยู่ | 21 | 3.80 |
| การชักชวนของร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่ไม่ได้เป็นตัวแทน จำหน่าย | 15 | 2.90 |
| มีการขนส่งจากตัวแทน / ร้านค้า | 14 | 2.50 |
| การชักชวนของตัวแทนจำหน่าย | 6 | 1.10 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

หมายเหตุ : ผู้ซื้ออาจให้เหตุผลในการตัดสินใจมากกว่า 1 ข้อ

4.2 การวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมในการเลือกปูนซีเมนต์ผสม

4.2.1) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามเพศของผู้ซื้อ

ข้อมูลในตาราง 4.13 เมื่อพิจารณาดูตราปูนซีเมนต์ผสมเทียบกับเพศของผู้ซื้อ จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ซื้อ เพศชายจะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 42.13 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 19.66 ตรานกอินทรีร้อยละ 17.41 ตรามือร้อยละ 8.42 ตรางูเห่าร้อยละ 3.93 กลุ่มผู้ซื้อเพศหญิงจะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 72.72 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 22.72 ตรานกอินทรีร้อยละ 4.54 แสดงว่าทุกเพศจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ๆ

ตาราง 4.13 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามเพศของผู้ซื้อ

| เพศ | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|------|------------------|--------|-----------|--------|-------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราคอกบัว | | ตรานกอินทรี | | ตรางูเห่า | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ชาย | 75 | 42.1 | 15 | 8.42 | 31 | 17.41 | 7 | 3.93 | 35 | 19.7 | 15 | 8.42 | 178 | 100 |
| หญิง | 16 | 72.7 | - | - | 1 | 4.54 | - | - | 5 | 22.7 | - | - | 22 | 100 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.2.2) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามอายุของผู้ซื้อ

ข้อมูลในตาราง 4.4 เมื่อพิจารณাত্রาปูนซีเมนต์ผสมเทียบกับอายุของผู้ซื้อ จะเห็นได้ว่า อายุของกลุ่มผู้ซื้อ 20 – 30 ปี จะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตรานกอินทรีมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 72.72 รองลงมาคือ ตราเสือร้อยละ 18.18 ตรามือร้อยละ 9.09 อายุ 31 – 40 ปี จะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 54.71 รองลงมาคือตรา TPI เขียว ร้อยละ 24.52 ตรานกอินทรี ร้อยละ 13.20 ตรามือร้อยละ 7.54 อายุ 41 – 50 ปี จะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 48.51 รองลงมาคือตราคอกบัวร้อยละ 14.85 ตรา TPI เขียวร้อยละ 12.87 ตรามือ ร้อยละ 8.91 ตรานกอินทรีร้อยละ 7.92 ตรางูเห่าร้อยละ 6.93 อายุ 51 – 60 ปี จะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตรา TPI เขียวมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือตราเสือร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ตรานกอินทรีร้อยละ 5.00 อายุ 60 ปีขึ้นไป จะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตรา TPI เขียวมากที่สุด ร้อยละ 100.00 แสดงว่าทุกกลุ่มอายุจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตราเสือ ยกเว้น กลุ่มอายุ 20- 30 ปี จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตรานกอินทรี และกลุ่มอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตรา TPI เขียว

ตาราง 4.14 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามอายุของผู้ซื้อ

| อายุ | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|------------------|--------|-----------|--------|-------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราดอกบัว | | ตรานกอินทรี | | ตรางูเห่า | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 20-30 | 4 | 18.18 | - | - | 16 | 72.72 | - | - | - | - | 2 | 9.09 | 22 | 100.00 |
| 31-40 | 29 | 54.71 | - | - | 7 | 13.20 | - | - | 13 | 24.52 | 4 | 7.54 | 53 | 100.00 |
| 41-50 | 49 | 48.51 | 15 | 14.85 | 8 | 7.92 | 7 | 6.93 | 13 | 12.87 | 9 | 8.91 | 101 | 100.00 |
| 51-60 | 9 | 45.00 | - | - | 1 | 5.00 | - | - | 10 | 50.00 | - | - | 20 | 100.00 |
| 60 ปีขึ้นไป | - | - | - | - | - | - | - | - | 4 | 100.0 | - | - | 4 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.2.3) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามการศึกษาของผู้ซื้อ

ข้อมูลในตาราง 4.15 เมื่อพิจารณาตราปูนซีเมนต์ผสมเทียบกับการศึกษาของผู้ซื้อ จะเห็นได้ว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษา จะเลือกตราปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นๆ ร้อยละ 43.47 รองลงมาคือตรานกอินทรีร้อยละ 23.90 ตรา TPI เขียวร้อยละ 21.73 ตรามือร้อยละ 10.87 ระดับการศึกษาปวช.,ปวส.,ปวท.,อนุปริญญาตรีจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 45.97 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 17.24 ตรานกอินทรีร้อยละ 16.09 ตราดอกบัวร้อยละ 12.64 ตรามือร้อยละ 8.04 ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีจะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นๆร้อยละ 46.26 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 22.38 ตรานกอินทรีและตรางูเห่าเท่ากันร้อยละ 10.45 ตราดอกบัวร้อยละ 5.97 ตรามือร้อยละ 4.48 จากข้อมูลแสดงว่าทุกระดับการศึกษาเลือกปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นๆ

ตาราง 4.15 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามการศึกษาของผู้ซื้อ

| การศึกษา | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|------------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราดอกบัว | | ทรานกอินทรีย์ | | ตรางูเห่า | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ประถมศึกษา มัธยมศึกษา | 20 | 43.47 | - | - | 11 | 23.93 | - | - | 10 | 21.73 | 5 | 10.87 | 46 | 100.00 |
| ปวช.,ปวส., อนุปริญญาตรี | 40 | 45.97 | 11 | 1.64 | 14 | 16.09 | - | - | 15 | 17.24 | 5 | 8.04 | 87 | 100.00 |
| ปริญญาตรี หรือสูงกว่า | 31 | 46.26 | 5 | 5.97 | 7 | 10.45 | 7 | 10.45 | 15 | 22.38 | 3 | 4.48 | 67 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.2.4) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามอาชีพของผู้ซื้อ

ข้อมูลในตาราง 4.16 เมื่อพิจารณাত্রาปูนซีเมนต์ผสมเทียบกับอาชีพของผู้ซื้อ พบว่า อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 51.51 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 22.72 ทรานกอินทรีย์ร้อยละ 16.67 ตรามือร้อยละ 6.06 ตราดอกบัวร้อยละ 3.03 อาชีพรับจ้าง จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือเท่ากับ ทรานกอินทรีย์ ร้อยละ 50.00 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือ มากกว่าตราอื่น ร้อยละ 44.00 รองลงมาคือทรานกอินทรีย์ร้อยละ 32.00 ตรา TPI เขียวร้อยละ 24.00 อาชีพผู้รับเหมา/ช่าง จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตรา TPI เขียวมากกว่าตราอื่น ร้อยละ 26.76รองลงมาคือตราเสือร้อยละ 21.13 ตราดอกบัวร้อยละ 18.31 ตรามือร้อยละ 15.50 ทรานกอินทรีย์ร้อยละ 8.45 ตรางูเห่าร้อยละ 0.99 อาชีพสถาปนิก/วิศวกรจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 93.75 รองลงมาคือ ทรานกอินทรีย์ร้อยละ 6.25 อาชีพอื่น ๆ จะเลือกซื้อปูนตราเสือมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 91.67 รองลงมาคือตรา นกอินทรีย์ร้อยละ 8.33 แสดงว่าทุกอาชีพจะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่า ยกเว้นอาชีพผู้รับเหมา/ช่าง จะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตรา TPI เขียวมากกว่าตราอื่น ๆ

ตาราง 4.16 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจําแนกตามอาชีพของผู้ซื้อ

| อาชีพ | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|------------------|--------|-----------|--------|-------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราคอกบัว | | ตรานกอินทรี | | ตรางูเห่า | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 34 | 51.11 | 2 | 3.03 | 11 | 16.67 | - | - | 15 | 22.72 | 4 | 6.06 | 66 | 100.00 |
| รับจ้าง | 5 | 50.00 | - | - | 5 | 50.00 | - | - | - | - | - | - | 10 | 100.00 |
| รับราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ | 11 | 44.00 | - | - | 8 | 32.00 | - | - | 6 | 24.00 | - | - | 25 | 100.00 |
| ผู้รับเหมา/ช่าง | 15 | 21.13 | 13 | 18.31 | 6 | 8.45 | 7 | 0.99 | 19 | 26.77 | 11 | 15.50 | 71 | 100.00 |
| สถาปนิก/ วิศวกร | 15 | 93.75 | - | - | 1 | 6.25 | - | - | - | - | - | - | 16 | 100.00 |
| อื่น ๆ | 11 | 91.67 | - | - | 1 | 8.33 | - | - | - | - | - | - | 12 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.2.5) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจําแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อ

ข้อมูลในตาราง 4.17 เมื่อพิจารณาตราปูนซีเมนต์ผสมกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นๆ ร้อยละ 56.52 รองลงมาคือ ตรา TPI เขียวกับ ตรามือร้อยละ 17.39 ตรานกอินทรีร้อยละ 8.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000บาท จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นๆ ร้อยละ 42.25 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 28.16 ตราคอกบัวร้อยละ 12.67 ตรานกอินทรีร้อยละ 9.89 ตรามือร้อยละ 4.22 ตรางูเห่าร้อยละ 2.81 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาทจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นๆร้อยละ 51.28 รองลงมาคือตรานกอินทรีร้อยละ 33.33 ตราคอกบัวร้อยละ 6.92 ตรา TPI เขียวร้อยละ 5.12 ตรามือร้อยละ 2.56 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 40,000บาท จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นๆร้อยละ 41.46 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 26.82 ตรานกอินทรีร้อยละ 14.63 ตรามือกับตรางูเห่าเท่ากัน ร้อยละ 2.43 ตราคอกบัวร้อยละ 0.81 และ รายได้ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไปจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ร้อยละ 42.31 รองลงมาคือ ตรานกอินทรีกับตรามือเท่ากัน ร้อยละ 15.38 ตรา TPI เขียว ร้อยละ 11.53 ตราคอกบัวกับ

ตารางเท่าเท่ากันคือ 7.69 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าทุกระดับรายได้เฉลี่ยเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นๆ

ตาราง 4.17 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยของผู้ซื้อ

| รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|------------------|--------|-----------|--------|-------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราดอกบัว | | ตรานกอินทรี | | ตรางูเห่า | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 13 | 56.52 | - | - | 2 | 8.70 | - | - | 4 | 17.39 | 4 | 17.39 | 23 | 100.00 |
| 10,000-20,000 บาท | 30 | 42.25 | 9 | 12.67 | 7 | 9.89 | 2 | 2.81 | 20 | 28.16 | 3 | 4.22 | 71 | 100.00 |
| 20,000-30,000 บาท | 20 | 51.28 | 3 | 6.92 | 13 | 33.33 | - | - | 2 | 5.12 | 1 | 2.56 | 39 | 100.00 |
| 30,000-40,000 บาท | 17 | 41.46 | 1 | 24.39 | 6 | 14.63 | 3 | 2.43 | 11 | 26.82 | 3 | 7.31 | 41 | 100.00 |
| 40,000 บาท ขึ้นไป | 11 | 42.30 | 2 | 7.69 | 4 | 15.38 | 2 | 7.69 | 3 | 11.53 | 4 | 15.38 | 26 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.2.6) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามลักษณะการได้รับสินเชื่อของผู้ซื้อ

ข้อมูลในตาราง 4.18 เมื่อพิจารณাত্রาปูนซีเมนต์ผสมกับลักษณะการได้รับสินเชื่อของผู้ซื้อ จะเห็นได้ว่าถ้าผู้ซื้อได้รับสินเชื่อ ลักษณะเงินสดทันทีจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ร้อยละ 46.67 รองลงมาคือตรานกอินทรีร้อยละ 24.44 ตรา TPI เขียวร้อยละ 15.55 ตรามือ ร้อยละ 8.88 ตราดอกบัวร้อยละ 4.44 ผู้ซื้อได้รับสินเชื่อ ลักษณะเงินเชื่อ 7 วัน จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ตรา TPI เขียวร้อยละ 22.22 ตรานกอินทรีร้อยละ 13.49 ตรางูเห่าร้อยละ 5.55 ตราดอกบัวร้อยละ 4.76 ตรามือร้อยละ 3.96 และถ้าผู้ซื้อได้รับสินเชื่อ ลักษณะเงินเชื่อ 30 วัน จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือและตราดอกบัว ร้อยละ 24.14 รองลงมาคือตรา มือร้อยละ 20.68 ตรา TPI เขียวร้อยละ 17.24 ตรานกอินทรีร้อยละ 13.79 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าทุกลักษณะการได้รับสินเชื่อผู้ซื้อจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือ

ตาราง 4.18 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามลักษณะการได้รับเงินของผู้ซื้อ

| การได้รับ เงิน ซื้อ | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|------------------|--------|-----------|--------|-------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราดอกบัว | | ตรานกอินทรี | | ตรางูเห่า | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| เงินสดทันที | 21 | 46.66 | 2 | 4.44 | 11 | 24.44 | - | - | 7 | 15.55 | 4 | 8.88 | 45 | 100.00 |
| เงินเชื่อ 7 วัน | 63 | 50.00 | 6 | 4.76 | 17 | 13.49 | 7 | 5.55 | 28 | 22.22 | 5 | 3.96 | 126 | 100.00 |
| เงินเชื่อ 30 วัน | 7 | 24.13 | 7 | 24.13 | 4 | 13.79 | - | - | 5 | 17.24 | 6 | 20.68 | 29 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.2.7) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามจำนวนปูนซีเมนต์ผสมที่ซื้อต่อครั้ง

ข้อมูลในตาราง 4.19 เมื่อพิจารณาตราปูนซีเมนต์ผสมกับจำนวนปูนซีเมนต์ผสมที่สั่งซื้อครั้ง จะเห็นได้ว่า ถ้าผู้ซื้อซื้อน้อยกว่า 1 ตันต่อครั้ง จะเลือกซื้อ ปูนซีเมนต์ผสมตรานกอินทรีมากกว่าตราอื่นๆ ร้อยละ 47.36 รองลงมาคือตรา TPI เขียว ร้อยละ 26.31 ตราเสือน้อยกว่า 47.36 ตรามือ ร้อยละ 5.26 ซึ่งระหว่าง 1-7 ตันจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือน้อยกว่าตราอื่นๆ ร้อยละ 53.33 รองลงมาคือตรา TPI เขียว ร้อยละ 17.33 ตรานกอินทรี ร้อยละ 16.00 ตรามือ ร้อยละ 4.00 ตราดอกบัว ร้อยละ 2.66 ซึ่งระหว่าง 8 - 13 ตันจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือน้อยกว่าตราอื่นๆ ร้อยละ 37.20 รองลงมาคือตรา TPI เขียว ร้อยละ 22.09 ตราดอกบัว ร้อยละ 15.11 ตรามือ ร้อยละ 11.62 ตรา นกอินทรี ร้อยละ 8.13 ตรางูเห่า ร้อยละ 5.81 ซึ่งระหว่าง 13 ตันขึ้นไปจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสม ตราเสือน้อยกว่าจำนวน ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือตรานกอินทรี ร้อยละ 20.00 ตรา TPI เขียว ร้อยละ 15.00 ตรางูเห่า ร้อยละ 10.00 ตรามือ ร้อยละ 5.00 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่าถ้าผู้ซื้อซื้อ ปริมาณน้อยกว่า 1 ตัน จะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตรานกอินทรีมากกว่าตราอื่น แต่ถ้าซื้อคราวละ 1 ตันขึ้นไปจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือ มากกว่าตราอื่นๆ

ตาราง 4.19 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามจำนวนปูนซีเมนต์ผสมที่ซื้อต่อครั้ง

| จำนวนตัน | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|------------------|--------|-----------|--------|-------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราคอกบัว | | ตรานกอินทรี | | ตรางูเห่า | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| น้อยกว่า 1 ตัน | 4 | 21.05 | - | - | 9 | 47.36 | - | - | 5 | 26.31 | 1 | 5.26 | 19 | 100.00 |
| 1 - 7 ตัน | 45 | 53.33 | 2 | 2.66 | 12 | 16.00 | - | - | 13 | 17.33 | 3 | 4.00 | 75 | 100.00 |
| 8 - 13 ตัน | 32 | 37.20 | 13 | 15.11 | 7 | 8.13 | 5 | 5.81 | 19 | 22.09 | 10 | 11.62 | 86 | 100.00 |
| 13 ตัน ขึ้นไป | 10 | 50.00 | - | - | 4 | 20.00 | 2 | 10.00 | 3 | 15.00 | 1 | 5.00 | 20 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.2.8) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามระยะเวลาการเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสม

ข้อมูลในตาราง 4.20 เมื่อพิจารณาตราปูนซีเมนต์ผสมกับระยะเวลาในการเก็บปูนซีเมนต์ผสม จะเห็นได้ว่าระยะเวลาที่ผู้ซื้อเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสม ระหว่าง 1 – 7 วันจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นร้อยละ 40.42 รองลงมาคือตรานกอินทรีร้อยละ 19.14 ตราคอกบัวร้อยละ 14.89 ตรามือร้อยละ 12.76 ตรา TPI เขียวร้อยละ 8.51 ระยะเวลาที่ผู้ซื้อเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสมระหว่าง 8 – 14 วันจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตราเสือมากกว่าตราอื่นร้อยละ 44.73 รองลงมาคือตรา นกอินทรีร้อยละ 22.36 ตรา TPI เขียวร้อยละ 19.73 ตราคอกบัวกับตรามือเท่ากันร้อยละ 5.26 ตรา งูเห่าร้อยละ 2.96 ระยะเวลาที่ผู้ซื้อเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสม ระหว่าง 15 – 30 วันจะเลือกซื้อ ปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่นๆ ร้อยละ 49.27 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 27.53 ตรา นกอินทรีร้อยละ 7.24 ตราคอกบัวเท่ากับตรามือร้อยละ 5.79 ตรางูเห่าร้อยละ 4.34 ระยะเวลาที่ ผู้ซื้อเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสม ตั้งแต่ 30 วันขึ้นไปจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสือมากกว่าตราอื่น ร้อยละ 50.00 ตรา TPI เขียวร้อยละ 25.00 ตรา นกอินทรีเท่ากับตรามือร้อยละ 12.50 จากข้อมูล ดังกล่าวแสดงว่า ผู้ซื้อเก็บปูนซีเมนต์ทุกระยะเวลาจะเลือกปูนซีเมนต์ผสมตราเสือ

ตาราง 4.20 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามระยะเวลาการเก็บรักษาปูนซีเมนต์ผสม

| ระยะเวลา | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|------------------|--------|-----------|--------|-------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราดอกบัว | | ตรานกอินทรี | | ตรางูเห่า | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 - 7 วัน | 19 | 40.42 | 7 | 14.89 | 9 | 19.14 | 2 | 4.25 | 4 | 8.51 | 6 | 12.76 | 47 | 100.00 |
| 8 - 14 วัน | 34 | 44.73 | 4 | 5.26 | 17 | 22.36 | 2 | 2.63 | 15 | 19.73 | 4 | 5.26 | 76 | 100.00 |
| 15 - 30 วัน | 34 | 49.27 | 4 | 5.79 | 5 | 7.24 | 3 | 4.34 | 19 | 27.53 | 4 | 5.79 | 69 | 100.00 |
| 30 วันขึ้นไป | 4 | 50.00 | - | - | 1 | 12.50 | - | - | 2 | 25.00 | 1 | 12.50 | 8 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.2.9) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้างของผู้ซื้อ

ข้อมูลในตาราง 4.21 เมื่อพิจารณาตราปูนซีเมนต์ผสมกับระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้าง ระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้างไม่เกิน 1 กิโลเมตรจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตรา นกอินทรีมากกว่าตราอื่นร้อยละ 43.47 รองลงมาคือ ตราเสือร้อยละ 34.82 ตรา TPI เขียวร้อยละ 8.69 ตรามือร้อยละ 4.34 ตราดอกบัวร้อยละ 4.30 ระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้างระหว่าง 1 - 5 กิโลเมตรจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตราเสือมากกว่าตราอื่นร้อยละ 47.58 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 20.96 ตรา นกอินทรีร้อยละ 10.48 ตราดอกบัวร้อยละ 9.67 ตรามือร้อยละ 8.06 ตรา งูเห่าร้อยละ 0.80 ระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้างระหว่าง 5 -10 กิโลเมตรจะเลือกซื้อ ปูนซีเมนต์ตราเสือมากกว่าตราอื่นร้อยละ 43.90 รองลงมาคือตรา TPI เขียว ร้อยละ 19.51 ตรา นกอินทรีร้อยละ 17.07 ตรามือร้อยละ 7.31 ตราดอกบัวร้อยละ 4.87 ระยะทางจากร้านค้ามายัง สถานที่ก่อสร้างตั้งแต่ 10 กิโลเมตรขึ้นไปจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตรา นกเสือมากกว่าตราอื่น ร้อยละ 50.00 รองลงมาคือตรา TPI เขียวร้อยละ 25.00 ตรา นกอินทรีร้อยละ 16.66 ตรามือร้อยละ 12.00 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ระยะทางจากสถานที่ก่อสร้างของผู้ซื้อไม่ห่างไกลเกิน 1 กิโลเมตรจะ เลือกซื้อปูนซีเมนต์ตรา นกอินทรี แต่ถ้าอยู่ระยะไกลตั้งแต่ 1 กิโลเมตรขึ้นไปจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ ตราเสือ

ตาราง 4.21 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามระยะทางจากร้านค้ามายังสถานที่ก่อสร้างของผู้ซื้อ

| ระยะทาง | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|---------------|------------------|--------|-----------|--------|-------------|--------|-----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราคอกบัว | | ตรานกอินทรี | | ตรางูเห่า | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไม่เกิน 1 กม. | 8 | 34.82 | 1 | 4.30 | 10 | 43.47 | - | - | 2 | 8.69 | 1 | 4.34 | 23 | 100.00 |
| 1-5 กม. | 59 | 47.58 | 12 | 9.67 | 13 | 10.48 | 4 | 0.80 | 26 | 20.96 | 10 | 8.06 | 124 | 100.00 |
| 5-10 กม. | 18 | 43.90 | 2 | 4.87 | 7 | 17.07 | 3 | 7.31 | 8 | 19.51 | 3 | 7.31 | 41 | 100.00 |
| 10 กม. ขึ้นไป | 6 | 50.00 | - | - | 2 | 16.66 | - | - | 3 | 25.00 | 1 | 8.33 | 12 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.2.10) การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามการซื้อปูนซีเมนต์ผสมในอดีตของผู้ซื้อ

จากตาราง 4.22 เมื่อพิจารณาดราปูนซีเมนต์ผสมกับการซื้อปูนซีเมนต์ผสมในอดีต จะเห็นได้ว่าในอดีตที่ผู้ซื้อใช้ตราใดตราหนึ่งไม่เปลี่ยนแปลงจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมตราเสี้อยู่ 54.04 ร้อยละ รองลงมาคือตรานกอินทรีร้อยละ 25.67 ตราคอกบัวร์้อยละ 14.18 ตรางูเห่าร้อยละ 4.05 ตรา TPI เขียวร้อยละ 2.02 และไม่เจาะจงการใช้ตราใดตราหนึ่งจะเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตรานกอินทรีมากกว่าตราอื่น ๆ ร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ ตราเสือ ร้อยละ 21.15 ตรางูเห่าร้อยละ 19.23 ตรา TPI เขียวร้อยละ 13.46 ตรามือร้อยละ 11.53 ตราคอกบัวร์้อยละ 9.61 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ในอดีตที่ผู้ซื้อซื้อปูนซีเมนต์ไม่เปลี่ยนแปลงผู้ซื้อจะซื้อปูนซีเมนต์ตราเสีมากกว่าตราอื่นๆ แต่ถ้าไม่มีการเจาะจงตราผู้ซื้อก็จะซื้อปูนซีเมนต์ตรานกอินทรีมากกว่าตราอื่นๆ

ตาราง 4.22 การเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมจำแนกตามการซื้อปูนซีเมนต์ผสมในอดีตของผู้ซื้อ

| ลักษณะการซื้อ ในอดีต | ตราปูนซีเมนต์ผสม | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|------------------|--------|-----------|--------|-------------|--------|----------|--------|---------------|--------|--------|--------|-------|--------|
| | ตราเสือ | | ตราดอกบัว | | ตรานกอินทรี | | ตราภูเขา | | ตรา TPI เขียว | | ตรามือ | | รวม | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ซื้อตราใดตรา หนึ่งไม่เปลี่ยนแปลง | 80 | 54.05 | 21 | 14.18 | 38 | 25.67 | 6 | 4.05 | 3 | 2.02 | - | - | 148 | 100.00 |
| ไม่เจาะจงซื้อ ตราใดตราหนึ่ง | 11 | 21.15 | 5 | 9.61 | 13 | 25.00 | 10 | 19.23 | 7 | 13.46 | 6 | 11.53 | 52 | 100.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.3) การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมจะมีปัจจัยที่สำคัญทั้งสิ้นจำนวน 6 ปัจจัย โดยแต่ละปัจจัยจะมีการให้ระดับความสำคัญจากมากที่สุด ไปยังน้อยที่สุดและทำการหาค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยเพื่อดูว่าปัจจัยใดมีความสำคัญที่สุด ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านบุคคลผู้แนะนำให้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม
2. ปัจจัยด้านราคาและเงื่อนไขการจำหน่ายของปูนซีเมนต์ผสม
3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริษัทผลิต
4. ปัจจัยด้านการตลาดของปูนซีเมนต์ผสม
5. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ผลิต
6. ปัจจัยด้านการให้บริการร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย

4.3.1) ปัจจัยด้านบุคคลผู้แนะนำให้ซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม

ข้อมูลในตารางที่ 4.23 ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.00 เมื่อพิจารณาจากข้อย่อยของปัจจัยในแต่ละข้อ พบว่า ตัวแทนจำหน่าย/ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3.60 รองลงมาคือ ผู้รับเหมา คะแนนเฉลี่ย 3.39 วิศวกรโครงการ คะแนนเฉลี่ย 3.13 เจ้าของโครงการ คะแนนเฉลี่ย 2.90 และสถาปนิก คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือ 1.98 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า ตัวแทนจำหน่าย/ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสมมากที่สุด ในขณะที่ ปัจจัยด้านอื่นๆ มีผลน้อยกว่า

ตาราง 4.23 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลผู้แนะนำผู้ซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม

| ปัจจัยด้านบุคคล | ระดับการให้ความสำคัญ | | | | | คะแนนเฉลี่ย |
|------------------------------------|----------------------|-------|---------|-------|------------|-------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | |
| เจ้าของโครงการ | 76 | 16 | 10 | 9 | 89 | 2.91 |
| ผู้รับเหมา | 102 | 20 | 2 | 5 | 71 | 3.39 |
| สถาปนิก | - | 4 | 25 | 134 | 37 | 1.98 |
| วิศวกรโครงการ | 10 | 57 | 83 | 48 | 2 | 3.13 |
| ตัวแทนจำหน่าย/ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง | 12 | 102 | 80 | 5 | 1 | 3.60 |
| รวม | | | | | | 3.00 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.3.2) ปัจจัยด้านราคาและเงื่อนไขการจำหน่าย

ข้อมูลในตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยนี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.64 เมื่อพิจารณาจากข้อย่อยของปัจจัย พบว่า เงื่อนไขการชำระเงิน/เครดิต มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.89 รองลงมาคือ มีบริการจัดส่ง 3.68 ราคาที่ต่ำกว่าตราเดียวกันในท้องตลาด คะแนนเฉลี่ย 3.63 ถูกกว่าตราอื่นๆ ในท้องตลาด คะแนนเฉลี่ย 3.39 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านเงื่อนไขการชำระเงิน(เงินสด/เครดิต) ดังนั้นในการพิจารณาถึงเรื่องราคา และเงื่อนไขของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อจะพิจารณาเรื่องของเงื่อนไขการชำระเงินเป็นหลัก อาจเป็นเพราะผู้ซื้อต้องการซื้อสินค้าที่ถูก และมีคุณภาพมากกว่า ในอดีตที่พิจารณาเรื่องตราอย่างเดียว

ตารางที่ 4.24 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาและเงื่อนไขการจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม

| ปัจจัยด้านราคาและ เงื่อนไข | ระดับการให้ความสำคัญ | | | | | คะแนน เฉลี่ย |
|--|----------------------|-------|---------|-------|------------|-----------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | |
| ถูกกว่าตราอื่น ๆ ใน ท้องตลาด | 78 | 16 | 13 | 92 | 1 | 3.39 |
| เงื่อนไขการชำระเงิน (เงินสด / เครดิต) | 93 | 25 | 52 | 27 | 3 | 3.89 |
| ราคาที่ต่ำกว่าตราเดียว กันในท้องตลาด | 29 | 68 | 103 | - | - | 3.63 |
| มีบริการจัดส่ง | - | 91 | 32 | 77 | - | 3.68 |
| รวม | | | | | | 3.64 |

ที่มา: จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.3.3) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริษัท

ข้อมูลในตารางที่ 4.25 ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริษัท มีผลต่อการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.00 เมื่อพิจารณาจากข้อย่อยของปัจจัย พบว่า ชื่อเสียงของตราสินค้า มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3.84 รองลงมาคือ ใช้งานได้สะดวก 3.40 คุณภาพดีกว่าตราอื่นๆ 2.92 บริษัทผู้ผลิตมีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ 2.91 และสามารถใช้งานได้ตามที่ระบุคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือ 1.97 จากข้อมูลดังกล่าว แสดงว่า ชื่อเสียงของตราสินค้ามีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสมมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆ จะน้อยกว่า ดังนั้นในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมของผู้ซื้อจะพิจารณาในเรื่องของชื่อเสียงของตราสินค้าเป็นหลัก ผู้ผลิตควรจะรักษา Brand Name และภาพพจน์ของตนเองให้ได้ดี เพื่อที่จะมีส่วนในการจำหน่ายสูงกว่าบริษัทอื่นๆ

ตารางที่ 4.25 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริษัทที่มีผลต่อการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริษัท | ระดับการให้ความสำคัญ | | | | | คะแนนเฉลี่ย |
|---|----------------------|-------|---------|-------|------------|-------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | |
| คุณภาพดีกว่าตราอื่นๆ | 59 | 23 | 8 | 63 | 47 | 2.92 |
| ใช้งานได้สะดวก | 44 | 73 | - | 82 | - | 3.40 |
| ชื่อเสียงของตราสินค้า | 50 | 68 | 82 | - | - | 3.84 |
| บริษัทผู้ผลิตมีความมั่นคงและน่าเชื่อถือ | - | 36 | 110 | 54 | - | 2.91 |
| สามารถใช้งานได้ตามที่ระบุ | 47 | - | - | 5 | 148 | 1.97 |
| รวม | | | | | | 3.00 |

ที่มา: จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.3.4) ปัจจัยด้านการตลาดของปูนซีเมนต์ผสม

ข้อมูลในตารางที่ 4.26 ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการตลาด มีผลต่อการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม ด้วยคะแนนเฉลี่ย 2.66 เมื่อพิจารณาจากข้อย่อยของปัจจัยพบว่า การมีบริการหลังการขายที่ดี มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.80 รองลงมาคือ สามารถซื้อได้ง่าย 3.71 มีการจัดรายการส่งเสริมการขายเป็นประจำ 2.86 มีพนักงานมาให้ข้อมูลที่หน่วยงานโครงการ 2.76 การให้ข้อมูลที่ถูกต้องในการใช้ปูนซีเมนต์ 1.50 และมีความคุ้นเคยกับตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้า ต่ำสุด คือ 1.37 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การมีบริการหลังการขายที่ดี มีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ จะน้อยกว่า ดังนั้น ในการพิจารณารายการบริการหลังการขายที่ดี บริษัทควรจะมีหน่วยงานสนับสนุนหรือทีมงานบริการเทคนิคในการช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาให้กับผู้ซื้อ เพื่อที่จะสามารถสร้างบริการหลังการขายที่ดีและเกิด Brand Loyalty ได้

ตาราง 4.26 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม

| ปัจจัยด้านการตลาด | ระดับการให้ความสำคัญ | | | | | |
|--|----------------------|-------|---------|-------|------------|-------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | คะแนนเฉลี่ย |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | |
| มีการจัดรายการส่งเสริมการขายเป็นประจำ | 56 | 38 | 15 | 3 | 88 | 2.86 |
| สามารถจัดซื้อได้สะดวก | 98 | 5 | 38 | 59 | - | 3.71 |
| มีพนักงานมาให้ข้อมูลที่หน่วยงานโครงการ | 9 | 10 | 127 | 33 | 21 | 2.76 |
| มีบริการหลังการขายที่ดี | 34 | 124 | 20 | 12 | 10 | 3.80 |
| การให้ข้อมูลที่ถูกต้องในการใช้ปูนซีเมนต์ | 3 | 1 | 3 | 85 | 108 | 1.50 |
| มีความคุ้นเคยกับตัวแทนจำหน่ายหรือร้านค้า | - | 19 | 2 | 12 | 167 | 1.37 |
| | รวม | | | | | 2.66 |

ที่มา: จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.3.5) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ผลิต

ข้อมูลในตารางที่ 4.27 ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ผลิต มีผลต่อการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.59 เมื่อพิจารณาจากข้อย่อยของปัจจัยพบว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องจะได้คะแนนเฉลี่ย 4.59 การส่งข้อมูลมายังลูกค้าอยู่สม่ำเสมอจะได้คะแนนเฉลี่ย 2.59 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องมีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสมมากที่สุด มากกว่าการส่งข้อมูลมายังลูกค้าอยู่สม่ำเสมอ แสดงว่าบริษัทผู้ผลิตควรจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องจะช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมได้

ตารางที่ 4.27 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ผลิตที่มีผลต่อการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม

| ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ | ระดับการให้ความสำคัญ | | | | | คะแนนเฉลี่ย |
|---|----------------------|-------|---------|-------|------------|-------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | |
| มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง | 127 | 64 | 8 | 1 | - | 4.59 |
| มีข้อมูลส่งมายังลูกค้าอยู่สม่ำเสมอ | 4 | 29 | 76 | 63 | 28 | 2.59 |
| รวม | | | | | | 3.59 |

ที่มา: จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

4.3.5) ปัจจัยด้านการให้บริการของร้านค้า หรือตัวแทนจำหน่าย

ข้อมูลในตารางที่ 4.28 ซึ่งให้เห็นว่า ปัจจัยด้านร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่าย มีผลต่อทางเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสมด้วยคะแนนเฉลี่ย 3.49 เมื่อพิจารณาจากข้อย่อยของปัจจัยพบว่า เครดิตเทอมที่ได้รับ มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.31 ลดลงมากคือ ร้านค้า/ตัวแทนจำหน่ายมีระบบการจัดส่งที่ดี 3.88 คอบเป็นกันเอง, สนิทสนม 3.24 และอยู่ใกล้กับสถานที่ก่อสร้างต่ำสุด 2.55 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงว่า สินเชื่อที่ได้รับมีผลต่อผู้ซื้อในการเลือกตราปูนซีเมนต์ผสมมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ

มีผลน้อยกว่า แสดงให้เห็นว่าสินเชื่อที่ได้รับจากร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายจะเป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสม

ตารางที่ 4.28 ระดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการให้บริการของร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม

| ปัจจัยด้านการให้บริการ ของร้านค้าหรือตัวแทน จำหน่าย | ระดับการให้ความสำคัญ | | | | | คะแนน เฉลี่ย |
|---|----------------------|-------|---------|-------|------------|-----------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | |
| | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | จำนวน | |
| ร้านค้า / ตัวแทนจำหน่าย มีระบบการจัดส่งที่ดี | 57 | 102 | - | 41 | - | 3.88 |
| ความเป็นกันเอง, สนิท สนม | 9 | 31 | - | 159 | 1 | 3.24 |
| สินเชื่อที่ได้รับ | 103 | 57 | 39 | 1 | - | 4.31 |
| อยู่ใกล้กับสถานที่ก่อสร้าง | 31 | 9 | 2 | 154 | 4 | 2.55 |
| รวม | | | | | | 3.49 |

ที่มา : จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปี 2544

สรุป

ข้อมูลในตาราง 4.29 ชี้ให้เห็นว่า จากปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัยจะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านราคาและเงื่อนไขการจำหน่ายจะมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.64 รองลงมาคือปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ผลิต 3.59 ปัจจัยด้านร้านค้า/ตัวแทนจำหน่าย 3.49 ปัจจัยด้านบุคคลและผลิตภัณฑ์/บริษัทเท่ากัน 3.00 และปัจจัยด้านการตลาด 2.66 ดังนั้นจากข้อมูลจะเห็นได้ว่า ราคาและเงื่อนไขการจำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อตราปูนซีเมนต์ผสม

ตาราง 4.29 สรุปคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม

| ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ซื้อในการตัดสินใจเลือกตราปูนซีเมนต์ผสม | คะแนนเฉลี่ย |
|---|-------------|
| ปัจจัยด้านบุคคลผู้แนะนำให้ซื้อปูนซีเมนต์ผสม | 3.00 |
| ปัจจัยด้านราคาและเงื่อนไขการจำหน่ายของปูนซีเมนต์ผสม | 3.64 |
| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริษัทผลิต | 3.00 |
| ปัจจัยด้านการตลาดของปูนซีเมนต์ผสม | 2.66 |
| ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ผลิต | 3.59 |
| ปัจจัยด้านการให้บริการของร้านค้าตัวแทนจำหน่าย | 3.49 |

ที่มา : จากตาราง 4.23 – 4.28