

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ-อบไอน้ำ สำหรับงานก่อผนัง ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 160 ตัวอย่าง เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อของแต่ละโครงการหรือแต่ละบริษัทที่ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ หรือธุรกิจก่อสร้าง อันได้แก่ เจ้าของโครงการ หรือวิศวกร หรือสถาปนิก หรือผู้รับเหมา หรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ ที่เคยซื้อหรืออยู่ระหว่างกำลังตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ-อบไอน้ำ เพื่อใช้สำหรับก่อสร้างสิ่งก่อสร้างประเภทเพื่อการอยู่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) เพื่อแยกตามประเภทของสิ่งก่อสร้างประเภทเพื่อการอยู่อาศัย จากนั้นใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละกลุ่มโดยเลือกจากผู้ที่มีครใจในการให้ข้อมูล โดยประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างสิ่งก่อสร้างเพื่อการอยู่อาศัยในแนวราบ แบบบ้านเดี่ยว จำนวน 79 ตัวอย่าง แบบบ้านแฝดจำนวน 3 ตัวอย่าง แบบทาวน์เฮ้าส์และอาคารพาณิชย์ จำนวน 19 ตัวอย่าง และสิ่งก่อสร้างเพื่อการอยู่อาศัย แบบอาคารสูง จำนวน 59 ตัวอย่าง รวมทั้งหมด 160 ตัวอย่าง

นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่ตั้งไว้ โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ส่วน ตามลำดับดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 1 ถึง ตาราง 4)
2. ผลการศึกษาลักษณะการดำเนินงานของกิจการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 5 ถึง ตาราง 13)
3. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ-อบไอน้ำ สำหรับงานก่อผนัง (ตาราง 14 ถึง ตาราง 22)
4. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ-อบไอน้ำ สำหรับงานก่อผนัง จำแนกตามจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ และประเภทสิ่งก่อสร้าง (ตาราง 23 ถึง ตาราง 35)
5. ผลการศึกษาระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด (ตาราง 36 ถึง ตาราง 45)

6. ผลการศึกษาระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ และประเภทสิ่งก่อสร้าง (ตาราง 46 ถึง ตาราง 55)

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ สถิติร้อยละ (Percentage) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	141	88.13
หญิง	19	11.88
รวม	160	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 88.13 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 11.88

ตาราง 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกช่วงอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	1.25
21 – 30 ปี	28	17.50
31 – 40 ปี	101	63.13
41 – 50 ปี	23	14.38
51 ปีขึ้นไป	6	3.75
รวม	160	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.13 รองลงมา คือ อายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.50 อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.38 อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.75 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	8	5.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.63
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	25	15.63
อนุปริญญาตรี/ปวส.	5	3.13
ปริญญาตรี	99	61.88
สูงกว่าปริญญาตรี	22	13.75
รวม	160	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับสูงสุดปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61.88 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 15.63 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.75 ประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.00 อนุปริญญาตรี /ปวส. คิดเป็นร้อยละ 3.13 และมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 0.63 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	17	10.63
ผู้จัดการทั่วไป	11	6.88
กรรมการผู้จัดการ	17	10.63
เจ้าของโครงการ/หุ้นส่วน	22	13.75
วิศวกร/สถาปนิก	64	40.00
ผู้รับเหมา	29	18.13
รวม	160	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีตำแหน่งเป็นวิศวกร/สถาปนิก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ ผู้รับเหมา คิดเป็นร้อยละ 18.13 เจ้าของโครงการ/หุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อและกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 10.63 และผู้จัดการทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 6.88 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะการดำเนินงานของกิจการ

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ สถิติ ร้อยละ (Percentage) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการ

รูปแบบการจัดตั้งกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	42	26.25
บริษัทจำกัด	109	68.13
บริษัทจำกัด (มหาชน)	9	5.63
รวม	160	100.00

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการเป็นแบบ บริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 68.13 รองลงมา มีการจัดตั้งกิจการแบบ ห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 26.25 และ บริษัทจำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 5.63 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน

ระยะเวลาในการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	8	5.00
1 - 5 ปี	33	20.63
6 - 10 ปี	36	22.50
11 - 15 ปี	58	36.25
16 ปีขึ้นไป	25	15.63
รวม	160	100.00

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 11-15 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมาดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นเวลา 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.50 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.63 16 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 15.63 และ ไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุคลากรในกิจการ

จำนวนบุคลากรในกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 คน	23	14.38
31- 50 คน	30	18.75
51 - 100 คน	57	35.63
101- 200 คน	15	9.38
200 คนขึ้นไป	35	21.88
รวม	160	100.00

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนบุคลากรในกิจการ 51 - 100 คน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.63 รองลงมา มีจำนวนบุคลากรในกิจการ 200 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.88 มีจำนวนบุคลากรในกิจการ 31- 50 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 มีจำนวนบุคลากรในกิจการไม่เกิน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.38 และมีจำนวนบุคลากรในกิจการ 101-200 คน คิดเป็นร้อยละ 9.38 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

จำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	5	3.13
1-10 ล้านบาท	58	36.25
11-50 ล้านบาท	55	34.38
51-100 ล้านบาท	15	9.38
มากกว่า 100 ล้านบาท	27	16.88
รวม	160	100.00

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ 1-10 ล้านบาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมา มีจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ 11-50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.38 มีจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ มากกว่า 100 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.88 มีจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ 51-100 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 9.38 และมีจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการต่ำกว่า 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.13 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนโครงการก่อสร้างต่อปี

จำนวนโครงการก่อสร้างประเภทเพื่อการอยู่อาศัยต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 โครงการ	57	35.63
3 – 4 โครงการ	40	25.00
5 – 6 โครงการ	41	25.63
มากกว่า 6 โครงการ	22	13.75
รวม	160	100.00

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนโครงการก่อสร้างประเภทเพื่อการอยู่อาศัยต่อปี 1 – 2 โครงการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.63 รองลงมามีจำนวนโครงการก่อสร้างประเภทเพื่อการอยู่อาศัยต่อปี 5 – 6 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 25.63 มีจำนวนโครงการก่อสร้างประเภทเพื่อการอยู่อาศัยต่อปี 3 - 4 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และมีจำนวนโครงการก่อสร้างประเภทเพื่อการอยู่อาศัยต่อปีมากกว่า 6 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 13.75 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ประเภทของสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา	จำนวน	ร้อยละ
ทาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์	58	36.25
บ้านเดี่ยว	115	71.88
บ้านแฝด	55	34.38
อาคารสูง เช่น คอนโดมิเนียม	65	40.63
อื่นๆ ได้แก่ โครงสร้างพิเศษ สำนักงาน โรงงาน	16	10.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 160 ราย

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบาในการก่อสร้างสิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 71.88 รองลงมาเลือกใช้คอนกรีตมวลเบาในการก่อสร้างสิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง เช่น คอนโดมิเนียม คิดเป็นร้อยละ 40.63 เลือกใช้คอนกรีตมวลเบาในการก่อสร้างสิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 36.25 เลือกใช้คอนกรีตมวลเบาในการก่อสร้างสิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด คิดเป็นร้อยละ 34.38 และเลือกใช้คอนกรีตมวลเบาในการก่อสร้างสิ่งก่อสร้างประเภทอื่นๆ ได้แก่ โครงสร้างพิเศษ 5 ราย สำนักงาน 3 ราย และ โรงงาน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างโดยประมาณต่อโครงการ

งบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างโดยประมาณต่อโครงการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	6	3.75
1.1 – 10.0 ล้านบาท	46	28.75
10.1 – 20.0 ล้านบาท	67	41.88
20.1 – 30.0 ล้านบาท	22	13.75
30.1 – 40.0 ล้านบาท	2	1.25
มากกว่า 40 ล้านบาทขึ้นไป	17	10.63
รวม	160	100.00

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างโดยประมาณต่อโครงการ 10.1 – 20.0 ล้านบาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.88 รองลงมา มีงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างโดยประมาณต่อโครงการ 1.1 – 10.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 28.75 มีงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างโดยประมาณต่อโครงการ 20.1 – 30.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.75 มีงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างโดยประมาณต่อโครงการ มากกว่า 40 ล้านบาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.63 มีงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างโดยประมาณต่อโครงการ ไม่เกิน 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.75 และ มีงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างโดยประมาณต่อโครงการ 30.1 – 40.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

แหล่งที่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนกรีตมวลเบา	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทผู้ผลิต	59	36.88
ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง	62	38.75
พนักงานของบริษัท	36	22.50
เพื่อนแนะนำ	24	15.00
งานแสดงสินค้า	45	28.13
สื่ออินเทอร์เน็ต	49	30.63
อื่นๆ ได้แก่วารสารเกี่ยวกับงานด้านสถาปัตยกรรม และวิศวกรรมโยธา	1	0.63

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 160 ราย

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนกรีตมวลเบาจากร้านค้าวัสดุก่อสร้าง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมา รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนกรีตมวลเบาจากบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 36.88 รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนกรีตมวลเบาจากสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 30.63 รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนกรีตมวลเบาจากงานแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 28.13 รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนกรีตมวลเบาจากพนักงานของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.50 รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนกรีตมวลเบาจากเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 15.00 และรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคอนกรีตมวลเบาจากแหล่งอื่นๆ ได้แก่ วารสารเกี่ยวกับงานด้านสถาปัตยกรรม และวิศวกรรมโยธา คิดเป็นร้อยละ 0.63 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อคอนกรีตมวลเบา	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	34	21.25
ผู้จัดการทั่วไป	7	4.38
กรรมการผู้จัดการ	24	15.00
เจ้าของโครงการ/หุ้นส่วน	56	35.00
วิศวกร/สถาปนิก	30	18.75
ผู้รับเหมา	9	5.63
รวม	160	100.00

จากตาราง 13 พบว่าผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อคอนกรีตมวลเบาของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เจ้าของโครงการ/หุ้นส่วน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมา คือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 21.25 วิศวกร/สถาปนิก คิดเป็นร้อยละ 18.75 กรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 15.00 ผู้รับเหมา คิดเป็นร้อยละ 5.63 และ ผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 4.38 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ-อบไอน้ำ สำหรับงานก่อผนัง

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตาราง 14 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยแปลผล	SD ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
ตราที่หือที่จะซื้อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง	0 0.00	2 1.25	19 11.88	92 57.50	47 29.38	160 100.0	4.15 มาก	0.67 4
ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00	1 0.63	16 10.00	101 63.13	42 26.25	160 100.0	4.15 มาก	0.61 3
คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	1 0.63	1 0.63	39 24.38	73 45.63	46 28.75	160 100.0	4.01 มาก	0.78 9
คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00	0 0.00	16 10.00	96 60.00	48 30.00	160 100.0	4.20 มาก	0.60 2
ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00	0 0.00	35 21.88	88 55.00	37 23.13	160 100.0	4.01 มาก	0.67 8
มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้	0 0.00	1 0.63	33 20.63	77 48.13	49 30.63	160 100.0	4.09 มาก	0.73 7
มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบา เป็นไปตามมาตรฐาน อุตสาหกรรม	0 0.00	0 0.00	27 16.88	82 51.25	51 31.88	160 100.0	4.15 มาก	0.68 5

ตาราง 14 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยแปลผล	SD ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาเหมาะสมเมื่อเป็นไปตามมาตรฐานและเท่ากันทุกก้อน	0 0.00	1 0.63	16 10.00	88 55.00	55 34.38	160 100.0	4.23 มาก	0.65 1
ความยาก - ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00	2 1.25	32 20.00	71 44.38	55 34.38	160 100.0	4.12 มาก	0.76 6
รวม							4.12 มาก	0.31

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

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับ ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาเหมาะสมเมื่อเป็นไปตาม มาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐาน อุตสาหกรรม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ทรายหือที่จะซื้อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความยาก - ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) และคุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมี ฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ของสินค้า	0 0.00	0 0.00	5 3.13	97 60.63	58 36.25	160 100.0	4.33 มาก	0.53 1
ราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ	0 0.00	0 0.00	50 31.25	82 51.25	28 17.50	160 100.0	3.86 มาก	0.69 5
มีการให้เครดิตการค้า/สามารถ ชำระเป็นเงินเชื่อได้	0 0.00	3 1.88	20 12.50	79 49.38	58 36.25	160 100.0	4.20 มาก	0.73 2
ราคาค่าขนส่ง	0 0.00	3 1.88	32 20.00	73 45.63	52 32.50	160 100.0	4.09 มาก	0.77 3
การให้ส่วนลดราคา	0 0.00	3 1.88	41 25.63	67 41.88	49 30.63	160 100.0	4.01 มาก	0.80 4
รวม							4.10 มาก	0.44

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

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคาโดยรวมใน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ ราคามีความ เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีการให้เครดิตการค้า/ สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ราคาขนส่ง ระดับความสำคัญ มาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) การให้ส่วนลดราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) และราคาของวัสดุใช้ งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	SD
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	แปลผล	ลำดับที่
ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00	0 0.00	35 21.88	93 58.13	32 20.00	160 100.0	3.98 มาก	0.65 3
มีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00	2 1.25	60 37.50	74 46.25	24 15.00	160 100.0	3.75 มาก	0.72 5
สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก	0 0.00	2 1.25	23 14.38	85 53.13	50 31.25	160 100.0	4.14 มาก	0.70 1
สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงตามเวลา	0 0.00	2 1.25	41 25.63	64 40.00	53 33.13	160 100.0	4.05 มาก	0.80 2
วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย	0 0.00	5 3.13	48 30.00	66 41.25	41 25.63	160 100.0	3.89 มาก	0.82 4
รวม							3.96 มาก	0.39

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

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงตามเวลา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ
คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	0 0.00	1 0.63	15 9.38	107 66.88	37 23.13	160 100.0	4.13 มาก	0.58 1
พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม	0 0.00	0 0.00	66 41.25	72 45.00	22 13.75	160 100.0	3.73 มาก	0.69 6
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์วิทยุ ฯลฯ	0 0.00	2 1.25	38 23.75	90 56.25	30 18.75	160 100.0	3.93 มาก	0.69 3
มีการขายโดยใช้พนักงานขาย หน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต	1 0.63	6 3.75	39 24.38	66 41.25	48 30.00	160 100.0	3.96 มาก	0.87 2
มีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง	1 0.63	5 3.13	59 36.88	73 45.63	22 13.75	160 100.0	3.69 มาก	0.77 7
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ	0 0.00	11 6.88	53 33.13	59 36.88	37 23.13	160 100.0	3.76 มาก	0.89 5
มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย	0 0.00	9 5.63	45 28.13	72 45.00	34 21.25	160 100.0	3.82 มาก	0.83 4
รวม							3.86 มาก	0.41

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

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์วิทยุ ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environmental) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านการสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบาน้อยกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ	3 1.88	1 0.63	11 6.88	71 44.38	74 46.25	160 100.0	4.33 มาก	0.79 1
ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว	0 0.00	0 0.00	36 22.50	95 59.38	29 18.13	160 100.0	3.96 มาก	0.64 4
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ	0 0.00	3 1.88	25 15.63	91 56.88	41 25.63	160 100.0	4.06 มาก	0.70 2
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	1 0.63	5 3.13	33 20.63	79 49.38	42 26.25	160 100.0	3.98 มาก	0.81 3
ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน	1 0.63	2 1.25	46 28.75	71 44.38	40 25.00	160 100.0	3.92 มาก	0.80 5

ตาราง 18 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environmental) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านการสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
กฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร	1 0.63	1 0.63	56 35.00	63 39.38	39 24.38	160 100.0	3.86 มาก	0.81 7
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน	1 0.63	4 2.50	33 20.63	98 61.25	24 15.00	160 100.0	3.88 มาก	0.71 6
รวม							4.00 มาก	0.40

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

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย4.00) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบาดำกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) และกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านองค์กร (Organizational) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมี ฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านองค์กร	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ทุนจดทะเบียนของบริษัท/ กิจการของท่าน	4 2.50	3 1.88	24 15.00	88 55.00	41 25.63	160 100.0	3.99 มาก	0.84 1
จำนวนพนักงานในองค์กรของ บริษัท/กิจการของท่าน	4 2.50	7 4.38	48 30.00	72 45.00	29 18.13	160 100.00	3.72 มาก	0.90 2
ระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของ บริษัท/กิจการของท่าน	4 2.50	10 6.25	55 34.38	72 45.00	19 11.88	160 100.00	3.58 มาก	0.87 4
นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/ กิจการของท่าน	2 1.25	3 1.88	56 35.00	80 50.00	19 11.88	160 100.00	3.69 มาก	0.75 3
รวม							3.75 มาก	0.62

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

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านองค์กรโดยรวม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) จำนวนพนักงานใน องค์กรของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) นโยบายการสั่งซื้อของ บริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) และระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของ บริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความสัมพันธ์/รู้จัก ระหว่าง กิจการของท่าน กับผู้ขายหรือ ผู้ผลิต	2 1.25	1 0.63	50 31.25	88 55.00	19 11.88	160 100.00	3.76 มาก	0.72 1
รวม							3.76 มาก	0.72

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

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ตาราง 21 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (Individual) ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา	0 0.00	2 1.25	82 51.25	66 41.25	10 6.25	160 100.00	3.53 มาก	0.63 2
ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มี ต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00	2 1.25	41 25.63	94 58.75	23 14.38	160 100.00	3.86 มาก	0.66 1
รวม							3.69 มาก	0.47

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

จากตาราง 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนบุคคลโดยรวมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยได้ดังนี้ ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) และทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ลำดับที่	การแปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.12	0.31	1	มาก
ด้านราคา	4.10	0.44	2	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.96	0.39	4	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.86	0.41	5	มาก
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	4.00	0.40	3	มาก
ปัจจัยด้านองค์การ	3.75	0.62	7	มาก
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.76	0.72	6	มาก
ปัจจัยส่วนบุคคล	3.69	0.47	8	มาก

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

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ด้านการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยด้านองค์การ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ-อบ
ไอน้ำ จำแนกตามจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ และประเภทสิ่งก่อสร้าง

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ ตาราง 23 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ตราชื่อที่ซื้อจะมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง	0 0.00%	1 1.59%	7 11.11%	35 55.56%	20 31.75%	63 100%	4.17 มาก	0.68 6
ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	5 7.94%	46 73.02%	12 19.05%	63 100%	4.11 มาก	0.51 8
คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 1.59%	16 25.40%	27 42.86%	19 30.16%	63 100%	4.02 มาก	0.79 9
คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	4 6.35%	43 68.25%	16 25.40%	63 100%	4.19 มาก	0.53 3
ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	9 14.29%	36 57.14%	18 28.57%	63 100%	4.14 มาก	0.64 7
มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้	0 0.00%	0 0.00%	12 19.05%	27 42.86%	24 38.10%	63 100%	4.19 มาก	0.74 5
มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐาน อุตสาหกรรม	0 0.00%	0 0.00%	6 9.52%	35 55.56%	22 34.92%	63 100%	4.25 มาก	0.62 1
มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาที่มีความสม่ำเสมอเป็นไปตาม มาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน	0 0.00%	1 1.59%	7 11.11%	34 53.97%	21 33.33%	63 100%	4.19 มาก	0.69 4
ความยาก - ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	11 17.46%	25 39.68%	27 42.86%	63 100%	4.25 มาก	0.74 2
รวม							4.17 มาก	0.31

ตาราง 23 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ตราชื่อที่ชื่อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบ ธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง	0 0.00 %	1 1.82%	4 7.27%	33 60.00%	17 30.91%	55 100%	4.2 มาก	0.65 3
ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	9 16.36%	33 60.00%	13 23.64%	55 100%	4.07 มาก	0.63 5
คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวล เบา	1 1.82%	0 0.00%	13 23.64%	28 50.91%	13 23.64%	55 100%	3.95 มาก	0.8 8
คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การ ประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	6 10.91%	30 54.55%	19 34.55%	55 100%	4.24 มาก	0.64 2
ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	11 20.00%	30 54.55%	14 25.45%	55 100%	4.05 มาก	0.68 6
มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้ มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้	0 0.00%	0 0.00%	11 20.00%	31 56.36%	13 23.64%	55 100%	4.04 มาก	0.67 7
มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตาม มาตรฐาน อุตสาหกรรม	0 0.00%	0 0.00%	17 30.91%	28 50.91%	10 18.18%	55 100%	3.87 มาก	0.7 9
มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาที่มีความสม่ำเสมอ เป็นไปตาม มาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน	0 0.00%	0 0.00%	6 10.91%	29 52.73%	20 36.36%	55 100%	4.25 มาก	0.64 1
ความยาก - ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 1.82%	8 14.55%	29 52.73%	17 30.91%	55 100%	4.13 มาก	0.72 4
รวม							รวม 4.09	0.31

ตาราง 23 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ตราสัญลักษณ์ที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบ ธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง	0 0.00%	0 0.00%	8 19.05%	24 57.14%	10 23.81%	42 100%	4.05 มาก	0.66 6
ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 2.38%	2 4.76%	22 52.38%	17 40.48%	42 100%	4.31 มาก	0.68 2
คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวล เบา	0 0.00%	0 0.00%	10 23.81%	18 42.86%	14 33.33%	42 100%	4.10 มาก	0.76 5
คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การ ประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	6 14.29%	23 54.76%	13 30.95%	42 100%	4.17 มาก	0.66 4
ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อม ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	15 35.71%	22 52.38%	5 11.90%	42 100%	3.76 มาก	0.66 9
มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้ มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้	0 0.00%	1 2.38%	10 23.81%	19 45.24%	12 28.57%	42 100%	4.00 มาก	0.80 7
มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตาม มาตรฐาน อุตสาหกรรม	0 0.00%	0 0.00%	4 9.52%	19 45.24%	19 45.24%	42 100%	4.36 มาก	0.66 1
มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาที่มีความสม่ำเสมอ เป็นไปตาม มาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน	0 0.00%	0 0.00%	3 7.14%	25 59.52%	14 33.33%	42 100%	4.26 มาก	0.59 3
ความยาก - ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 2.38%	13 30.95%	17 40.48%	11 26.19%	42 100%	3.90 มาก	0.82 8
รวม							4.10	0.30

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

จากตาราง 23 พบว่า ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความยาก – ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีขนาดของคอนกรีตมวลเบา มีความสม่ำเสมอเป็นไปตามมาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน ระดับ ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ทรายหือที่จะซื้อ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) และคุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ มีขนาดของคอนกรีตมวลเบา มีความสม่ำเสมอเป็นไป ตามมาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีคุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ทรายหือที่จะซื้อ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความยาก – ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsobไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆได้ดังนี้ มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาที่มีความสม่ำเสมอเป็นไปตามมาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีคุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ทรายหือที่จะซื้อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความยาก – ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 24 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท							ค่าเฉลี่ย	SD	
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	แปลผล			ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด					
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	0 0.00%	0 0.00%	1 1.59%	36 57.14%	26 41.27%	63 100%	4.4 มาก	0.52 1		
ราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ	0 0.00%	0 0.00%	12 19.05%	36 57.14%	15 23.81%	63 100%	4.05 มาก	0.66 4		
มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้	0 0.00%	3 4.76%	6 9.52%	25 39.68%	29 46.03%	63 100%	4.27 มาก	0.83 2		
ราคาค่าขนส่ง	0 0.00%	2 3.17%	9 14.29%	31 49.21%	21 33.33%	63 100%	4.13 มาก	0.77 3		
การให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	2 3.17%	17 26.98%	24 38.10%	20 31.75%	63 100%	3.98 มาก	0.85 5		
							4.17 รวม มาก	0.49		

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

ตาราง 24 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ราคามีความเหมาะสม กับคุณภาพของสินค้า	0 0.00%	0 0.00%	4 7.27%	32 58.18%	19 34.55%	55 100%	4.27 มาก	0.59 1
ราคาของวัสดุใช้งาน ประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ	0 0.00%	0 0.00%	23 41.82%	26 47.27%	6 10.91%	55 100%	3.69 มาก	0.66 5
มีการให้เครดิตการค้า/ สามารถชำระเป็นเงิน เชื่อได้	0 0.00%	0 0.00%	10 18.18%	31 56.36%	14 25.45%	55 100%	4.07 มาก	0.66 3
ราคาค่าขนส่ง	0 0.00%	0 0.00%	14 25.45%	24 43.64%	17 30.91%	55 100%	4.05 มาก	0.76 4
การให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	0 0.00%	14 25.45%	22 40.00%	19 34.55%	55 100%	4.09 มาก	0.78 2
			รวม				4.04 มาก	0.36

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

ตาราง 24 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านราคา	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ราคามีความเหมาะสม กับคุณภาพของสินค้า	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	29 69.05%	13 30.95%	42 100%	4.31 มาก	0.47 1
ราคาของวัสดุใช้งาน ประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ	0 0.00%	0 0.00%	15 35.71%	20 47.62%	7 16.67%	42 100%	3.81 มาก	0.71 5
มีการให้เครดิตการค้า/ สามารถชำระเป็นเงิน เชื่อได้	0 0.00%	0 0.00%	4 9.52%	23 54.76%	15 35.71%	42 100%	4.26 มาก	0.63 2
ราคาค่าขนส่ง	0 0.00%	1 2.38%	9 21.43%	18 42.86%	14 33.33%	42 100%	4.07 มาก	0.81 3
การให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	1 2.38%	10 23.81%	21 50.00%	10 23.81%	42 100%	3.95 มาก	0.76 4
			รวม				4.08 มาก	0.44

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

จากตาราง 24 พบว่า ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ราคาค่าขนส่ง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการให้ส่วนลดราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) การให้ส่วนลดราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ราคาค่าขนส่ง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ราคาค่าขนส่ง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) การให้ส่วนลดราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ยแปลผล	SD ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	0 0.00%	12 19.05%	38 60.32%	13 20.63%	63 100%	4.02 มาก	0.63 3
มีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	1 1.59%	22 34.92%	29 46.03%	11 17.46%	63 100%	3.79 มาก	0.74 5
สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก	0 0.00%	2 3.17%	7 11.11%	38 60.32%	16 25.40%	63 100%	4.08 มาก	0.7 1
สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงตามเวลา	0 0.00%	0 0.00%	19 30.16%	20 31.75%	24 38.10%	63 100%	4.08 มาก	0.83 2
วิธีการขนส่งให้ลูกค้าโดยใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย	0 0.00%	4 6.35%	17 26.98%	28 44.44%	14 22.22%	63 100%	3.83 มาก	0.85 4
							3.96 มาก	0.43

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

ตาราง 25 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท						ค่าเฉลี่ยแปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	0 0.00%	7 12.73%	33 60.00%	15 27.27%	55 100%	4.15 มาก	0.62 2
มีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	1 1.82%	21 38.18%	28 50.91%	5 9.09%	55 100%	3.67 มาก	0.67 5
สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก	0 0.00%	0 0.00%	5 9.09%	32 58.18%	18 32.73%	55 100%	4.24 มาก	0.61 1
สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงตามเวลา	0 0.00%	0 0.00%	16 29.09%	24 43.64%	15 27.27%	55 100%	3.98 มาก	0.76 3
วิธีการขนส่งให้ลูกค้าโดยใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย	0 0.00%	0 0.00%	16 29.09%	25 45.45%	14 25.45%	55 100%	3.96 มาก	0.74 4
							4.00 มาก	0.30

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

ตาราง 25 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ระยะทางจาก บริษัทผู้ผลิต/ร้านที่ จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ ก่อสร้าง	0 0.00%	0 0.00%	16 38.10%	22 52.38%	4 9.52%	42 100%	3.71 มาก	0.64 5
มีตัวแทนจำหน่ายอยู่ ใกล้สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	0 0.00%	17 40.48%	17 40.48%	8 19.05%	42 100%	3.79 มาก	0.75 4
สามารถติดต่อตัวแทน จำหน่ายได้สะดวก	0 0.00%	0 0.00%	11 26.19%	15 35.71%	16 38.10%	42 100%	4.12 มาก	0.8 1
สามารถจัดส่งสินค้าได้ รวดเร็วและตรงตาม เวลา	0 0.00%	2 4.76%	6 14.29%	20 47.62%	14 33.33%	42 100%	4.1 มาก	0.82 2
วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้นานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ สะดวกและทันสมัย	0 0.00%	1 2.38%	15 35.71%	13 30.95%	13 30.95%	42 100%	3.9 มาก	0.88 3
รวม							3.92 มาก	0.43

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

จากตาราง 25 พบว่า ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน การ จัดจำหน่าย จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบ มีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับ ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ สามารถติดต่อ ตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็ว และตรงตามเวลา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้ ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมี ฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับ ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ สามารถติดต่อ ตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่ จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) สามารถจัดส่งสินค้าได้ รวดเร็วและตรงตามเวลา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้ ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวล เบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ สามารถ ติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) สามารถจัดส่งสินค้าได้ รวดเร็วและตรงตามเวลา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้ ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) มี ตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และระยะทางจาก บริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ตาราง 26 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	0 0.00%	1 1.59%	7 11.11%	41 65.08%	14 22.22%	63 100%	4.08 มาก	0.63 1
พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม	0 0.00%	0 0.00%	24 38.10%	33 52.38%	6 9.52%	63 100%	3.71 มาก	0.63 7
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ	0 0.00%	1 1.59%	14 22.22%	38 60.32%	10 15.87%	63 100%	3.9 มาก	0.67 3
มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต	0 0.00%	3 4.76%	16 25.40%	24 38.10%	20 31.75%	63 100%	3.97 มาก	0.88 2
มีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	1 1.59%	17 26.98%	35 55.56%	10 15.87%	63 100%	3.86 มาก	0.69 4
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ	0 0.00%	5 7.94%	21 33.33%	22 34.92%	15 23.81%	63 100%	3.75 มาก	0.92 6
มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย	0 0.00%	2 3.17%	20 31.75%	28 44.44%	13 20.63%	63 100%	3.83 มาก	0.79 5
รวม							3.87 มาก	0.39

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

ตาราง 26 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	0 0.00%	0 0.00%	6 10.91%	38 69.09%	11 20.00%	55 100%	4.09 มาก	0.55 1
พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม	0 0.00%	0 0.00%	21 38.18%	27 49.09%	7 12.73%	55 100%	3.75 มาก	0.67 6
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ	0 0.00%	0 0.00%	13 23.64%	29 52.73%	13 23.64%	55 100%	4 มาก	0.69 2
มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต	0 0.00%	1 1.82%	15 27.27%	24 43.64%	15 27.27%	55 100%	3.96 มาก	0.79 3
มีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	2 3.64%	20 36.36%	26 47.27%	7 12.73%	55 100%	3.69 มาก	0.74 7
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ	0 0.00%	2 3.64%	15 27.27%	22 40.00%	16 29.09%	55 100%	3.95 มาก	0.85 4
มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย	0 0.00%	5 9.09%	14 25.45%	21 38.18%	15 27.27%	55 100%	3.84 มาก	0.94 5
	รวม						3.9 มาก	0.37

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

ตาราง 26 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	0 0.00%	0 0.00%	2 4.76%	28 66.67%	12 28.57%	42 100%	4.24 มาก	0.53 1
พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม	0 0.00%	0 0.00%	21 50.00%	12 28.57%	9 21.43%	42 100%	3.71 มาก	0.81 5
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้าย โฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ	0 0.00%	1 2.38%	11 26.19%	23 54.76%	7 16.67%	42 100%	3.86 มาก	0.72 3
มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต	1 2.38%	2 4.76%	8 19.05%	18 42.86%	13 30.95%	42 100%	3.95 มาก	0.96 2
มีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง	1 2.38%	2 4.76%	22 52.38%	12 28.57%	5 11.90%	42 100%	3.43 ปานกลาง	0.86 7
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ	0 0.00%	4 9.52%	17 40.48%	15 35.71%	6 14.29%	42 100%	3.55 มาก	0.86 6
มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย	0 0.00%	2 4.76%	11 26.19%	23 54.76%	6 14.29%	42 100%	3.79 มาก	0.75 4
รวม							3.79 มาก	0.48

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

จากตาราง 26 พบว่า ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์วิทยุ ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และพนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์วิทยุ ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก

(ค่าเฉลี่ย 4.24) มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์วิทยุ ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัน ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 27 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท						ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบาดูต่ำกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ	2 3.17%	1 1.59%	2 3.17%	30 47.62%	28 44.44%	63 100%	4.29 มาก	0.87 1
ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว	0 0.00%	0 0.00%	14 22.22%	34 53.97%	15 23.81%	63 100%	4.02 มาก	0.68 4
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ	0 0.00%	2 3.17%	7 11.11%	37 58.73%	17 26.98%	63 100%	4.1 มาก	0.71 2
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	1 1.59%	1 1.59%	10 15.87%	31 49.21%	20 31.75%	63 100%	4.08 มาก	0.83 3
ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน	1 1.59%	1 1.59%	17 26.98%	25 39.68%	19 30.16%	63 100%	3.95 มาก	0.89 5
กฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่น การควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร	1 1.59%	0 0.00%	22 34.92%	25 39.68%	15 23.81%	63 100%	3.84 มาก	0.85 7
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน	1 1.59%	1 1.59%	9 14.29%	43 68.25%	9 14.29%	63 100%	3.92 มาก	0.7 6
	รวม						4.03 มาก	0.45

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

ตาราง 27 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่ การก่อสร้างเมื่อใช้ คอนกรีตมวลเบาต่ำกว่า กว่าการใช้วัสดุอื่นๆ	0 0.00%	0 0.00%	3 5.45%	28 50.91%	24 43.64%	55 100%	4.38 มาก	0.59 1
ระยะเวลาในการ ก่อสร้างที่รวดเร็ว	0 0.00%	0 0.00%	13 23.64%	32 58.18%	10 18.18%	55 100%	3.95 มาก	0.65 6
ความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีของวัสดุ ก่อสร้างใหม่ๆ	0 0.00%	1 1.82%	11 20.00%	31 56.36%	12 21.82%	55 100%	3.98 มาก	0.71 3
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	0 0.00%	0 0.00%	11 20.00%	30 54.55%	14 25.45%	55 100%	4.05 มาก	0.68 2
ความเพียงพอของ แหล่งเงินทุนในการ ดำเนินงาน	0 0.00%	0 100.00%	0 1,400.00%	0 1,900.00%	0 800.00%	1 4,200%	3.96 มาก	0.72 5
กฎหมายควบคุม เกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการ ประหยัดพลังงานใน อาคาร	0 0.00%	0 0.00%	15 27.27%	26 47.27%	14 25.45%	55 100%	3.98 มาก	0.73 4
การตระหนักถึงความ รับผิดชอบต่อสังคม ของลูกค้าของท่าน	0 0.00%	1 1.82%	16 29.09%	28 50.91%	10 18.18%	55 100%	3.85 มาก	0.73 7
รวม							4.02 มาก	0.29

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

ตาราง 27 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่ การก่อสร้างเมื่อใช้ คอนกรีตมวลเบาต่ำกว่า กว่าการใช้วัสดุอื่นๆ	1	0	6	13	22	42	4.31	0.9
	2.38%	0.00%	14.29%	30.95%	52.38%	100%	มาก	1
ระยะเวลาในการ ก่อสร้างที่รวดเร็ว	0	0	9	29	4	42	3.88	0.55
	0.00%	0.00%	21.43%	69.05%	9.52%	100%	มาก	3
ความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีของวัสดุ ก่อสร้างใหม่ๆ	0	0	7	23	12	42	4.12	0.67
	0.00%	0.00%	16.67%	54.76%	28.57%	100%	มาก	2
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	0	4	12	18	8	42	3.71	0.89
	0.00%	9.52%	28.57%	42.86%	19.05%	100%	มาก	7
ความเพียงพอของ แหล่งเงินทุนในการ ดำเนินงาน	0	1	14	19	8	42	3.81	0.77
	0.00%	2.38%	33.33%	45.24%	19.05%	100%	มาก	5
กฎหมายควบคุม เกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการ ประหยัดพลังงานใน อาคาร	0	1	19	12	10	42	3.74	0.86
	0.00%	2.38%	45.24%	28.57%	23.81%	100%	มาก	6
การตระหนักถึงความ รับผิดชอบต่อสังคม ของลูกค้าของท่าน	0	2	8	27	5	42	3.83	0.7
	0.00%	4.76%	19.05%	64.29%	11.90%	100%	มาก	4
รวม							3.91	0.43
							มาก	

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

จากตาราง 27 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยสภาพแวดล้อม จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบต่ำกว่า การใช้วัสดุอื่นๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) และกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบต่ำกว่า การใช้วัสดุอื่นๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) กฎหมาย ควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบต่ำกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) กฎหมาย ควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการ

ควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ตาราง 28 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านองค์การ	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ทุนจดทะเบียนของบริษัท/ กิจการของท่าน	3 4.76%	1 1.59%	8 12.70%	27 42.86%	24 38.10%	63 100%	4.08 มาก	1.00 1
จำนวนพนักงานในองค์การ ของบริษัท/กิจการของท่าน	3 4.76%	1 1.59%	14 22.22%	33 52.38%	12 19.05%	63 100%	3.79 มาก	0.94 2
ระยะเวลาการก่อตั้งกิจการ ของบริษัท/กิจการของท่าน	2 3.17%	5 7.94%	23 36.51%	24 38.10%	9 14.29%	63 100%	3.52 มาก	0.95 4
นโยบายการสั่งซื้อของ บริษัท/กิจการของท่าน	1 1.59%	3 4.76%	21 33.33%	32 50.79%	6 9.52%	63 100%	3.62 มาก	0.79 3
รวม							3.75 มาก	0.71

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

ตาราง 28 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านองค์การ	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ทุนจดทะเบียนของบริษัท/ กิจการของท่าน	0 0.00%	1 1.82%	8 14.55%	34 61.82%	12 21.82%	55 100%	4.04 มาก	0.67 1
จำนวนพนักงานในองค์กร ของบริษัท/กิจการของท่าน	0 0.00%	2 3.64%	20 36.36%	24 43.64%	9 16.36%	55 100%	3.73 มาก	0.78 3
ระยะเวลาการก่อตั้งกิจการ ของบริษัท/กิจการของท่าน	1 1.82%	2 3.64%	21 38.18%	27 49.09%	4 7.27%	55 100%	3.56 มาก	0.76 4
นโยบายการสั่งซื้อของ บริษัท/กิจการของท่าน	1 1.82%	0 0.00%	18 32.73%	29 52.73%	7 12.73%	55 100%	3.75 มาก	0.75 2
รวม							3.77 มาก	0.5

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

ปัจจัยด้านองค์การ	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปล ผล	SD ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
ทุนจดทะเบียนของบริษัท/ กิจการของท่าน	1 2.38%	1 2.38%	8 19.05%	27 64.29%	5 11.90%	42 100%	3.81 มาก	0.77 1
จำนวนพนักงานในองค์กรของ บริษัท/กิจการของท่าน	1 2.38%	4 9.52%	14 33.33%	15 35.71%	8 19.05%	42 100%	3.60 มาก	0.99 4
ระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของ บริษัท/กิจการของท่าน	1 2.38%	3 7.14%	11 26.19%	21 50.00%	6 14.29%	42 100%	3.67 มาก	0.90 3
นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/ กิจการของท่าน	0 0.00%	0 0.00%	17 40.48%	19 45.24%	6 14.29%	42 100%	3.74 มาก	0.70 2
รวม							3.70 มาก	0.63

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

จากตาราง 28 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การ จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) จำนวนพนักงานในองค์การของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) และระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) จำนวนพนักงานในองค์การของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) และระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศsob ใอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การในระดับความสำคัญ มาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) และจำนวนพนักงานในองค์การของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ตาราง 29 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ความสัมพันธ์/รู้จัก ระหว่างกิจการของท่าน กับผู้ขายหรือผู้ผลิต	1 1.59%	0 0.00%	16 25.40%	40 63.49%	6 9.52%	63 100%	3.79 มาก	0.68
รวม							3.79 มาก	0.68

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ความสัมพันธ์/รู้จัก ระหว่างกิจการของท่าน กับผู้ขายหรือผู้ผลิต	0 0.00%	1 1.82%	19 34.55%	30 54.55%	5 9.09%	55 100%	3.71 มาก	0.66
รวม							3.71 มาก	0.66

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ความสัมพันธ์/รู้จัก ระหว่างกิจการของท่าน กับผู้ขายหรือผู้ผลิต	1 2.38%	0 0.00%	15 35.71%	18 42.86%	8 19.05%	42 100%	3.76 มาก	0.85
รวม							3.76 มาก	0.85

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

จากตาราง 29 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79)

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71)

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76)

จากตาราง 30 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) และทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ตาราง 30 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญ กับปัจจัยส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยส่วนบุคคล	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	36 57.14%	24 38.10%	3 4.76%	63 100%	3.48 มาก	0.59 2
ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	14 22.22%	38 60.32%	11 17.46%	63 100%	3.95 มาก	0.63 1
รวม							3.71 มาก	0.46

ปัจจัยส่วนบุคคล	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 1.82%	28 50.91%	21 38.18%	5 9.09%	55 100%	3.55 มาก	0.69 2
ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 1.82%	18 32.73%	29 52.73%	7 12.73%	55 100%	3.76 มาก	0.69 1
รวม							3.65 มาก	0.49

ปัจจัยส่วนบุคคล	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 2.38%	18 42.86%	21 50.00%	2 4.76%	42 100%	3.57 มาก	0.63 2
ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 2.38%	9 21.43%	27 64.29%	5 11.90%	42 100%	3.86 มาก	0.65 1
รวม							3.71 มาก	0.48

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

ตาราง 31 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบอุ่นน้ำ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัย	เงินทุนจดทะเบียนของกิจการ					
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท		10 - 50 ล้านบาท		มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.17 มาก	0.31 1	4.09 มาก	0.31 1	4.10 มาก	0.30 1
ปัจจัยด้านราคา	4.17 มาก	0.49 2	4.04 มาก	0.36 2	4.08 มาก	0.44 2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.96 มาก	0.43 4	4.00 มาก	0.30 4	3.92 มาก	0.43 3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.87 มาก	0.39 5	3.90 มาก	0.37 5	3.79 มาก	0.48 5
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	4.03 มาก	0.45 3	4.02 มาก	0.29 3	3.91 มาก	0.43 4
ปัจจัยด้านองค์การ	3.75 มาก	0.71 7	3.77 มาก	0.50 6	3.70 มาก	0.63 8
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.79 มาก	0.68 6	3.71 มาก	0.66 7	3.76 มาก	0.85 6
ปัจจัยส่วนบุคคล	3.71 มาก	0.46 8	3.65 มาก	0.49 8	3.71 มาก	0.48 7
รวม	3.96 มาก	0.32	3.93 มาก	0.26	3.90 มาก	0.29

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

จากตาราง 31 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบอุ่นน้ำ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบไอน้ำ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยด้านองค์การ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10-50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบไอน้ำ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านองค์การ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบไอน้ำ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และปัจจัยด้านองค์การ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ตาราง 32 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมก่อตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ทนายศาสตร์/อาคารพาณิชย์								บ้าน				
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	การให้ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ตราชื่อที่จะซื้อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดาแบบมีกำลังอัดสูง	0 0.00%	1 1.72%	4 6.90%	39 67.24%	14 24.14%	58 100%	4.14 มาก	0.61 5	0 0.00%	1 0.87%	15 13.04%	69 60.00%	2
ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	8 13.79%	33 56.90%	17 29.31%	58 100%	4.16 มาก	0.64 3	0 0.00%	1 0.87%	13 11.30%	67 58.26%	2
คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	1 1.72%	1 1.72%	14 24.14%	26 44.83%	16 27.59%	58 100%	3.95 มาก	0.87 8	1 0.87%	0 0.00%	29 25.22%	53 46.09%	2
คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	7 12.07%	35 60.34%	16 27.59%	58 100%	4.16 มาก	0.62 2	0 0.00%	0 0.00%	10 8.70%	70 60.87%	3
ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	0 0.00%	14 24.14%	32 55.17%	12 20.69%	58 100%	3.97 มาก	0.67 7	0 0.00%	0 0.00%	28 24.35%	60 52.17%	2

ตาราง 32 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประ
 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ทนายศาสตร์/อาคารพาณิชย์								บ้าน				
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	การให้ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน	0	0	13	26	19	58	4.10	0.74	0	1	24	54	3
ผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้	0.00%	0.00%	22.41%	44.83%	32.76%	100%	มาก	6	0.00%	0.87%	20.87%	46.96%	3
มีขนาดของคอนกรีตมวลเบามีความสม่ำเสมอ เป็นไปตามมาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน	0	0	9	31	18	58	4.16	0.67	0	1	8	64	3
	0.00%	0.00%	15.52%	53.45%	31.03%	100%	มาก	4	0.00%	0.87%	6.96%	55.65%	3
ความยาก - ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0	2	19	21	16	58	3.88	0.86	0	2	24	49	3
	0.00%	3.45%	32.76%	36.21%	27.59%	100%	มาก	9	0.00%	1.74%	20.87%	42.61%	3
มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม	0	0	8	31	19	58	4.19	0.66	0	0	19	57	3
	0.00%	0.00%	13.79%	53.45%	32.76%	100%	มาก	1	0.00%	0.00%	16.52%	49.57%	3
รวม							4.08	0.30	รวม				
							มาก		รวม				

ตาราง 32 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประ
 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	บ้านแฝด								อาคารพาณิชย์				
	การให้ความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	การให้ความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อย	แปลผล	ลำดับที่	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ตราหือที่จะซื้อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดาแบบมีกำลังอัดสูง	0	0	5	36	14	55	4.16	0.57	0	1	8	35	3
	0.00%	0.00%	9.09%	65.45%	25.45%	100%	มาก	4	0.00%	1.54%	12.31%	53.85%	31.82%
ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0	0	5	32	18	55	4.24	0.61	0	0	6	40	2
	0.00%	0.00%	9.09%	58.18%	32.73%	100%	มาก	2	0.00%	0.00%	9.23%	61.54%	29.23%
คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	1	0	10	28	16	55	4.05	0.80	1	0	12	31	3
	1.82%	0.00%	18.18%	50.91%	29.09%	100%	มาก	7	1.54%	0.00%	18.46%	47.69%	31.82%
คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0	0	8	31	16	55	4.15	0.65	0	0	7	34	3
	0.00%	0.00%	14.55%	56.36%	29.09%	100%	มาก	5	0.00%	0.00%	10.77%	52.31%	36.92%
ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0	0	10	35	10	55	4.00	0.61	0	0	15	36	2
	0.00%	0.00%	18.18%	63.64%	18.18%	100%	มาก	9	0.00%	0.00%	23.08%	55.38%	21.54%

ตาราง 32 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประ
 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	บ้านแฝด								อาคารพาณิชย์				
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	การให้ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	น้อย	แปลผล	ลำดับที่	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน	0	0	9	35	11	55	4.04	0.61	0	0	15	31	2
ผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้	0.00%	0.00%	16.36%	63.64%	20.00%	100%	มาก	8	0.00%	0.00%	23.08%	47.69%	23.08%
มีขนาดของคอนกรีตมวลเบามีความสม่ำเสมอ เป็นไปตามมาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน	0	0	12	20	23	55	4.20	0.78	0	0	10	34	3
	0.00%	0.00%	21.82%	36.36%	41.82%	100%	มาก	3	0.00%	0.00%	15.38%	52.31%	32.31%
ความยาก - ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0	0	4	31	20	55	4.29	0.60	0	0	8	33	3
	0.00%	0.00%	7.27%	56.36%	36.36%	100%	มาก	1	0.00%	0.00%	12.31%	50.77%	36.92%
มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม	0	1	11	23	20	55	4.13	0.79	0	1	15	32	2
	0.00%	1.82%	20.00%	41.82%	36.36%	100%	มาก	6	0.00%	1.54%	23.08%	49.23%	25.15%
รวม							4.14	0.26	รวม				
							มาก						

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

จากตาราง 32 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐาน อุตสาหกรรม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาที่มีความสม่ำเสมอ เป็นไปตามมาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ทรายหือที่จะซื้อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ ความยาก – ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาที่มีความสม่ำเสมอ เป็นไปตาม มาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.28) คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17)มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐาน อุตสาหกรรม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ทรายหือที่จะซื้อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความยาก – ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับ

ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาที่มีความสม่ำเสมอเป็นไปตาม มาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐาน อุตสาหกรรม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ทรายหือที่จะซื้อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความยาก – ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ ความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ คุณสมบัติการกันความร้อน เก็บความเย็น การประหยัดพลังงาน ของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีขนาดของคอนกรีตมวลเบาที่มีความสม่ำเสมอ เป็นไปตาม มาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีคุณภาพของคอนกรีตมวลเบาเป็นไปตามมาตรฐาน อุตสาหกรรม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ทรายหือที่จะซื้อมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา เช่น มีคอนกรีตมวลเบาแบบธรรมดา แบบมีกำลังอัดสูง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) คุณสมบัติการกันเสียงของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีการรับประกันสินค้า/สามารถคืนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความยาก – ง่ายในการติดตั้งใช้งานของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ตาราง 33 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการ
 จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านราคา	ทาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์							บ้านเดี่ยว				
	การให้ความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	SD (ลำดับที่)	การให้ความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ราคามีความ เหมาะสมกับคุณภาพ ของสินค้า	0 0.00%	0 0.00%	2 3.45%	35 60.34%	21 36.21%	58 100%	4.33 มาก	0.54 1	0 0.00%	0 0.00%	2 1.74%	77 66.96%
ราคาของวัสดุใช้งาน ประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ	0 0.00%	0 0.00%	18 31.03%	25 43.10%	15 25.86%	58 100%	3.95 มาก	0.76 5	0 0.00%	0 0.00%	41 35.65%	58 50.43%
มีการให้เครดิต การค้า/สามารถชำระ เป็นเงินเชื่อได้	0 0.00%	1 1.72%	6 10.34%	32 55.17%	19 32.76%	58 100%	4.19 มาก	0.69 2	0 0.00%	2 1.74%	12 10.43%	60 52.17%
ราคาค่าขนส่ง	0 0.00%	0 0.00%	16 27.59%	24 41.38%	18 31.03%	58 100%	4.03 มาก	0.77 3	0 0.00%	3 2.61%	21 18.26%	54 46.96%
การให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	1 1.72%	13 22.41%	28 48.28%	16 27.59%	58 100%	4.02 มาก	0.76 4	0 0.00%	2 1.74%	31 26.96%	50 43.48%
รวม							4.10 มาก	0.45	รวม			

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

ตาราง 33 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประ
 ตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านราคา	บ้านแฝด								บ้านเดี่ยว			
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	SD (ลำดับที่)	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของ สินค้า	0 0.00%	0 0.00%	0 0.00%	40 72.73%	15 27.27%	55 100%	4.27 มาก	0.45 1	0 0.00%	0 0.00%	2 3.08%	37 56.92%
ราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ	0 0.00%	0 0.00%	23 41.82%	22 40.00%	10 18.18%	55 100%	3.76 มาก	0.74 5	0 0.00%	0 0.00%	20 30.77%	29 44.62%
มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็น เงินเชื่อได้	0 0.00%	1 1.82%	7 12.73%	32 58.18%	15 27.27%	55 100%	4.11 มาก	0.69 2	0 0.00%	0 0.00%	10 15.38%	33 50.77%
ราคาค่าขนส่ง	0 0.00%	2 3.64%	14 25.45%	24 43.64%	15 27.27%	55 100%	3.95 มาก	0.83 4	0 0.00%	0 0.00%	15 23.08%	27 41.54%
การให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	1 1.82%	16 29.09%	23 41.82%	15 27.27%	55 100%	3.95 มาก	0.80 3	0 0.00%	0 0.00%	14 21.54%	28 43.08%
	รวม						4.01 มาก	0.42	รวม			

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

จากตาราง 33 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ราคาค่าขนส่ง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) การให้ส่วนลดราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ราคาค่าขนส่ง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) การให้ส่วนลดราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้ส่วนลดราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ราคาค่าขนส่ง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีการให้เครดิตการค้า/สามารถชำระเป็นเงินเชื่อได้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) การให้ส่วนลดราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ราคาค่า

ขนส่ง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) และราคาของวัสดุใช้งานประกอบ เช่น ปูนก่อ ปูนฉาบ
ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 34 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ทาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์								บ้าน				
	การให้ความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	SD (ลำดับที่)	การให้ความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้ สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	0 0.00%	8 13.79%	39 67.24%	11 18.97%	58 100%	4.05 มาก	0.57 2	0 0.00%	0 0.00%	24 20.87%	69 60.00%	19 15.14%
มีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้ สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	0 0.00%	24 41.38%	23 39.66%	11 18.97%	58 100%	3.78 มาก	0.75 5	0 0.00%	1 0.87%	44 38.26%	52 45.22%	15 12.67%
สามารถติดต่อตัวแทน จำหน่ายได้สะดวก	0 0.00%	1 1.72%	11 18.97%	29 50.00%	17 29.31%	58 100%	4.07 มาก	0.75 1	0 0.00%	1 0.87%	15 13.04%	60 52.17%	33 27.93%
สามารถจัดส่งสินค้าได้ รวดเร็วและตรงตามเวลา	0 0.00%	2 3.45%	18 31.03%	22 37.93%	16 27.59%	58 100%	3.90 มาก	0.85 3	0 0.00%	2 1.74%	25 21.74%	44 38.26%	33 27.93%
วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดย ใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและ ทันสมัย	0 0.00%	3 5.17%	20 34.48%	16 27.59%	19 32.76%	58 100%	3.88 มาก	0.94 4	0 0.00%	3 2.61%	35 30.43%	46 40.00%	20 17.24%
รวม							3.93 มาก	0.42	รวม				

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

ตาราง 34 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประกอบของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	บ้านแฝด								อาคารพาณิชย์			
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	SD (ลำดับที่)	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก
ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้ สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	0 0.00%	10 18.18%	38 69.09%	7 12.73%	55 100%	3.95 มาก	0.56 4	0 0.00%	0 0.00%	19 29.23%	34 52.31%
มีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้ สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	1 1.82%	24 43.64%	24 43.64%	6 10.91%	55 100%	3.64 มาก	0.70 5	0 0.00%	1 1.54%	20 30.77%	33 50.77%
สามารถติดต่อตัวแทน จำหน่ายได้สะดวก	0 0.00%	0 0.00%	6 10.91%	28 50.91%	21 38.18%	55 100%	4.27 มาก	0.65 1	0 0.00%	0 0.00%	14 21.54%	31 47.69%
สามารถจัดส่งสินค้าได้ รวดเร็วและตรงตามเวลา	0 0.00%	1 1.82%	12 21.82%	28 50.91%	14 25.45%	55 100%	4.00 มาก	0.75 2	0 0.00%	1 1.54%	18 27.69%	28 43.08%
วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดย ใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและ ทันสมัย	0 0.00%	2 3.64%	16 29.09%	19 34.55%	18 32.73%	55 100%	3.96 มาก	0.88 3	0 0.00%	2 3.08%	27 41.54%	22 33.85%
รวม							3.96 มาก	0.42	รวม			

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

จากตาราง 34 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆได้ดังนี้ สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงตามเวลา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆได้ดังนี้ สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงตามเวลา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และมีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆได้ดังนี้ สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงตามเวลา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) วิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และมีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆได้ดังนี้ สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้

สะดวก ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) สามารถจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงตามเวลา
 ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ระยะทางจากบริษัทผู้ผลิต/ร้านที่จำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่
 ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีตัวแทนจำหน่ายอยู่ใกล้สถานที่ก่อสร้าง ระดับ
 ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และวิธีการขนส่งให้ลูกค้า โดยใช้ยานพาหนะ เครื่องมือ และ
 อุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตาราง 35 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการ
 ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ทาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์										
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	SD (ลำดับ ที่)	การให้ระดับความ		
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก ที่สุด	มาก				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง
พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	0 0.00%	1 1.72%	4 6.90%	39 67.24%	14 24.14%	58 100%	4.14 มาก	0.61 2	0 0.00%	0 0.00%	11 9.57%
พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม	0 0.00%	0 0.00%	26 44.83%	28 48.28%	4 6.90%	58 100%	3.62 มาก	0.62 7	0 0.00%	0 0.00%	47 40.87%
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ	0 0.00%	0 0.00%	13 22.41%	33 56.90%	12 20.69%	58 100%	3.98 มาก	0.66 3	0 0.00%	1 0.87%	27 23.48%
มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต	0 0.00%	0 0.00%	12 20.69%	25 43.10%	21 36.21%	58 100%	4.16 มาก	0.74 1	1 0.87%	4 3.48%	29 25.22%
มีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	1 1.72%	25 43.10%	21 36.21%	11 18.97%	58 100%	3.72 มาก	0.79 5	1 0.87%	4 3.48%	43 37.39%
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ	0 0.00%	4 6.90%	22 37.93%	22 37.93%	10 17.24%	58 100%	3.66 มาก	0.85 6	0 0.00%	7 6.09%	37 32.17%
มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย	0 0.00%	1 1.72%	17 29.31%	28 48.28%	12 20.69%	58 100%	3.88 มาก	0.75 4	0 0.00%	6 5.22%	28 24.35%
รวม							3.88 มาก	0.35			รวม

ตาราง 35 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	บ้านแฝด							การให้ระดับความ				
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	SD (ลำดับ ที่)	การให้ระดับความ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	
พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี	0 0.00%	0 0.00%	1 1.82%	42 76.36%	12 21.82%	55 100%	4.20 มาก	0.45 1	0 0.00%	0 0.00%	6 9.23%	
พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม	0 0.00%	0 0.00%	24 43.64%	23 41.82%	8 14.55%	55 100%	3.71 มาก	0.71 6	0 0.00%	0 0.00%	28 43.08%	
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ วิทยุ ฯลฯ	0 0.00%	0 0.00%	10 18.18%	32 58.18%	13 23.64%	55 100%	4.05 มาก	0.65 3	0 0.00%	1 1.54%	19 29.23%	
มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต	0 0.00%	2 3.64%	9 16.36%	27 49.09%	17 30.91%	55 100%	4.07 มาก	0.79 2	0 0.00%	3 4.62%	16 24.62%	
มีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง	0 0.00%	0 0.00%	28 50.91%	18 32.73%	9 16.36%	55 100%	3.65 มาก	0.75 7	0 0.00%	2 3.08%	30 46.15%	
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ	0 0.00%	3 5.45%	19 34.55%	21 38.18%	12 21.82%	55 100%	3.76 มาก	0.86 5	0 0.00%	6 9.23%	21 32.31%	
มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย	0 0.00%	3 5.45%	16 29.09%	24 43.64%	12 21.82%	55 100%	3.82 มาก	0.84 4	0 0.00%	5 7.69%	21 32.31%	
รวม							3.90 มาก	0.39			รวม	

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

จากตาราง 35 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์วิทยุ ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์วิทยุ ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้

ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์วิทยุ ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และมีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ พนักงานให้คำแนะนำสินค้า มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีการขายโดยใช้พนักงานขายหน้าร้าน/หน้าโรงงานผู้ผลิต ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์วิทยุ ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) พนักงานให้บริการเป็นกันเองกับลูกค้า ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ เช่นการให้ข่าวเพื่อให้ทราบความเคลื่อนไหว และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนของผู้ผลิตและจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา แจกของกำนัล ฯลฯ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และมีการเสนอขายโดยใช้พนักงานเสนอขาย ณ.สถานที่ก่อสร้าง ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ตาราง 36 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	ทนายศาสตร์/อาคารพาณิชย์								การให้ระดับความสำคัญ			
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก
ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบาน้อยกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ	0 0.00%	1 1.72%	3 5.17%	28 48.28%	26 44.83%	58 100 %	4.36 มาก	0.67 7	2 1.74%	0 0.00%	8 6.96%	51 44.35%
ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว	0 0.00%	0 0.00%	13 22.41%	35 60.34%	10 17.24%	58 100 %	3.95 มาก	0.63 3	0 0.00%	0 0.00%	27 23.48%	72 62.61%
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ	0 0.00%	3 5.17%	7 12.07%	32 55.17%	16 27.59%	58 100 %	4.05 มาก	0.78 1	0 0.00%	1 0.87%	19 16.52%	64 55.65%
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	0 0.00%	2 3.45%	12 20.69%	36 62.07%	8 13.79%	58 100 %	3.86 มาก	0.69 5	1 0.87%	4 3.48%	24 20.87%	56 48.70%
ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน	0 0.00%	0 0.00%	14 24.14%	29 50.00%	15 25.86%	58 100 %	4.02 มาก	0.71 2	1 0.87%	1 0.87%	34 29.57%	53 46.09%
กฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่น การควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร	0 0.00%	0 0.00%	23 39.66%	20 34.48%	15 25.86%	58 100 %	3.86 มาก	0.80 6	1 0.87%	1 0.87%	42 36.52%	46 40.00%
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน	0 0.00%	2 3.45%	10 17.24%	37 63.79%	9 15.52%	58 100 %	3.91 มาก	0.68 4	1 0.87%	2 1.74%	22 19.13%	71 61.74%
รวม							4.00 มาก	0.31	รวม			

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

ตาราง 36 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม
ตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	บ้านแฝด											
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	SD (ลำดับ ที่)	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้ คอนกรีตมวลเบาดำกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ	1 1.82%	0 0.00%	6 10.91%	20 36.36%	28 50.91%	55 100%	4.35 มาก	0.82 1	1 1.54%	0 0.00%	8 12.31%	30 46.15%
ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว	0 0.00%	0 0.00%	9 16.36%	39 70.91%	7 12.73%	55 100%	3.96 มาก	0.54 5	0 0.00%	0 0.00%	12 18.46%	40 61.54%
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุ ก่อสร้างใหม่ๆ	0 0.00%	1 1.82%	8 14.55%	30 54.55%	16 29.09%	55 100%	4.11 มาก	0.71 -2	0 0.00%	1 1.54%	10 15.38%	36 55.38%
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	0 0.00%	2 3.64%	11 20.00%	27 49.09%	15 27.27%	55 100%	4.00 มาก	0.79 3	0 0.00%	3 4.62%	13 20.00%	33 50.77%
ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการ ดำเนินงาน	0 0.00%	1 1.82%	12 21.82%	29 52.73%	13 23.64%	55 100%	3.98 มาก	0.73 4	0 0.00%	1 1.54%	22 33.85%	25 38.46%
กฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการ ควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร	0 0.00%	0 0.00%	20 36.36%	18 32.73%	17 30.91%	55 100%	3.95 มาก	0.83 6	0 0.00%	0 0.00%	20 30.77%	26 40.00%
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของ ลูกค้าของท่าน	0 0.00%	1 1.82%	14 25.45%	35 63.64%	5 9.09%	55 100%	3.80 มาก	0.62 7	0 0.00%	2 3.08%	18 27.69%	33 50.77%
	รวม						4.02 มาก	0.37	รวม			

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

จากตาราง 36 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบาค่าต่ำกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) และกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการประหยัคพลังงานในอาคาร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบาค่าต่ำกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และกฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการประหยัคพลังงานในอาคาร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบาค่าต่ำกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) กฎหมายควบคุม

เกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆได้ดังนี้ ต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบาค่ากว่าการใช้วัสดุอื่นในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของวัสดุก่อสร้างใหม่ๆ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ระยะเวลาในการก่อสร้างที่รวดเร็ว ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) กฎหมายควบคุมเกี่ยวกับการก่อสร้าง เช่นการควบคุมการประหยัดพลังงานในอาคาร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความเพียงพอของแหล่งเงินทุนในการดำเนินงาน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของลูกค้าของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 37 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การ ของสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านองค์การ	ทาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์								อพาร์ทเมนต์			
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน	1 1.72%	0 0.00%	7 12.07%	33 56.90%	17 29.31%	58 100%	4.12 มาก	0.75 1	2 1.74%	3 2.61%	15 13.04%	6 58.2%
จำนวนพนักงานในองค์การของบริษัท/ กิจการของท่าน	1 1.72%	3 5.17%	18 31.03%	31 53.45%	5 8.62%	58 100%	3.62 มาก	0.79 3	2 1.74%	6 5.22%	36 31.30%	5 43.4%
ระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของบริษัท/ กิจการของท่าน	0 0.00%	5 8.62%	21 36.21%	25 43.10%	7 12.07%	58 100%	3.59 มาก	0.82 4	3 2.61%	7 6.09%	35 30.43%	5 47.8%
นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/กิจการของ ท่าน	0 0.00%	1 1.72%	21 36.21%	31 53.45%	5 8.62%	58 100%	3.69 มาก	0.65 2	2 1.74%	2 1.74%	42 36.52%	5 46.9%
รวม							3.75 มาก	0.53				รวม

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

ตาราง 37 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์ประกอบสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านองค์การ	บ้านแฝด											
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน	1 1.82%	1 1.82%	7 12.73%	35 63.64%	11 20.00%	55 100%	3.98 มาก	0.76 1	1 1.54%	1 1.54%	16 24.62%	37 56.9%
จำนวนพนักงานในองค์การของบริษัท/ กิจการของท่าน	1 1.82%	3 5.45%	17 30.91%	17 30.91%	17 30.91%	55 100%	3.84 มาก	1.00 2	1 1.54%	3 4.62%	25 38.46%	27 41.5%
ระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของบริษัท/ กิจการของท่าน	1 1.82%	3 5.45%	17 30.91%	27 49.09%	7 12.73%	55 100%	3.65 มาก	0.84 4	2 3.08%	5 7.69%	21 32.31%	29 44.6%
นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/กิจการของ ท่าน	0 0.00%	1 1.82%	20 36.36%	28 50.91%	6 10.91%	55 100%	3.71 มาก	0.69 3	1 1.54%	1 1.54%	22 33.85%	32 49.2%
รวม							3.80 มาก	0.60	รวม			

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

จากตาราง 37 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ปรากฏผล ดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) จำนวนพนักงานในองค์การของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) และระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) จำนวนพนักงานในองค์การของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) และระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) จำนวนพนักงานในองค์การของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านองค์การ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ทุนจดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) นโยบายการสั่งซื้อของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) จำนวนพนักงานในองค์การของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62)

และระยะเวลาการก่อตั้งกิจการของบริษัท/กิจการของท่าน ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55)
ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 38 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์
 จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ทาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์											
	การให้ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	SD	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม			แปลผล	ลำดับที่	น้อยที่สุด	น้อย
ความสัมพันธ์/รู้จัก ระหว่างกิจการของท่านกับผู้ขายหรือผู้ผลิต	0	1	16	30	11	58	3.88	0.73	2	1	31	6
	0.00%	1.72%	27.59%	51.72%	18.97%	100%	มาก		1.74%	0.87%	26.96%	56.5
รวม							3.88	0.73				รวม
							มาก					

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	บ้านแฝด											
	การให้ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	SD	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม			แปลผล	ลำดับที่	น้อยที่สุด	น้อย
ความสัมพันธ์/รู้จัก ระหว่างกิจการของท่านกับผู้ขายหรือผู้ผลิต	0	0	14	33	8	55	3.89	0.63	0	1	25	33
	0.00%	0.00%	25.45%	60.00%	14.55%	100%	มาก		0.00%	1.54%	38.46%	50.7
รวม							3.89	0.63				รวม
							มาก					

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

ตาราง 39 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล ของสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัยส่วนบุคคล	ทาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์											
	การให้ความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	การให้ความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม			น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	2 3.45%	35 60.34%	18 31.03%	3 5.17%	58 100%	3.38 มาก	0.64 2	0 0.00%	2 1.74%	61 53.04%	45 39.13%
ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	2 3.45%	11 18.97%	40 68.97%	5 8.62%	58 100%	3.83 มาก	0.63 1	0 0.00%	2 1.74%	29 25.22%	72 62.61%
รวม							3.60 มาก	0.47				รวม

ปัจจัยส่วนบุคคล	บ้านแฝด											
	การให้ความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	การให้ความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม			น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 1.82%	31 56.36%	18 32.73%	5 9.09%	55 100%	3.49 ปานกลาง	0.69 2	0 0.00%	1 1.54%	33 50.77%	28 43.08%
ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา	0 0.00%	1 1.82%	10 18.18%	38 69.09%	6 10.91%	55 100%	3.89 มาก	0.60 1	0 0.00%	1 1.54%	14 21.54%	38 58.46%
รวม							3.69 มาก	0.50				รวม

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

จากตาราง 38 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88)

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89)

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68)

จากตาราง 39 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) และทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคล ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) เรียงลำดับความสำคัญ ของปัจจัยต่างๆได้ดังนี้ ความรู้ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับ ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และทัศนคติของท่านต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา ระดับ ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ตาราง 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบไอน้ำ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีต มวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัจจัย	ประเภทสิ่งก่อสร้าง							
	ทาวเฮาส์/ อาคารพาณิชย์		บ้านเดี่ยว		บ้านแฝด		อาคารสูง	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.08 มาก	0.30 2	4.13 มาก	0.30 1	4.14 มาก	0.26 1	4.13 มาก	0.34 2
ปัจจัยด้านราคา	4.10 มาก	0.45 1	4.07 มาก	0.40 2	4.01 มาก	0.42 3	4.15 มาก	0.44 1
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.93 มาก	0.42 4	3.99 มาก	0.39 3	3.96 มาก	0.42 4	3.90 มาก	0.38 4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.88 มาก	0.35 (5)	3.87 มาก	0.39 5	3.90 มาก	0.39 5	3.80 มาก	0.41 5
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	4.00 มาก	0.31 3	3.99 มาก	0.39 3	4.02 มาก	0.37 2	4.00 มาก	0.39 3
ปัจจัยด้านองค์การ	3.75 มาก	0.53 7	3.76 มาก	0.61 7	3.80 มาก	0.60 7	3.68 มาก	0.60 7
ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.88 มาก	0.73 6	3.80 มาก	0.75 6	3.89 มาก	0.63 6	3.68 มาก	0.66 8
ปัจจัยส่วนบุคคล	3.60 มาก	0.47 8	3.66 มาก	0.47 8	3.69 มาก	0.50 8	3.72 มาก	0.48 6
รวม	3.95 มาก	0.28	3.94 มาก	0.29	3.96 มาก	0.30	3.91 มาก	0.28

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

จากตาราง 40 พบว่าระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบไอน้ำ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบไอน้ำ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยด้านองค์การ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) และปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบไอน้ำ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านองค์การ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบไอน้ำ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยด้านองค์การ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ อบไอน้ำ ในระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยส่วนบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยด้านองค์กร ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 5 ผลการศึกษาระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตาราง 41 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	SD
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	แปลผล	ลำดับ ที่
ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	0 0.00	5 3.13	38 23.75	107 66.88	10 6.25	160 100	3.76 มาก	0.61 2
คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่นไม่สามารถ รับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน	0 0.00	6 3.75	21 13.13	116 72.50	17 10.63	160 100	3.9 มาก	0.62 1
ไม่ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการ ขาย	0 0.00	8 5.00	85 53.13	54 33.75	13 8.13	160 100	3.45 ปานกลาง	0.72 3
คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตก มุม	0 0.00	49 30.63	37 23.13	53 33.13	21 13.13	160 100	3.29 ปานกลาง	1.04 4
คอนกรีตมวลเบาไม่ขนาดไม่ความสม่ำเสมอไม่ เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก.	0 0.00	59 36.88	26 16.25	45 28.13	30 18.75	160 100	3.29 ปานกลาง	1.15 5
ตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก/ ไม่น่าเชื่อถือ	0 0.00	59 36.88	52 32.50	35 21.88	14 8.75	160 100	3.03 ปานกลาง	0.97 7
ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่นไม่รับคืน ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ	0 0.00	58 36.25	38 23.75	47 29.38	17 10.63	160 100	3.14 ปานกลาง	1.03 6
รวม							3.41 ปานกลาง	0.63

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

จากตาราง 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของ ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยเรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆได้ดังนี้ คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่น

ไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ไม่มี ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ไม่ได้ รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) คอนกรีตมวลเบาไม่มีความสม่ำเสมอไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก. ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่นไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) และตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.03) ตามลำดับ

ตาราง 42 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	SD
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	แปลผล	ลำดับที่
ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน	0 0.00	34 21.25	18 11.25	101 63.13	7 4.38	160 100	3.51 มาก	0.88 4
ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม	0 0.00	2 1.25	42 26.25	107 66.88	9 5.63	160 100	3.77 มาก	0.56 1
ราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า	0 0.00	6 3.75	49 30.63	92 57.50	13 8.13	160 100	3.7 มาก	0.67 2
ไม่มีการให้ส่วนลดราคา	0 0.00	6 3.75	67 41.88	71 44.38	16 10.00	160 100	3.61 มาก	0.72 3
รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย	47 29.38	7 4.38	32 20.00	64 40.00	10 6.25	160 100	2.89 ปานกลาง	1.37 5
วงเงินเครดิตไม่เพียงพอ	47 29.38	41 25.63	28 17.50	30 18.75	14 8.75	160 100	2.52 ปานกลาง	1.32 7
ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น	47 29.38	6 3.75	64 40.00	26 16.25	17 10.63	160 100	2.75 ปานกลาง	1.32 6
รวม							3.25 ปานกลาง	0.57

จากตาราง 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) โดยเรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคาขนส่งไม่เหมาะสม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ไม่มีการให้ส่วนลดราคา ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐานระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.89) ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) และวงเงินเครดิตไม่เพียงพอ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.52) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a semi-circle. On either side of the elephant, there are stylized floral or sun-like symbols. The entire logo is rendered in a light gray color.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 43 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	SD
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	แปลผล	ลำดับ ที่
สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ไกลจาก สถานที่ก่อสร้าง	47 29.38	6 3.75	28 17.50	60 37.50	19 11.88	160	2.99 ปานกลาง	1.44 1
ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่าง สะดวก	47 29.38	8 5.00	45 28.13	53 33.13	7 4.38	160	2.78 ปานกลาง	1.3 5
จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา	47 29.38	12 7.50	30 18.75	47 29.38	24 15.00	160	2.93 ปานกลาง	1.47 2
ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่ง สินค้า	47 29.38	7 4.38	49 30.63	46 28.75	11 6.88	160	2.79 ปานกลาง	1.32 4
ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม	47 29.38	5 3.13	40 25.00	59 36.88	9 5.63	160	2.86 ปานกลาง	1.34 3
มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด	47 29.38	8 5.00	33 20.63	54 33.75	18 11.25	160	2.93 ปานกลาง	1.42 2
รวม							2.88 ปานกลาง	1.3

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

จากตาราง 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของ ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88) โดยเรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ สถานที่จำหน่าย/โรงงาน ผู้ผลิต อยู่ไกลจากสถานที่ก่อสร้าง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) มัก ประสบภาวะสินค้าขาดตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) ไม่มีการ บริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.86) ผู้จำหน่าย มียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า ระดับ ความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79) และไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่าง สะดวก ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.78) ตามลำดับ

ตาราง 44 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	SD
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า	85	7	12	36	20	160	2.37	1.58
	53.13	4.38	7.50	22.50	12.50	100	น้อย	3
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ	85	6	33	28	8	160	2.18	1.37
	53.13	3.75	20.63	17.50	5.00	100	น้อย	5
การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง	0	97	32	23	8	160	2.64	0.91
	0.00	60.63	20.00	14.38	5.00	100	ปานกลาง	2
พนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	85	10	23	33	9	160	2.19	1.41
	53.13	6.25	14.38	20.63	5.63	100	น้อย	4
ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม	1	7	37	105	10	160	3.73	0.97
	0.63	4.38	23.13	65.63	6.25	100	ปานกลาง	1
รวม							2.62	0.98
							ปานกลาง	

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

จากตาราง 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62) โดยเรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาต่างๆ ได้ดังนี้ ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง ระดับความรุนแรงของปัญหปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.64) พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.37) พนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.19) และไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.18) ตามลำดับ

ตาราง 45 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคอนกรีตมวลเบา แบบมี ฟองอากาศอบไอน้ำ

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ลำดับที่	การแปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.41	0.63	1	ปานกลาง
ด้านราคา	3.25	0.57	2	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	2.88	1.30	3	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.62	0.98	4	ปานกลาง
โดยรวม	3.04	0.74		ปานกลาง

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

จากตาราง 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของ ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดโดยรวมในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) โดย เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาด้านต่างๆได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความรุนแรงของปัญหา ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ด้านราคา ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) ด้านการ จัดจำหน่าย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88) และด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62) ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ผลการศึกษาระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามจำนวนเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ และประเภทสิ่งก่อสร้าง

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตาราง 46 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	0 0.00%	2 3.17%	16 25.40%	41 65.08%	4 6.35%	63 100%	3.75 มาก	0.62 2
คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่นไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน	0 0.00%	3 4.76%	8 12.70%	47 74.60%	5 7.94%	63 100%	3.86 มาก	0.62 1
ไม่ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย	0 0.00%	4 6.35%	29 46.03%	21 33.33%	9 14.29%	63 100%	3.56 มาก	0.82 3
คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม	0 0.00%	18 28.57%	12 19.05%	23 36.51%	10 15.87%	63 100%	3.4 ปานกลาง	1.07 4
คอนกรีตมวลเบาไม่ขนาดไม่ความสม่ำเสมอไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก.	0 0.00%	20 31.75%	11 17.46%	20 31.75%	12 19.05%	63 100%	3.38 ปานกลาง	1.13 5
ตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ	0 0.00%	20 31.75%	21 33.33%	17 26.98%	5 7.94%	63 100%	3.11 ปานกลาง	0.95 7
ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่นไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ	0 0.00%	20 31.75%	15 23.81%	22 34.92%	6 9.52%	63 100%	3.22 ปานกลาง	1.01 6
							3.47 ปานกลาง	0.65

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

ตาราง 46 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	0 0.00%	0 0.00%	12 21.82%	40 72.73%	3 5.45%	55 100%	3.84 มาก	0.5 2	
คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่นไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน	0 0.00%	0 0.00%	10 18.18%	38 69.09%	7 12.73%	55 100%	3.95 มาก	0.56 1	
ไม่ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย	0 0.00%	1 1.82%	27 49.09%	25 45.45%	2 3.64%	55 100%	3.51 มาก	0.60 3	
คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม	0 0.00%	17 30.91%	16 29.09%	14 25.45%	8 14.55%	55 100%	3.24 ปานกลาง	1.05 5	
คอนกรีตมวลเบามีขนาดไม่เหมาะสมไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก.	0 0.00%	19 34.55%	8 14.55%	20 36.36%	8 14.55%	55 100%	3.31 ปานกลาง	1.10 4	
ตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ	0 0.00%	22 40.00%	14 25.45%	12 21.82%	7 12.73%	55 100%	3.07 ปานกลาง	1.07 7	
ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่นไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ	0 0.00%	19 34.55%	17 30.91%	14 25.45%	5 9.09%	55 100%	3.09 ปานกลาง	0.99 6	
รวม							3.43 ปานกลาง	0.59	

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

ตาราง 46 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	0 0.00%	3 7.14%	10 23.81%	26 61.90%	3 7.14%	42 100%	3.69 มาก	0.72 2
คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่น ไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน	0 0.00%	3 7.14%	3 7.14%	31 73.81%	5 11.90%	42 100%	3.90 มาก	0.69 1
ไม่ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย	0 0.00%	3 7.14%	29 69.05%	8 19.05%	2 4.76%	42 100%	3.21 ปานกลาง	0.65 3
คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม	0 0.00%	14 33.33%	9 21.43%	16 38.10%	3 7.14%	42 100%	3.19 ปานกลาง	0.99 4
คอนกรีตมวลเบาไม่แข็งแรง ไม่เป็นไปตามมาตรฐานมอก.	0 0.00%	20 47.62%	7 16.67%	5 11.90%	10 23.81%	42 100%	3.12 ปานกลาง	1.25 5
ตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ	0 0.00%	17 40.48%	17 40.48%	6 14.29%	2 4.76%	42 100%	2.83 ปานกลาง	0.85 7
ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่นไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ	0 0.00%	19 45.24%	6 14.29%	11 26.19%	6 14.29%	42 100%	3.10 ปานกลาง	1.14 6
	รวม						3.29 ปานกลาง	0.64

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

จากตาราง 46 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่นไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ไม่ได้ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.56) คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) คอนกรีตมวลเบาไม่สม่ำเสมอ ไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก. ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่น ไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) และตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10 – 50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่นไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ไม่ได้ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.51) คอนกรีตมวลเบาไม่สม่ำเสมอ ไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก. ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่น ไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) และตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่นไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน

ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ไม่ได้ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) คอนกรีตมวลเบาไม่ขนาดไม่ความ สม่ำเสมอไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก. ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่นไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.10) และตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ ระดับความรุนแรง ของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 47 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาด้านราคา	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน	0 0.00%	18 28.57%	8 12.70%	37 58.73%	0 0.00%	63 100%	3.3 ปานกลาง	0.89 4	
ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม	0 0.00%	0 0.00%	15 23.81%	44 69.84%	4 6.35%	63 100%	3.83 มาก	0.52 1	
ราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า	0 0.00%	2 3.17%	25 39.68%	33 52.38%	3 4.76%	63 100%	3.59 มาก	0.64 2	
ไม่มีการให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	3 4.76%	34 53.97%	22 34.92%	4 6.35%	63 100%	3.43 ปานกลาง	0.69 3	
รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย	16 25.40%	4 6.35%	11 17.46%	29 46.03%	3 4.76%	63 100%	2.98 ปานกลาง	1.33 5	
วงเงินเครดิตไม่เพียงพอ	16 25.40%	20 31.75%	11 17.46%	10 15.87%	6 9.52%	63 100%	2.52 ปานกลาง	1.29 7	
ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น	16 25.40%	3 4.76%	31 49.21%	8 12.70%	5 7.94%	63 100%	2.73 ปานกลาง	1.21 6	
						รวม	3.2 ปานกลาง	0.5 กลาง	

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

ตาราง 47 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาด้านราคา	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน	0 0.00%	12 21.82%	3 5.45%	36 65.45%	4 7.27%	55 100%	3.58 มาก	0.92 4
ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม	0 0.00%	0 0.00%	16 29.09%	37 67.27%	2 3.64%	55 100%	3.75 มาก	0.52 2
ราคาไม่สมเหตุผลผลกับ คุณภาพของสินค้า	0 0.00%	2 3.64%	15 27.27%	34 61.82%	4 7.27%	55 100%	3.73 มาก	0.65 3
ไม่มีการให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	0 0.00%	21 38.18%	25 45.45%	9 16.36%	55 100%	3.78 มาก	0.71 1
รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือก น้อย	17 30.91%	0 0.00%	10 18.18%	26 47.27%	2 3.64%	55 100%	2.93 ปาน กลาง	1.37 5
วงเงินเครดิตไม่เพียงพอ	17 30.91%	14 25.45%	10 18.18%	9 16.36%	5 9.09%	55 100%	2.47 น้อย	1.33 7
ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น	17 30.91%	3 5.45%	18 32.73%	13 23.64%	4 7.27%	55 100%	2.71 ปาน กลาง	1.33 6
รวม							3.28 ปาน กลาง	0.57

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

ตาราง 47 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาด้านราคา	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
	การให้ระดับความสำคัญ							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน	0 0.00%	4 9.52%	7 16.67%	28 66.67%	3 7.14%	42 100%	3.71 มาก	0.74 3
ราคาขายส่งไม่เหมาะสม	0 0.00%	2 4.76%	11 26.19%	26 61.90%	3 7.14%	42 100%	3.71 มาก	0.67 2
ราคาไม่สมเหตุผลกับ คุณภาพของสินค้า	0 0.00%	2 4.76%	9 21.43%	25 59.52%	6 14.29%	42 100%	3.83 มาก	0.73 1
ไม่มีการให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	3 7.14%	12 28.57%	24 57.14%	3 7.14%	42 100%	3.64 มาก	0.73 4
รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือก น้อย	14 33.33%	3 7.14%	11 26.19%	9 21.43%	5 11.90%	42 100%	2.71 ปาน กลาง	1.44 6
วงเงินเครดิตไม่เพียงพอ	14 33.33%	7 16.67%	7 16.67%	11 26.19%	3 7.14%	42 100%	2.57 ปาน กลาง	1.38 7
ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น	14 33.33%	0 0.00%	15 35.71%	5 11.90%	8 19.05%	42 100%	2.83 ปาน กลาง	1.5 5
							3.29 ปาน กลาง	0.66

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

จากตาราง 47 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสม

การตลาดด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสมระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ไม่มีการให้ส่วนลดราคา ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.73) และวงเงินเครดิตไม่เพียงพอ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.52) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10 – 50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ไม่มีการให้ส่วนลดราคา ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) และวงเงินเครดิตไม่เพียงพอ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.47) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ไม่มีการให้ส่วนลดราคา ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) และวงเงินเครดิตไม่เพียงพอ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) ตามลำดับ

ตาราง 48 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	การให้ระดับความสำคัญ								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ไกลจากสถานที่ก่อสร้าง	16 25.40%	4 6.35%	10 15.87%	24 38.10%	9 14.29%	63 100%	3.1 ปาน กลาง	1.43 1	
ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่าย ได้อย่างสะดวก	16 25.40%	4 6.35%	15 23.81%	23 36.51%	5 7.94%	63 100%	2.95 ปาน กลาง	1.34 4	
จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตาม เวลา	16 25.40%	5 7.94%	11 17.46%	19 30.16%	12 19.05%	63 100%	3.1 ปาน กลาง	1.48 2	
ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัย ไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า	16 25.40%	4 6.35%	17 26.98%	22 34.92%	4 6.35%	63 100%	2.9 ปาน กลาง	1.3 6	
ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทาง วิศวกรรม	16 25.40%	2 3.17%	19 30.16%	22 34.92%	4 6.35%	63 100%	2.94 ปาน กลาง	1.29 5	
มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด	16 25.40%	4 6.35%	13 20.63%	22 34.92%	8 12.70%	63 100%	3.03 ปาน กลาง	1.4 3	
							3.00 ปาน กลาง	1.29	

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

ตาราง 48 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม			
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ห่างไกลจากสถานที่ก่อสร้าง	17 30.91%	1 1.82%	8 14.55%	24 43.64%	5 9.09%	55 100%	2.98 ปานกลาง	1.45 1	
ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก	17 30.91%	1 1.82%	22 40.00%	15 27.27%	0 0.00%	55 100%	2.64 ปานกลาง	1.19 6	
จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา	17 30.91%	3 5.45%	10 18.18%	22 40.00%	3 5.45%	55 100%	2.84 ปานกลาง	1.38 4	
ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า	17 30.91%	2 3.64%	20 36.36%	12 21.82%	4 7.27%	55 100%	2.71 ปานกลาง	1.31 5	
ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม	17 30.91%	1 1.82%	9 16.36%	25 45.45%	3 5.45%	55 100%	2.93 ปานกลาง	1.4 2	
มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด	17 30.91%	2 3.64%	14 25.45%	16 29.09%	6 10.91%	55 100%	2.85 ปานกลาง	1.42 3	
						รวม	2.82 ปานกลาง	1.29	

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

ตาราง 48 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	การให้ระดับความสำคัญ								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ห่างไกลจากสถานที่ก่อสร้าง	14 33.33%	1 2.38%	10 23.81%	12 28.57%	5 11.90%	42 100%	2.83 ปานกลาง	1.46 2	
ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก	14 33.33%	3 7.14%	8 19.05%	15 35.71%	2 4.76%	42 100%	2.71 ปานกลาง	1.38 5	
จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา	14 33.33%	4 9.52%	9 21.43%	6 14.29%	9 21.43%	42 100%	2.81 ปานกลาง	1.57 3	
ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า	14 33.33%	1 2.38%	12 28.57%	12 28.57%	3 7.14%	42 100%	2.74 ปานกลาง	1.38 4	
ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม	14 33.33%	2 4.76%	12 28.57%	12 28.57%	2 4.76%	42 100%	2.67 ปานกลาง	1.34 6	
มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด	14 33.33%	2 4.76%	6 14.29%	16 38.10%	4 9.52%	42 100%	2.86 ปานกลาง	1.47 1	
	รวม							2.77 ปานกลาง	1.35

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

จากตาราง 48 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหา ย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ห่างจากสถานที่ก่อสร้าง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95) ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) และ ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10 – 50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหา ย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ห่างจากสถานที่ก่อสร้าง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.84) ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) และไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.64) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหา ย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.86) สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ห่างจากสถานที่ก่อสร้าง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา ระดับความรุนแรงของ

ปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) และไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.67) ตามลำดับ

ตาราง 49 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท							
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า	34 53.97%	3 4.76%	6 9.52%	15 23.81%	5 7.94%	63 100%	2.27 น้อย	1.5 3
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้ เกิดความไม่สะดวกในการ สั่งซื้อ	34 53.97%	2 3.17%	13 20.63%	11 17.46%	3 4.76%	63 100%	2.16 น้อย	1.37 4
การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง	0 0.00%	42 66.67%	12 19.05%	7 11.11%	2 3.17%	63 100%	2.51 ปาน กลาง	0.82 2
พนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับ ตัวผลิตภัณฑ์	34 53.97%	5 7.94%	7 11.11%	15 23.81%	2 3.17%	63 100%	2.14 น้อย	1.38 5
ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม	1 1.59%	4 6.35%	14 22.22%	39 61.90%	5 7.94%	63 100%	3.68 มาก	0.78 1
รวม							2.55 ปาน กลาง	0.93

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

ตาราง 49 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เงินทุนจดทะเบียน 10 - 50 ล้านบาท						รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	การให้ระดับความสำคัญ								
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า	29 52.73%	2 3.64%	3 5.45%	9 16.36%	12 21.82%	55 100%	2.51 ปาน กลาง	1.73 3	
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำ ให้เกิดความไม่สะดวกในการ สั่งซื้อ	29 52.73%	2 3.64%	5 9.09%	15 27.27%	4 7.27%	55 100%	2.33 น้อย	1.52 4	
การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง	0 0.00%	31 56.36%	12 21.82%	11 20.00%	1 1.82%	55 100%	2.67 ปาน กลาง	0.86 2	
พนักงานไม่มีความรู้ดีพอ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	29 52.73%	3 5.45%	11 20.00%	9 16.36%	3 5.45%	55 100%	2.16 น้อย	1.37 5	
ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม	0 0.00%	2 3.64%	11 20.00%	40 72.73%	2 3.64%	55 100%	3.76 มาก	0.58 1	
รวม								2.69 ปาน กลาง	1.03

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

ตาราง 49 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เงินทุนจดทะเบียน มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป						ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม		
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า	22 52.38%	2 4.76%	3 7.14%	12 28.57%	3 7.14%	42 100%	2.33 น้อย	1.52 3
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำ ให้เกิดความไม่สะดวกในการ สั่งซื้อ	22 52.38%	2 4.76%	15 35.71%	2 4.76%	1 2.38%	42 100%	2.00 น้อย	1.15 5
การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง	0 0.00%	24 57.14%	8 19.05%	5 11.90%	5 11.90%	42 100%	2.79 ปาน กลาง	1.07 2
พนักงานไม่มีความรู้ดีพอ เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	22 52.38%	2 4.76%	5 11.90%	9 21.43%	4 9.52%	42 100%	2.31 น้อย	1.52 4
ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม	0 0.00%	1 2.38%	12 28.57%	26 61.90%	3 7.14%	42 100%	3.74 มาก	0.63 1
รวม							2.63 ปาน กลาง	1.00

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

จากตาราง 49 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.55) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า ระดับความ

รุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.27) ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.16) และพนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.14) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10 – 50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ ออบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.69) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.76) การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.67) พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.51) ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.33) และพนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.16) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.63) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.74) การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79) พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.33) พนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.31) และไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.00) ตามลำดับ

ตาราง 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ

ปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เงินทุนจดทะเบียนของกิจการ					
	ต่ำกว่า 10 ล้านบาท		10 - 50 ล้านบาท		มากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	3.47 ปานกลาง	0.65 1	3.43 ปานกลาง	0.59 1	3.29 ปานกลาง	0.64 1
ปัญหาด้านราคา	3.20 ปานกลาง	0.50 2	3.28 ปานกลาง	0.57 2	3.29 ปานกลาง	0.66 2
ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	3.00 ปานกลาง	1.29 3	2.82 ปานกลาง	1.29 3	2.77 ปานกลาง	1.35 3
ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	2.55 ปานกลาง	0.93 4	2.69 ปานกลาง	1.03 4	2.63 ปานกลาง	1.00 4
รวม	3.05 ปานกลาง	0.69	3.05 ปานกลาง	0.74	3.00 ปานกลาง	0.81

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

จากตาราง 50 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามเงินทุนจดทะเบียนของกิจการ ปรากฏผลดังนี้

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 10 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดได้ดังนี้ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัญหาด้านราคา ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.55) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 10 – 50 ล้านบาท ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดได้ดังนี้ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง

(ค่าเฉลี่ย 3.43) ปัญหาด้านราคา ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.69) ตามลำดับ

กลุ่มกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 51 ล้านบาทขึ้นไป ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมการตลาดโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดได้ดังนี้ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัญหาด้านราคา ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.63) ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". On either side of the elephant, there is a decorative floral or sunburst-like symbol.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 51 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ทิวทัศน์/อาคารพาณิชย์								บ้าน			
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก	0 0.00%	3 5.17%	9 15.52%	41 70.69%	5 8.62%	58 100%	3.83 มาก	0.65 2	0 0.00%	4 3.48%	29 25.22%	74 64.35%
คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่นไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน	0 0.00%	2 3.45%	8 13.79%	42 72.41%	6 10.34%	58 100%	3.9 มาก	0.61 1	0 0.00%	4 3.48%	11 9.57%	88 76.52%
ไม่ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย	0 0.00%	5 8.62%	34 58.62%	18 31.03%	1 1.72%	58 100%	3.26 ปาน กลาง	0.64 3	0 0.00%	5 4.35%	67 58.26%	33 28.70%
คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม	0 0.00%	18 31.03%	15 25.86%	20 34.48%	5 8.62%	58 100%	3.21 ปาน กลาง	0.99 5	0 0.00%	35 30.43%	29 25.22%	40 34.78%
คอนกรีตมวลเบาไม่มีความสม่ำเสมอไม่เป็นไปตามมาตรฐาน มอก.	0 0.00%	22 37.93%	11 18.97%	14 24.14%	11 18.97%	58 100%	3.24 ปาน กลาง	1.16 4	0 0.00%	44 38.26%	19 16.52%	28 24.35%

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

ตาราง 51 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส
 ผลิตภัณท์ จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านผลิตภัณท์	ทวเฮาส์/อาคารพาณิชย์											
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปรผล	SD ลำดับ ที่	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิต ไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ	0 0.00%	23 39.66%	17 29.31%	15 25.86%	3 5.17%	58 100%	2.97 ปาน กลาง	0.94 7	0 0.00%	44 38.26%	37 32.17%	26 22.61%
ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่น ไม่ รับคืนผลิตภัณท์ที่ไม่ได้คุณภาพ	0 0.00%	23 39.66%	11 18.97%	16 27.59%	8 13.79%	58 100%	3.16 ปาน กลาง	1.11 6	0 0.00%	44 38.26%	28 24.35%	31 26.96%
						รวม	3.36 ปาน กลาง	0.63				รวม

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

ตาราง 51 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส
 ผลลัพธ์ จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	บ้านแฝด						อาคารพาณิชย์					
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
ไม่มีความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์ให้เลือก	0 0.00%	1 1.82%	9 16.36%	42 76.36%	3 5.45%	55 100%	3.85 มาก	0.52 2	0 0.00%	2 3.08%	15 23.08%	43 66.15%
คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่นไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตาม มาตรฐาน	0 0.00%	1 1.82%	11 20.00%	33 60.00%	10 18.18%	55 100%	3.95 มาก	0.68 1	0 0.00%	1 1.54%	5 7.69%	51 78.46%
ไม่ได้รับความสะดวกจากการ บริการหลังการขาย	0 0.00%	1 1.82%	29 52.73%	23 41.82%	2 3.64%	55 100%	3.47 ปาน กลาง	0.6 3	0 0.00%	3 4.62%	37 56.92%	21 32.31%
คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสี คล้ำ บิ่น แตกมุม	0 0.00%	17 30.91%	14 25.45%	15 27.27%	9 16.36%	55 100%	3.29 ปาน กลาง	1.08 5	0 0.00%	22 33.85%	12 18.46%	22 33.85%
คอนกรีตมวลเบาไม่มีความ สม่ำเสมอไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มาก.	0 0.00%	21 38.18%	6 10.91%	17 30.91%	11 20.00%	55 100%	3.33 ปาน กลาง	1.19 4	0 0.00%	25 38.46%	12 18.46%	17 26.15%

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

ตาราง 51 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยสผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	บ้านแฝด											รวม	
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่	การให้ระดับความสำคัญ				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง		มาก
ตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิต ไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ	0 0.00%	19 34.55%	23 41.82%	8 14.55%	5 9.09%	55 100%	2.98 ปาน กลาง	0.93 7	0 0.00%	25 38.46%	27 41.54%	11 16.92%	
ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่น ไม่ รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ	0 0.00%	20 36.36%	13 23.64%	20 36.36%	2 3.64%	55 100%	3.07 ปาน กลาง	0.94 6	0 0.00%	25 38.46%	11 16.92%	22 33.85%	
รวม							3.42 ปาน กลาง	0.61	รวม				

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

จากตาราง 51 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่น ไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ไม่ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) คอนกรีตมวลเบาไม่มีความสม่ำเสมอไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก. ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.21) ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่น ไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) และตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่น ไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ไม่ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) คอนกรีตมวลเบาไม่มีความสม่ำเสมอไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก. ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่น ไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.10) และตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่น ไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน ระดับ

ความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ไม่ได้ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) คอนกรีตมวลเบาไม่ความสม่ำเสมอไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก. ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่น ไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.07) และตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ คอนกรีตมวลเบาไม่ได้คุณภาพ เช่น ไม่สามารถรับน้ำหนักได้ตามมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้เลือก ระดับความรุนแรงของปัญหาหนัก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ไม่ได้ได้รับความสะดวกจากการบริการหลังการขาย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) คอนกรีตมวลเบาไม่สวย เช่น มีสีคล้ำ บิ่น แตกมุม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) คอนกรีตมวลเบาไม่ความสม่ำเสมอไม่เป็นไปตาม มาตรฐาน มอก. ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) ไม่มีการรับประกันสินค้าเช่น ไม่รับประกันผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) และตราสินค้า ชื่อเสียงบริษัทผู้ผลิตไม่เป็นที่รู้จัก / ไม่น่าเชื่อถือ ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) ตามลำดับ

ตาราง 52 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนป
ตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านราคา	ทวเฮาส์/อาคารพาณิชย์										รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	SD	การให้ระดับความสำคัญ					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				น้อยที่สุด	น้อย				ปานกลาง
ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน	0 0.00%	12 20.69%	6 10.34%	36 62.07%	4 6.90%	58 100%	3.55 มาก	0.9 4	0 0.00%	21 18.26%	13 11.30%	7 66.43%	3.55	4
ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม	0 0.00%	1 1.72%	17 29.31%	35 60.34%	5 8.62%	58 100%	3.76 มาก	0.63 1	0 0.00%	2 1.74%	31 26.96%	7 65.31%	3.76	1
ราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า	0 0.00%	4 6.90%	17 29.31%	34 58.62%	3 5.17%	58 100%	3.62 มาก	0.7 3	0 0.00%	4 3.48%	30 26.09%	7 61.43%	3.62	3
ไม่มีกรให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	1 1.72%	23 39.66%	30 51.72%	4 6.90%	58 100%	3.64 มาก	0.64 2	0 0.00%	5 4.35%	45 39.13%	7 46.52%	3.64	2
รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย	17 29.31%	2 3.45%	14 24.14%	19 32.76%	6 10.34%	58 100%	2.91 ปานกลาง	1.41 5	35 30.43%	6 5.22%	25 21.74%	4 36.36%	2.91	5
วงเงินเครดิตไม่เพียงพอ	17 29.31%	13 22.41%	11 18.97%	11 18.97%	6 10.34%	58 100%	2.59 ปานกลาง	1.36 7	35 30.43%	27 23.48%	21 18.26%	2 19.35%	2.59	7
ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น	17 29.31%	3 5.17%	22 37.93%	9 15.52%	7 12.07%	58 100%	2.76 ปานกลาง	1.35 6	35 30.43%	5 4.35%	45 39.13%	14 14.14%	2.76	6
รวม							3.26 ปานกลาง	0.59					3.26	0.59

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

ตาราง 52 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัย
จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านราคา	บ้านแฝด							ทาวน์โฮม				
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก
ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน	0 0.00%	12 21.82%	5 9.09%	36 65.45%	2 3.64%	55 100%	3.51 มาก	0.88	0 0.00%	15 23.08%	8 12.31%	32 58.41%
ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม	0 0.00%	1 1.82%	13 23.64%	39 70.91%	2 3.64%	55 100%	3.76 มาก	0.54	0 0.00%	2 3.08%	15 23.08%	43 77.84%
ราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า	0 0.00%	1 1.82%	18 32.73%	31 56.36%	5 9.09%	55 100%	3.73 มาก	0.65	0 0.00%	1 1.54%	22 33.85%	32 58.15%
ไม่มีการให้ส่วนลดราคา	0 0.00%	2 3.64%	24 43.64%	27 49.09%	2 3.64%	55 100%	3.53 มาก	0.63	0 0.00%	1 1.54%	26 40.00%	28 47.67%
รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย	17 30.91%	1 1.82%	15 27.27%	19 34.55%	3 5.45%	55 100%	2.82 ปานกลาง	1.35	21 32.31%	1 1.54%	16 24.62%	17 25.53%
วงเงินเครดิตไม่เพียงพอ	17 30.91%	13 23.64%	7 12.73%	13 23.64%	5 9.09%	55 100%	2.56 ปานกลาง	1.38	21 32.31%	15 23.08%	12 18.46%	19 27.15%
ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น	17 30.91%	1 1.82%	22 40.00%	9 16.36%	6 10.91%	55 100%	2.75 ปานกลาง	1.35	21 32.31%	2 3.08%	22 33.85%	10 18.41%
รวม							3.24 ปานกลาง	0.55	รวม			

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

จากตาราง 52 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมี ฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคาโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่ เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ไม่มีการให้ส่วนลดราคา ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ราคาไม่ สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ราคาจำหน่าย ไม่ค่อยมีมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือก น้อย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น ระดับ ความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) และ วงเงินเครดิตไม่เพียงพอ ระดับความรุนแรง ของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.59) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.25) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อย ต่างๆ ได้ดังนี้ ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ราคาไม่ สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ไม่มีการให้ ส่วนลดราคา ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย ระดับความ รุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) วงเงินเครดิตไม่เพียงพอระดับ ความรุนแรงของปัญหา ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) และระยะเวลาในการชำระเงินสั้น ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.52) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อย ต่างๆ ได้ดังนี้ ราคาค่าขนส่งไม่เหมาะสม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ราคาไม่ สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ไม่มีการให้ ส่วนลดราคา ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย ระดับความ รุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น ระดับความรุนแรงของ

ปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) และวงเงินเครดิตไม่เพียงพอระดับ ความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ราคาขนส่งไม่เหมาะสม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ราคาไม่สมเหตุสมผลกับคุณภาพของสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ไม่มีการให้ส่วนลดราคา ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ราคาจำหน่ายไม่ค่อยมีมาตรฐาน ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) รูปแบบการชำระเงินมีให้เลือกน้อย ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) ระยะเวลาในการชำระเงินสั้น ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) และวงเงินเครดิตไม่เพียงพอระดับ ความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.43) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 53 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัย
 จำหน่าย จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	ทาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์								บ้านเดี่ยว			
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ไกลจากสถานที่ก่อสร้าง	17 29.31%	4 6.90%	6 10.34%	24 41.38%	7 12.07%	58 100%	3 ปานกลาง	1.47 1	35 30.43%	4 3.48%	24 20.87%	38 33.04%
ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก	17 29.31%	4 6.90%	18 31.03%	18 31.03%	1 1.72%	58 100%	2.69 ปานกลาง	1.25 6	35 30.43%	6 5.22%	31 26.96%	39 33.91%
จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา	17 29.31%	4 6.90%	13 22.41%	18 31.03%	6 10.34%	58 100%	2.86 ปานกลาง	1.41 4	35 30.43%	9 7.83%	21 18.26%	31 26.96%
ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า	17 29.31%	4 6.90%	14 24.14%	21 36.21%	2 3.45%	58 100%	2.78 ปานกลาง	1.31 5	35 30.43%	4 3.48%	34 29.57%	32 27.83%
ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม	17 29.31%	3 5.17%	14 24.14%	17 29.31%	7 12.07%	58 100%	2.9 ปานกลาง	1.42 3	35 30.43%	3 2.61%	30 26.09%	42 36.52%
มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด	17 29.31%	5 8.62%	9 15.52%	20 34.48%	7 12.07%	58 100%	2.91 ปานกลาง	1.45 2	35 30.43%	5 4.35%	23 20.00%	41 35.65%
รวม							2.86 ปานกลาง	1.32				รวม

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

ตาราง 53 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัย
 จำหน่าย จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	บ้านแฝด											
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับ ที่	การให้ระดับความสำคัญ			
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด				น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก
สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ไกลจากสถานที่ก่อสร้าง	17 30.91%	1 1.82%	11 20.00%	21 38.18%	5 9.09%	55 100%	2.93 ปานกลาง	1.43 2	21 32.31%	1 1.54%	9 13.85%	23 35.38%
ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก	17 30.91%	2 3.64%	16 29.09%	18 32.73%	2 3.64%	55 100%	2.75 ปานกลาง	1.31 4	21 32.31%	1 1.54%	18 27.69%	22 33.85%
จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา	17 30.91%	4 7.27%	13 23.64%	15 27.27%	6 10.91%	55 100%	2.80 ปานกลาง	1.42 3	21 32.31%	2 3.08%	13 20.00%	18 27.69%
ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า	17 30.91%	0 0.00%	22 40.00%	12 21.82%	4 7.27%	55 100%	2.75 ปานกลาง	1.31 4	21 32.31%	2 3.08%	21 32.31%	17 26.15%
ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม	17 30.91%	1 1.82%	17 30.91%	20 36.36%	0 0.00%	55 100%	2.73 ปานกลาง	1.25 6	21 32.31%	1 1.54%	20 30.77%	20 30.77%
มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด	17 30.91%	2 3.64%	10 18.18%	19 34.55%	7 12.73%	55 100%	2.95 ปานกลาง	1.47 1	21 32.31%	1 1.54%	16 24.62%	22 33.85%
รวม							2.82 ปานกลาง	1.28				รวม

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

จากตาราง 53 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.86) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆได้ดังนี้ สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ไกลจากสถานที่ก่อสร้างระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.86) ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.78) และ ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.69) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆได้ดังนี้ สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ไกลจากสถานที่ก่อสร้างระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) ไม่มีการบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) ผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) และ ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆได้ดังนี้ มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95) สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ไกลจากสถานที่ก่อสร้างระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.93) จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา ระดับความรุนแรงของ

ปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80) ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก และผู้จำหน่ายมี ยานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า ระดับ ความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) และไม่มีบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.73) และ ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัด จำหน่ายโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.84) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจาก ปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ สถานที่จำหน่าย/โรงงานผู้ผลิต อยู่ห่างไกลจากสถานที่ก่อสร้างระดับความ รุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) จัดส่งสินค้าล่าช้า และไม่ตรงตามเวลา ระดับความ รุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) มักประสบภาวะสินค้าขาดตลาด ระดับความรุนแรงของ ปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) ไม่สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้อย่างสะดวก ระดับความ รุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) ไม่มีบริการด้านเทคนิคทางวิศวกรรม ระดับความ รุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) และผู้จำหน่ายมียานพาหนะ เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ สะดวกและทันสมัยไม่เพียงพอ ในการขนส่งสินค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 54 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนการตลาด จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ทิวเฮาส์/อาคารพาณิชย์												
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD	การให้ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				ลำดับที่	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก
พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า	27 46.55%	4 6.90%	3 5.17%	15 25.86%	9 15.52%	58 100%	2.57 ปานกลาง	1.63	64 3	5 55.65%	7 4.35%	23.48%	
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ	27 46.55%	1 1.72%	15 25.86%	12 20.69%	3 5.17%	58 100%	2.36 น้อย	1.39	64 4	5 55.65%	27 43.5%	11.17%	
การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง	0 0.00%	32 55.17%	11 18.97%	11 18.97%	4 6.90%	58 100%	2.78 ปานกลาง	0.99	0 2	70 0.00%	20 60.87%	16.27%	
พนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	27 46.55%	5 8.62%	10 17.24%	12 20.69%	4 6.90%	58 100%	2.33 น้อย	1.42	64 5	5 55.65%	17 43.5%	20.69%	
ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา หรือ ให้ของแถม	0 0.00%	4 6.90%	14 24.14%	36 62.07%	4 6.90%	58 100%	3.69 มาก	0.71	1 1	3 0.87%	27 2.61%	68.52%	
	รวม						2.74 ปานกลาง	1.02	รวม				

ตาราง 54 (ต่อ) แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	บ้านแฝด						ค่าเฉลี่ย แปรผล	SD ลำดับที่	การให้ระดับความสำคัญ			
	การให้ระดับความสำคัญ					รวม			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด							
พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า	32 58.18%	2 3.64%	5 9.09%	9 16.36%	7 12.73%	55 100%	2.22 น้อย	1.57 3	33 50.77%	1 1.54%	7 10.77%	14 21.54%
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ	32 58.18%	1 1.82%	9 16.36%	9 16.36%	4 7.27%	55 100%	2.13 น้อย	1.44 4	33 50.77%	4 6.15%	13 20.00%	14 21.54%
การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง	0 0.00%	34 61.82%	11 20.00%	7 12.73%	3 5.45%	55 100%	2.62 ปานกลาง	0.91 2	0 0.00%	38 58.46%	12 18.46%	11 16.92%
พนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	32 58.18%	2 3.64%	12 21.82%	7 12.73%	2 3.64%	55 100%	2 น้อย	1.29 5	33 50.77%	3 4.62%	10 15.38%	14 21.54%
ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม	1 1.82%	1 1.82%	8 14.55%	43 78.18%	2 3.64%	55 100%	3.8 มาก	0.62 1	0 0.00%	4 6.15%	15 23.08%	40 61.54%
รวม							2.55 ปานกลาง	0.96	รวม			

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

จากตาราง 54 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง ปรากฏผลดังนี้

สิ่งก่อสร้างประเภททาวเฮาส์/อาคารพาณิชย์ ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.74) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.78) พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.36) และพนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.33) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.58) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.66) พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.29) พนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.15) และไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.06) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านแฝด ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.55) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62) พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.22) ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.13) และพนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.00) ตามลำดับ

สิ่งก่อสร้างประเภทอาคารสูง ผู้ที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศอบไอน้ำ ให้ความสำคัญกับระดับความรุนแรงของปัญหา ที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.68) เรียงลำดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยย่อยต่างๆ ได้ดังนี้ ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาหรือให้ของแถม ระดับความรุนแรงของปัญหามาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) การโฆษณาไม่ตรงตามความจริง ระดับความรุนแรงของปัญหาปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) พนักงานหน้าร้านให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพต่อลูกค้า ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.49) พนักงานไม่มีความรู้ดีพอเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.31) และไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการสั่งซื้อ ระดับความรุนแรงของปัญหาน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.17) ตามลำดับ

ตาราง 55 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามประเภทสิ่งก่อสร้าง

ปัญหา	ประเภทสิ่งก่อสร้าง							
	ทาวเฮาส์/ อาคารพาณิชย์		บ้านเดี่ยว		บ้านแฝด		อาคารสูง	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล	SD ลำดับที่
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	3.36 ปานกลาง	0.63 1	3.39 ปานกลาง	0.62 1	3.42 ปานกลาง	0.61 1	3.39 ปานกลาง	0.62 1
ปัญหาด้านราคา	3.26 ปานกลาง	0.59 2	3.25 ปานกลาง	0.57 2	3.24 ปานกลาง	0.55 2	3.23 ปานกลาง	0.58 2
ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	2.86 ปานกลาง	1.32 3	2.85 ปานกลาง	1.31 3	2.82 ปานกลาง	1.28 3	2.84 ปานกลาง	1.34 3
ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	2.74 ปานกลาง	1.02 4	2.58 ปานกลาง	0.96 4	2.55 ปานกลาง	0.96 4	2.68 ปานกลาง	1.02 4
รวม	3.06 ปานกลาง	0.78	3.02 ปานกลาง	0.73	3.01 ปานกลาง	0.73	3.03 ปานกลาง	0.76

จากตาราง 55 พบว่า ระดับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ ปรากฏผลดังนี้

