

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง สามารถนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน
ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของร้านค้า

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัย
ด้านการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง ได้แก่ ปัจจัยด้าน
สภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านภายในองค์กร ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ใน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของ
องค์กรธุรกิจที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์
ชนิดถุง จำแนกตามตำแหน่งของผู้มีอำนาจในสถานประกอบการ ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์
ชนิดถุงแต่ละครั้ง และรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของร้านค้า

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	50	58.8
หญิง	35	41.2
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 58.8 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 41.2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	16	18.8
31-40 ปี	46	54.1
41-50 ปี	17	20.0
51-60 ปี	4	4.7
มากกว่า 60 ปี	2	2.4
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 54.1 รองลงมาคือ อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 20.0 อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 18.8 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 4.7 และอายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือต่ำกว่า	36	42.4
มัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช. หรือเทียบเท่า	21	24.7
อนุปริญญา/ปวส.	11	12.9
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	14	16.5
สูงกว่าปริญญาตรี	3	3.5
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 3 หรือต่ำกว่ามากที่สุด ร้อยละ 42.4 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช. หรือเทียบเท่า ร้อยละ 24.7 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 16.5 อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 12.9 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบธุรกิจของกิจการ

รูปแบบธุรกิจของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการคนเดียว	51	60.0
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	31	36.5
บริษัทจำกัด	3	3.5
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบธุรกิจของกิจการมากที่สุดคือ เจ้าของกิจการคนเดียว ร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 36.5 และบริษัทจำกัด ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ตำแหน่งในสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการทั่วไป	21	24.7
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	31	36.5
เจ้าของกิจการ	33	38.8
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งในสถานประกอบการมากที่สุดคือ เจ้าของกิจการ ร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 36.5 ผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 24.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง

ประสบการณ์ในการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ปี	21	24.7
4-6 ปี	45	52.9
7-9 ปี	10	11.8
มากกว่า 9 ปี	9	10.6
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงมากที่สุดคือ 4-6 ปี ร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ 1-3 ปี ร้อยละ 24.7 7-9 ปี ร้อยละ 11.8 และมากกว่า 9 ปี ร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการ

ระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	27	31.8
6-10 ปี	45	52.9
11-15 ปี	11	12.9
มากกว่า 15 ปี	2	2.4
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการมากที่สุดคือ 6-10 ปี ร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ 1-5 ปี ร้อยละ 31.8 11-15 ปี ร้อยละ 12.9 และมากกว่า 15 ปี ร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000,000 บาท	39	45.9
1,000,001-2,000,000 บาท	30	35.3
2,000,001-3,000,000 บาท	10	11.8
3,000,001-5,000,000 บาท	4	4.7
มากกว่า 5,000,000 บาท	2	2.4
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดคือ ไม่เกิน 1,000,000 บาท ร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ 1,000,001-2,000,000 บาท ร้อยละ 35.3 2,000,001-3,000,000 บาท ร้อยละ 11.8 3,000,001-5,000,000 บาท ร้อยละ 4.7 และ มากกว่า 5,000,000 บาท ร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งในการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงต่อเดือน

จำนวนครั้งในการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	56	65.9
3-4 ครั้ง	23	27.1
5-6 ครั้ง	1	1.2
มากกว่า 6 ครั้ง	5	5.9
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนครั้งในการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงต่อเดือนมากที่สุดคือ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 65.9 รองลงมาคือ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 27.1 มากกว่า 6 ครั้ง ร้อยละ 5.9 และ 5-6 ครั้ง ร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 หกสิบล้อ 8-10 ตัน/ครั้ง	9	10.6
1 สิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง	21	24.7
1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง	55	64.7
รวม	85	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้งมากที่สุดคือ 1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง ร้อยละ 64.7 รองลงมาคือ 1 สิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง ร้อยละ 24.7 และ 1 หกสิบล้อ 8-10 ตัน/ครั้ง ร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อวัสดุ ปูนซีเมนต์ชนิดสูงจากตัวแทนจำหน่าย

การเลือกซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงจากตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	83	97.6
ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)	38	44.7
ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน)	22	25.9
ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด (มหาชน)	10	11.8
ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ชลประทานซีเมนต์ จำกัด (มหาชน)	71	83.5
ตัวแทนจำหน่าย บริษัท เซเม็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด	8	9.4
ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ภูมิใจไทยซีเมนต์ จำกัด	15	17.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงจากตัวแทนจำหน่ายมากที่สุดคือ ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 97.6 รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ชลประทานซีเมนต์ จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 83.5 ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 44.7 ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 25.9 ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ภูมิใจไทยซีเมนต์ จำกัด ร้อยละ 17.6 ตัวแทนจำหน่าย บริษัท ปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด (มหาชน) ร้อยละ 11.8 และตัวแทนจำหน่าย บริษัท เซเม็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 9.4

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงที่เลือกซื้อเพื่อมาจำหน่าย

ชนิดของวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงที่เลือกซื้อ เพื่อมาจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ปูนซีเมนต์ผสมก่อนาบทั่วไป	73	85.9
ปูนซีเมนต์ผสมสูตรพิเศษ 40 กก.	45	52.9
ปูนซีเมนต์ฉาบพิเศษ	42	49.4
ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์งานโครงสร้าง	29	34.1
ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ด้านทานซัลเฟต	14	16.5
ปูนมอร์ต้าก่อก่อทั่วไป	39	45.9
ปูนมอร์ต้าฉาบทั่วไป	43	50.6
ปูนมอร์ต้าฉาบละเอียด	25	29.4
ปูนมอร์ต้าก่อก่ออิฐมวลเบา	21	24.7
ปูนมอร์ต้าฉาบอิฐมวลเบา	13	15.3
ปูนมอร์ต้าเทพปรับระดับพื้น	5	5.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงเพื่อมาจำหน่าย มากที่สุดคือ ปูนซีเมนต์ผสมก่อนาบทั่วไป ร้อยละ 85.9 รองลงมาคือ ปูนซีเมนต์ผสมสูตรพิเศษ 40 กก. ร้อยละ 52.9 ปูนมอร์ต้าฉาบทั่วไป ร้อยละ 50.6 ปูนซีเมนต์ฉาบพิเศษ ร้อยละ 49.4 ปูนมอร์ต้าก่อก่อทั่วไป ร้อยละ 45.9 ปูนมอร์ต้าฉาบละเอียด ร้อยละ 29.4 ปูนมอร์ต้าก่อก่ออิฐมวลเบา ร้อยละ 24.7 ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ด้านทานซัลเฟต ร้อยละ 16.5 ปูนมอร์ต้าฉาบอิฐมวลเบา ร้อยละ 15.3 ปูนมอร์ต้าเทพปรับระดับพื้น ร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	35 (41.2)	37 (43.5)	13 (15.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.26 (มาก)	2
มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน	31 (36.5)	48 (56.5)	6 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	1
ตราสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	25 (29.4)	35 (41.2)	25 (29.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	5
ตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย	18 (21.2)	61 (71.8)	6 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.14 (มาก)	4
คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบแห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์แลนด์ แข็งแกร่ง ทนทาน เป็นต้น	23 (27.1)	23 (10.6)	53 (62.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.65 (มาก)	9
สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	11 (12.9)	29 (34.1)	35 (41.2)	10 (11.8)	0 (0.0)	3.48 (ปานกลาง)	10
รูปลักษณ์ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	11 (12.9)	35 (41.2)	39 (45.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	8
ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	18 (21.2)	22 (25.9)	45 (52.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.68 (มาก)	7

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิด
 ถุงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีเอกสารรับรองคุณภาพ ตามมาตรฐานรองรับ	30 (35.3)	39 (45.9)	16 (18.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.16 (มาก)	3
มีการรับประกันคุณภาพ สินค้า	23 (27.1)	43 (50.6)	12 (14.1)	7 (8.2)	0 (0.0)	3.88 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.92 (มาก)	

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ สินค้ามีคุณสมบัติหลากหลายตามประเภทของงาน (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ทรายสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ทรายสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.65) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า	30 (35.3)	33 (38.8)	16 (18.8)	6 (7.1)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	2
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น	11 (12.9)	38 (44.7)	30 (35.3)	6 (7.1)	0 (0.0)	3.64 (มาก)	5
มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต	30 (35.3)	43 (50.6)	12 (14.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.21 (มาก)	1
มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	23 (27.1)	33 (38.8)	29 (34.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	3
ระยะเวลาการให้เครดิตนาน	32 (37.6)	12 (14.1)	41 (48.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.94 (มาก)	

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ มีราคาเงินสด/เครดิตให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) การมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) ระยะเวลาการให้เครดิตนาน (ค่าเฉลี่ย 3.89) ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	25 (29.4)	54 (63.5)	6 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.22 (มาก)	2
สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี	30 (35.3)	49 (57.6)	6 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.28 (มาก)	1
การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้	18 (21.2)	44 (51.8)	23 (27.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	3
ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า	23 (27.1)	20 (23.5)	42 (49.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	6
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา	21 (24.7)	37 (43.5)	27 (31.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.93 (มาก)	4
ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า	11 (12.9)	45 (52.9)	29 (34.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.79 (มาก)	5
มีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก/เบิกสินค้า	18 (21.2)	20 (23.5)	47 (55.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.66 (มาก)	8
มีบริการให้เช่าอุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet)	25 (29.4)	7 (8.2)	53 (62.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.91 (มาก)	

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจาก

วัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.93) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) ท่าเลที่ตั้งสำหรับ จำหน่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีบริการให้เข้าเยี่ยมชมอุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet) (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก/เบิกสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาทางสื่อ วิทยุ	26 (30.6)	13 (15.3)	36 (42.4)	10 (11.8)	0 (0.0)	3.65 (มาก)	10
การโฆษณาทางสื่อ โทรทัศน์	26 (30.6)	16 (18.8)	43 (50.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	3
การโฆษณาทางสื่อ หนังสือพิมพ์	9 (10.6)	7 (8.2)	63 (74.1)	6 (7.1)	0 (0.0)	3.22 (ปานกลาง)	17
การให้ความ สนับสนุนรายการ โทรทัศน์/วิทยุ	30 (35.3)	10 (11.8)	45 (52.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.82 (มาก)	2
การให้ความ สนับสนุนสโมสร/ ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม	16 (18.8)	7 (8.2)	56 (65.9)	6 (7.1)	0 (0.0)	3.39 (ปานกลาง)	16
การให้ส่วนลดการค้า	23 (27.1)	23 (27.1)	33 (38.8)	6 (7.1)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	5
การให้ส่วนลดเงินสด	25 (29.4)	31 (36.5)	23 (27.1)	6 (7.1)	0 (0.0)	3.88 (มาก)	1
การสะสมคะแนนการ สั่งซื้อเพื่อแลกของ รางวัล หรือส่วนลด	18 (21.2)	21 (24.7)	46 (54.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.67 (มาก)	7

ตารางที่ 16 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ ชนิดถุงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การให้ของแถม สำหรับร้านค้า	23 (27.1)	17 (20.0)	38 (44.7)	7 (8.2)	0 (0.0)	3.66 (มาก)	8
การให้ของแถม สำหรับลูกค้า	23 (27.1)	26 (30.6)	29 (34.1)	7 (8.2)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	4
การเสริมภาพลักษณ์ ร้านค้า/ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ณ จุด ขาย	11 (12.9)	26 (30.6)	48 (56.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.56 (มาก)	15
การเพิ่มทักษะด้าน งานขายหน้าร้าน/ การขายทางโทรศัพท์ ให้ร้านค้าช่วง	23 (27.1)	7 (8.2)	55 (64.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.62 (มาก)	11
การจัดอบรมด้าน บัญชีให้ร้านค้าช่วง	23 (27.1)	10 (11.8)	45 (52.9)	7 (8.2)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	12
การจัดอบรมด้านการ บริหารคลังสินค้าให้ ร้านค้าช่วง	23 (27.1)	10 (11.8)	45 (52.9)	7 (8.2)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	12
การจัดกิจกรรมให้ ความรู้แก่ช่างเพื่อ เพิ่มทักษะและความ ชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit	16 (18.8)	17 (20.0)	52 (61.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.58 (มาก)	12
บริการหลังการขาย เช่นอบรมเทคนิคการ ใช้ปูนชนิดต่างๆ	18 (21.2)	27 (31.8)	40 (47.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.74 (มาก)	5
มีถุงปูนสำรอง ให้ไว้ เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตก เสียหาย	23 (27.1)	26 (30.6)	20 (23.5)	16 (18.8)	0 (0.0)	3.66 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ย (แปดผล)						3.64 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.88) การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.82) การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) การให้ของแถมสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.76) การให้ส่วนลดการค้า และบริการหลังการขาย เช่น อบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.74) การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.67) การให้ของแถมสำหรับร้านค้า และมีถุงปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.66) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.65) การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง (ค่าเฉลี่ย 3.62) การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วง การจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง และการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit (ค่าเฉลี่ย 3.58) การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดการหน้าขาย การโฆษณา ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.56) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ความสนับสนุนการสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.39) การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์การธุรกิจที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างใน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัย
ด้านภายในองค์กร ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่นการขยายตัวของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	30 (35.3)	26 (30.6)	29 (34.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.01 (มาก)	2
อัตราดอกเบี้ย	16 (18.8)	29 (34.1)	40 (47.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.72 (มาก)	7
เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	23 (27.1)	36 (42.4)	26 (30.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	4
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตปูนซีเมนต์ชนิดถุงและการก่อสร้าง	25 (29.4)	5 (5.9)	55 (64.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.65 (มาก)	8
ความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับปูนซีเมนต์ชนิดถุง	30 (35.3)	13 (15.3)	42 (49.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	5
ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายปูนซีเมนต์ชนิดถุง	23 (27.1)	46 (54.1)	16 (18.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.08 (มาก)	1

ตารางที่ 17 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิด
 ฤงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ภาวะการแข่งขันของ สถานประกอบการผู้ค้า ส่งปูนซีเมนต์ชนิดฤง	25 (29.4)	34 (40.0)	26 (30.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	3
การตระหนักถึงความ รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	30 (35.3)	9 (10.6)	46 (54.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.89 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฤง (ค่าเฉลี่ย 4.08) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขยายตัวของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฤง (ค่าเฉลี่ย 3.99) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฤง (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความผันผวนทางด้าน การเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฤง (ค่าเฉลี่ย 3.86) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.81) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.72) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฤงและการก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านภายในองค์กร

ปัจจัยด้านภายใน องค์กร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขาย เน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี	30 (35.3)	36 (42.4)	19 (22.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.13 (มาก)	1
ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง	14 (16.5)	48 (56.5)	23 (27.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	2
ขั้นตอนระเบียบ และขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร	7 (8.2)	38 (44.7)	40 (47.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.61 (มาก)	3
โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ	12 (14.1)	27 (31.8)	46 (54.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.60 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.81 (มาก)	

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขาย เน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย 3.89) ขั้นตอนระเบียบ และขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.61) โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านระหว่างบุคคล

ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย	29 (34.1)	30 (35.3)	26 (30.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	1
การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง	21 (24.7)	41 (48.2)	23 (27.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	2
การชักชวนจูงใจ จากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง	14 (16.5)	55 (64.7)	16 (18.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.98 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						4.00 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ สถานะของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เช่น ความสนิทสนมความคุ้นเคย (ค่าเฉลี่ย 4.04) การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง และการชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	14 (16.5)	31 (36.5)	34 (40.0)	6 (7.1)	0 (0.0)	3.62 (มาก)	3
ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	28 (32.9)	35 (41.2)	16 (18.8)	6 (7.1)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	1
ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	32 (37.6)	24 (28.2)	23 (27.1)	6 (7.1)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)						3.86 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับค่าเฉลี่ยคือ ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์

แบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ

1. ปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าไม่ได้มาตรฐาน	24	28.2
คุณสมบัติของสินค้าไม่เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท	31	36.5
สินค้าไม่มีความหลากหลายตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ/ผู้ใช้	25	29.4
ตราสินค้าที่เสนอขายไม่ได้การยอมรับจากผู้ซื้อ/ผู้ใช้	33	38.8
บรรจุภัณฑ์ไม่แข็งแรง	68	80.0
กำลังการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ ต้องสั่งจองล่วงหน้า	17	20.0
อายุของผลิตภัณฑ์สั้นเกินไป ปูนเป็นเม็ด / เซตตัวเร็ว	42	49.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ
บรรจุภัณฑ์ไม่แข็งแรง ร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ อายุของผลิตภัณฑ์สั้นเกินไป ปูนเป็นเม็ด / เซตตัว
เร็ว ร้อยละ 49.4 ตราสินค้าที่เสนอขายไม่ได้การยอมรับจากผู้ซื้อ/ผู้ใช้ ร้อยละ 38.8 คุณสมบัติของ
สินค้าไม่เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท ร้อยละ 36.5 สินค้าไม่มีความหลากหลายตรงตาม
ความต้องการของผู้ซื้อ/ผู้ใช้ ร้อยละ 29.4 สินค้าไม่ได้มาตรฐาน ร้อยละ 28.2 และกำลังการผลิตไม่
เพียงพอต่อความต้องการ ต้องสั่งจองล่วงหน้า ร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า	39	45.9
ราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่น	22	25.9
ราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย	75	88.2
ไม่มีระดับราคาขายให้เลือกเช่น ราคาเงินสด/ราคาเครดิต	5	5.9
ไม่มีการให้เครดิตในการชำระสินค้าหรือวงเงินที่ได้รับไม่เพียงพอ	5	5.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านราคามากที่สุดคือ ราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย ร้อยละ 88.2 รองลงมาคือ ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า ร้อยละ 45.9 ราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่น ร้อยละ 25.9 ไม่มีระดับราคาขายให้เลือกเช่น ราคาเงินสด/ราคาเครดิต และไม่มีการให้เครดิตในการชำระสินค้า หรือวงเงินที่ได้รับไม่เพียงพอ เท่ากัน ร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านการจำหน่าย

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่สะดวก	7	8.2
การจัดส่งสินค้าไม่ตรงเวลา	50	58.8
ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสมและไม่ได้รับความสะดวกในการเข้ารับสินค้า	10	11.8
ไม่มีการจัดเตรียมถุงสำรองให้ในกรณีสินค้าเกิดการเสียหายจากการขนส่ง	36	42.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุดคือ การจัดส่งสินค้าไม่ตรงเวลา ร้อยละ 58.8 รองลงมาคือ ไม่มีการจัดเตรียมถุงสำรองให้ในกรณีสินค้าเกิดการเสียหายจากการขนส่ง ร้อยละ 42.4 ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสมและไม่ได้รับความ

สะดวกในการเข้ารับสินค้า ร้อยละ 11.8 และขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าไม่สะดวก ร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดให้แก่ผู้ใช้โดยตรง เช่น แจก แคมวัสดุส่งเสริมการขาย	36	42.4
ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดให้แก่ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง เช่น สะสมคะแนนแลกของรางวัล	32	37.6
พนักงานผู้เสนอขายสินค้าของตัวแทนจำหน่าย และผู้ผลิต ไม่มีอรรถาสัยที่ดี ขาดความสุภาพ อ่อนโยน ไม่น่าประทับใจ	7	8.2
พนักงานผู้เสนอขายสินค้าของตัวแทนจำหน่าย และผู้ผลิต ขาดความรู้ ประสบการณ์และความสามารถในการทำตลาด	12	14.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดคือ ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดให้แก่ผู้ใช้โดยตรง เช่น แจก แคมวัสดุส่งเสริมการขาย ร้อยละ 42.4 รองลงมาคือ ไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการส่งเสริมการตลาดให้แก่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างเช่น สะสมคะแนนแลกของรางวัล ร้อยละ 37.6 พนักงานผู้เสนอขายสินค้าของตัวแทนจำหน่าย และผู้ผลิต ขาดความรู้ ประสบการณ์และความสามารถในการทำตลาด ร้อยละ 14.1 และพนักงานผู้เสนอขายสินค้าของตัวแทนจำหน่าย และผู้ผลิต ไม่มีอรรถาสัยที่ดี ขาดความสุภาพ อ่อนโยน ไม่น่าประทับใจ ร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

2. ปัญหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของธุรกิจได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านภายในองค์กร ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ปัญหาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	จำนวน	ร้อยละ
เศรษฐกิจอยู่ในช่วงตกต่ำ	39	45.9
คู่แข่งมีจำนวนมากขึ้น	55	64.7
ค่านิยมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น นิยมใช้ปูนคอนกรีตผสมสำเร็จมากขึ้นเพื่อประหยัดค่าแรงงาน	49	57.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมากที่สุดคือ คู่แข่งมีจำนวนมากขึ้น ร้อยละ 64.7 รองลงมาคือ ค่านิยมของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น นิยมใช้ปูนคอนกรีตผสมสำเร็จมากขึ้นเพื่อประหยัด ร้อยละ 57.6 และเศรษฐกิจอยู่ในช่วงตกต่ำ ร้อยละ 45.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านภายในองค์กรผู้ซื้อ

ปัญหาปัจจัยด้านภายในองค์กรผู้ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
นโยบายสินค้าคงคลังที่ระบุชัดเจน เช่น สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย	39	45.9
ด้านยอดขายของบริษัทที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	27	31.8
ขั้นตอนกระบวนการจัดการต่างๆที่มีอยู่ ทำให้งานผิดพลาดได้ง่าย	17	20.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านภายในองค์กรมากที่สุดคือ นโยบายสินค้าคงคลังที่ระบุชัดเจน เช่น สั่งซื้อสินค้าในปริมาณน้อย ร้อยละ 45.9 รองลงมาคือ

ด้านยอดขายของบริษัทที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ร้อยละ 31.8 และขั้นตอนกระบวนการจัดการต่างๆ ที่มีอยู่ ทำให้งานผิดพลาดได้ง่าย ร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านระหว่างบุคคล

ปัญหาปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อิทธิพลของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในร้านค้า	26	30.6
ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ขายกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ	15	17.6
ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ใช้กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	37	43.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มากที่สุดคือ ความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ใช้กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ อิทธิพลของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อต่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในร้านค้า ร้อยละ 30.6 และความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ขายกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 17.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล

ปัญหาปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ด้านความรู้ หรือการศึกษา ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ชื่อ	28	32.9
ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจชื่อ	34	40.0
ประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ชื่อ	35	41.2

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มากที่สุด คือ ด้านประสบการณ์ในการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจชื่อ ร้อยละ 41.2 รองลงมาคือ ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจชื่อ ร้อยละ 40.0 และด้านความรู้ หรือ การศึกษา ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจชื่อ ร้อยละ 32.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขององค์การธุรกิจที่มีผลต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง และรายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ	เจ้าของ กิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	4.24 (มาก)	4.26 (มาก)	4.27 (มาก)	4.26 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน	4.19 (มาก)	4.32 (มาก)	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)
ตราสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย	4.14 (มาก)	4.23 (มาก)	4.06 (มาก)	4.14 (มาก)
คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น	3.57 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)
สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์	3.76 (มาก)	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)
ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ	เจ้าของ กิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)	4.21 (มาก)	4.16 (มาก)
มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.05 (มาก)	3.72 (มาก)	4.02 (มาก)	3.93 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ราคาสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐาน รองรับ และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบแห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57) สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.26) ราคาสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย และมีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) ราคาสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบแห้งช้า

ฉาบสิ้น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.68) สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ราคาสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ราคาสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.00) คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แข็งช้า ฉาบสิ้น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) รูปลักษณ์ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านราคา	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	เจ้าของกิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)	3.91 (มาก)	4.02 (มาก)
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น	3.76 (มาก)	3.71 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาคเรดิต	4.19 (มาก)	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)	4.21 (มาก)
มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	3.90 (มาก)	4.06 (มาก)	3.82 (มาก)	3.93 (มาก)
ระยะเวลาการให้เครดิตนาน	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.94 (มาก)	4.04 (มาก)	3.84 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.19) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) ระยะเวลาการให้เครดิตนาน (ค่าเฉลี่ย 3.81) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.29) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ระยะเวลาการให้เครดิตนาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.15) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) ระยะเวลาการให้เครดิตนาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	เจ้าของ กิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	4.19 (มาก)	4.29 (มาก)	4.18 (มาก)	4.22 (มาก)
สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี	4.19 (มาก)	4.35 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)
การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิด นอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมา พร้อมกันได้	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา	4.14 (มาก)	4.03 (มาก)	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)
ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า	3.81 (มาก)	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)	3.79 (มาก)
มีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก / เบิกสินค้า	3.57 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.66 (มาก)
มีบริการให้เช่ายืมอุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet)	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.88 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญต่อ
ปัจจัยการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมี
ค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าและสามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลาย
วิธี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.14) การสั่งซื้อ
สามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้ (ค่าเฉลี่ย
3.95) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีบริการให้เช่ายืมอุปกรณ์ในการจัดวาง

สินค้า พาเลท (Pallet) (ค่าเฉลี่ย 3.62) ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า และมีบริการคลังสินค้า สำหรับฝาก / เบิกสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.03) การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.77) มีบริการให้เช่าอู่อุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet) (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก / เบิกสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.27) ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.91) การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก/เบิกสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) และมีบริการให้เช่าอู่ อุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet) (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	เจ้าของ กิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	3.33 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.88 (มาก)	3.65 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์	3.14 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)
การให้ความสนับสนุนสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม	3.43 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดการค้า	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)	3.73 (มาก)	3.74 (มาก)
การให้ส่วนลดเงินสด	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)
การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)	3.64 (มาก)	3.67 (มาก)
การให้ของแถมสำหรับร้านค้า	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.61 (มาก)	3.66 (มาก)
การให้ของแถมสำหรับลูกค้า	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)
การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า / ผู้จัดการจำหน่าย การ โฆษณา ณ จุดขาย	3.52 (มาก)	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)	3.56 (มาก)
การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน / การขาย ทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง	3.52 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.62 (มาก)

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	เจ้าของกิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วง	3.62 (มาก)	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)
การจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง	3.62 (มาก)	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)
การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit	3.43 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.73 (มาก)	3.58 (มาก)
บริการหลังการขาย เช่นอบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)
มีถุงปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.90) การให้ของแถมสำหรับลูกค้า และการให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76) บริการหลังการขาย เช่นอบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.71) การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ การให้ส่วนลดการค้า การให้ของแถมสำหรับร้านค้า และมีถุงปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วง และการจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.62) การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดการจำหน่าย การโฆษณา ณ จุดขาย และการเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.52) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit และ การให้ความสนับสนุนสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม

เท่ากัน(ค่าเฉลี่ย 3.43) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.33) การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.14) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.97) การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ การให้ส่วนลดการค้า การให้ของแถมสำหรับลูกค้า และบริการหลังการขาย เช่นอบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81) การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.74) การให้ของแถมสำหรับร้านค้าและการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71) การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน / การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วงและมีถุงปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68) การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า / ผู้จัดการจำหน่าย การโฆษณา ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.65) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วง และการจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.61) การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit (ค่าเฉลี่ย 3.52) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ความสนับสนุนสโมสร / ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.48) การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) การโฆษณาทางสื่อวิทยุและการให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.79) การให้ส่วนลดการค้า การให้ของแถมสำหรับลูกค้า และการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) บริการหลังการขาย เช่น อบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วงและมีถุงปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.64) การให้ของแถมสำหรับร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดการจำหน่าย การโฆษณา ณ จุดขาย การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วง และการจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.52) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ และการให้ความสนับสนุนสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการ ฝ่ายจัดซื้อ	เจ้าของ กิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขายตัวของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.48 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.91 (มาก)	3.72 (มาก)
เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุ ปูนซีเมนต์ชนิดสูง	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	3.96 (มาก)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต วัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการก่อสร้าง	3.57 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.65 (มาก)
ความผันผวนทางการเมืองและนโยบายของ รัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง	3.62 (มาก)	3.84 (มาก)	4.03 (มาก)	3.86 (มาก)
ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุ ปูนซีเมนต์ชนิดสูง	3.90 (มาก)	4.03 (มาก)	4.24 (มาก)	4.08 (มาก)
ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่ง วัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง	3.86 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)	3.99 (มาก)
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม	3.67 (มาก)	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.74 (มาก)	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ในปัจจัยย่อยพบว่า ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขายตัวของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 3.90) ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 3.86) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 3.81) การตระหนักถึง

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 3.62) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.57) และให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับปานกลางได้แก่ อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขยายตัวของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง และภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 4.00) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 3.84) อัตราดอกเบี้ย และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการก่อสร้าง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 4.24) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง ความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง และภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขยายตัวของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.91) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.85) และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านภายในองค์กร	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	เจ้าของ กิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี	4.05 (มาก)	4.16 (มาก)	4.15 (มาก)	4.13 (มาก)
ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)
ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร	3.52 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)
โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.76 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย 3.90) โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย

3.94) ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.61) โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.15) ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย 3.85) ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.67) โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการ ทั่วไป	ผู้จัดการฝ่าย จัดซื้อ	เจ้าของ กิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับ ผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุ ปูนซีเมนต์ชนิดถุง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับ ผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุ ปูนซีเมนต์ชนิดถุง	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	3.98 (มาก)
การชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและ ผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	4.05 (มาก)	4.06 (มาก)	3.85 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับ

ผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย (ค่าเฉลี่ย 4.10) การชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง (ค่าเฉลี่ย 4.05) การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ การชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง (ค่าเฉลี่ย 4.06) สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย (ค่าเฉลี่ย 4.03) การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง (ค่าเฉลี่ย 3.97) การชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ

ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล	ตำแหน่งในสถานประกอบการ			
	ผู้จัดการทั่วไป	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	เจ้าของกิจการ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)	3.52 (มาก)	3.62 (มาก)
ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)
ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)	3.73 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	3.68 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ และความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามตำแหน่งเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง			
	1 หกสัปดาห์ 8-10 ตัน/ครั้ง	1 สิบสัปดาห์ 15-20 ตัน/ครั้ง	1 เทอร์เลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)	4.11 (มาก)	4.26 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน	4.33 (มาก)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)
ตราสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	4.02 (มาก)	4.05 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)
ตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)
คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.49 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์	3.65 (มาก)	3.81 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ	4.24 (มาก)	4.14 (มาก)	3.78 (มาก)	4.16 (มาก)
มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	3.95 (มาก)	3.90 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)	3.62 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 หก ล้อ 8-10 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ราคาสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.16) ราคาสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 สิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.29) ราคาสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ราคาสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.67) และสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย และมีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.11) ราคาสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.89) ราคาสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับและมีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์และมีการรับประกันคุณภาพสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.44) ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.22) และคุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านราคา	ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง			
	1 หกสิบล้อ 8-10 ตัน/ครั้ง	1 สิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง	1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)	3.67 (มาก)	4.02 (มาก)
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น	3.60 (มาก)	3.86 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)	3.89 (มาก)	4.21 (มาก)
มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)
ระยะเวลาการให้เครดิตนาน	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)	3.56 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.96 (มาก)	4.03 (มาก)	3.58 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 หกสิบล้อ 8-10 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.24) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระยะเวลาการให้เครดิตนาน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 สิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการ

ชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.29) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้าและระยะเวลาการให้เครดิตนาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.89) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) ระยะเวลาการให้เครดิตนาน (ค่าเฉลี่ย 3.56) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.44) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัด
จำหน่ายจำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง			
	1 หกสัปดาห์ 8-10 ตัน/ครั้ง	1 สิบสัปดาห์ 15-20 ตัน/ครั้ง	1 เทอร์เลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	4.24 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)
สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี	4.35 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	4.28 (มาก)
การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้	3.98 (มาก)	3.95 (มาก)	3.67 (มาก)	3.94 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา	3.85 (มาก)	4.14 (มาก)	3.89 (มาก)	3.93 (มาก)
ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.56 (มาก)	3.79 (มาก)
มีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก / เบิกสินค้า	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
มีบริการให้เช่ายี่มอุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.93 (มาก)	3.97 (มาก)	3.64 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 หกสัปดาห์ 8-10 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.35) ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้

(ค่าเฉลี่ย 3.98) ท่าเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.85) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก / เบิกสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีบริการให้เช่าอู่อุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet) (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 ตีบล้อ 15-20 ตัน/ครั้งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.29) สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.14) การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีบริการให้เช่าอู่อุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet) (ค่าเฉลี่ย 3.81) ท่าเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้าและมีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก / เบิกสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 เทอเรอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าและสามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.89) การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า มีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก/เบิกสินค้าและมีบริการให้เช่าอู่อุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง			
	1 หกสิ้อ 8-10 ตัน/ครั้ง	1 สิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง	1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	3.78 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)	3.56 (มาก)	3.80 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์	3.27 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)
การให้ความสนับสนุนสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม	3.42 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	2.89 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดการค้า	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
การให้ส่วนลดเงินสด	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	3.88 (มาก)
การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัลหรือส่วนลด	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
การให้ของแถมสำหรับร้านค้า	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
การให้ของแถมสำหรับลูกค้า	3.84 (มาก)	3.76 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ณ จุดขาย	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน / การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง	3.71 (มาก)	3.62 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง			
	1 หกมัด 8-10 ตัน/ครั้ง	1 ลิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง	1 เทอเรอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วง	3.64 (มาก)	3.62 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
การจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง	3.64 (มาก)	3.62 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit	3.65 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
บริการหลังการขาย เช่นอบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
มีถุงปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 หกมัด 8-10 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.89) การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.85) การให้ของแถมสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.84) การให้ส่วนลดการค้าและบริการหลังการขาย เช่น อบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.78) การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัลหรือส่วนลดและการให้ของแถมสำหรับร้านค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วงและมีถุงปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71) การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน

เช่น Site Visit (ค่าเฉลี่ย 3.65) การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วงและการจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.64) การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ๓ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ การให้ความสนับสนุนสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.42) และการโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 ถึง 15-20 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.00) การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.90) การให้ส่วนลดการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.81) การให้ของแถมสำหรับลูกค้าและบริการหลังการขาย เช่น อบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76) การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด และมีถุงปูนสำรองให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.71) การให้ของแถมสำหรับร้านค้าและการเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ๓ จุดขาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วงและการจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.62) การให้ความสนับสนุนสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.52) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ การโฆษณาทางสื่อวิทยุ การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.48) และการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์และการให้ส่วนลดเงินสด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.56) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.44) การให้ของแถมสำหรับลูกค้า การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit และบริการหลังการขาย เช่น อบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.33) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ การให้ส่วนลดการค้า การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด การให้ของแถมสำหรับร้านค้า การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ๓ จุดขายและมีถุงปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.22) การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วงและ

การจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.11) การให้ความสนับสนุน
สโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวมและการโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย
2.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสภาพ
แวดล้อม จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง			
	1 หกสัปดาห์ 8-10 วัน/ครั้ง	1 สิบสัปดาห์ 15-20 วัน/ครั้ง	1 เทอเรอร์ 32-36 วัน/ครั้ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	4.04 (มาก)	4.10 (มาก)	3.67 (มาก)	4.01 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.84 (มาก)	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)
เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	4.05 (มาก)	3.90 (มาก)	3.56 (มาก)	3.96 (มาก)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงและการก่อสร้าง	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
ความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)
ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	4.08 (มาก)
ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.99 (มาก)
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.91 (มาก)	3.76 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)	3.53 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูดแต่ละครั้ง 1 หกสัปดาห์ 8-10 ต้น/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด (ค่าเฉลี่ย 4.15) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด (ค่าเฉลี่ย 4.05) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่น การขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด (ค่าเฉลี่ย 3.95) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.91) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.84) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูดและการก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูดแต่ละครั้ง 1 สิบสัปดาห์ 15-20 ต้น/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่น การขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูดและภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด (ค่าเฉลี่ย 3.81) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูดและการก่อสร้างและการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.76) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูดแต่ละครั้ง 1 เทอเรอร์ 32-36 ต้น/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด (ค่าเฉลี่ย 3.89) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน เช่น การขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด (ค่าเฉลี่ย 3.56) อัตราดอกเบี้ยและความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูด (ค่าเฉลี่ย 3.44) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.33) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดฉูดและการก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านภายในองค์กร	ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง			
	1 หกมัด 8-10 ตัน/ครั้ง	1 สิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง	1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขาย เน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	3.78 (มาก)	4.13 (มาก)
ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)
ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ	3.67 (มาก)	3.52 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.56 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 หกมัด 8-10 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขาย เน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย 3.89) ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กรและโครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 สิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร ที่มีอิทธิพลมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ เป้าหมายและ

กลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.57) และ โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 เทรเลอร์ 32-36 คัน/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดีและความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.78) ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กรและ โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง			
	1 หกมัด 8-10 ตัน/ครั้ง	1 ลิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง	1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)
การชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.01 (มาก)	4.02 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 หกมัด 8-10 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย (ค่าเฉลี่ย 4.04) การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงและการชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 ลิบล้อ 15-20 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง เช่น

ความสนิทสนม ความคุ้นเคย (ค่าเฉลี่ย 4.05) การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงแต่ละครั้ง 1 เทรเลอร์ 32-36 คัน/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล จำแนกตามปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง

ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง			
	1 หกมัด 8-10 ตัน/ครั้ง	1 ลิบลัด 15-20 ตัน/ครั้ง	1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.65 (มาก)	3.57 (มาก)	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)
ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.98 (มาก)	4.14 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)
ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.93 (มาก)	4.19 (มาก)	3.67 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.85 (มาก)	3.97 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 หกมัด 8-10 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 ลิบลัด 15-20 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณการสั่งซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุงแต่ละครั้ง 1 เทรเลอร์ 32-36 ตัน/ครั้ง ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	4.36 (มาก)	4.03 (มาก)	4.44 (มาก)	4.26 (มาก)
มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภท การใช้งาน	4.33 (มาก)	4.20 (มาก)	4.38 (มาก)	4.29 (มาก)
ตราสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)
ตราสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย	4.26 (มาก)	3.93 (มาก)	4.25 (มาก)	4.14 (มาก)
คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบฉลุ ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น	3.87 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)
สินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.59 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์	3.77 (มาก)	3.53 (มาก)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)
ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	3.82 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.68 (มาก)
มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ	4.28 (มาก)	3.97 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)
มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	4.15 (มาก)	3.50 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.04 (มาก)	3.71 (มาก)	4.02 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1,000,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ราคาสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) ราคาสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.00) คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 1,000,001-2,000,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ราคาสินค้าสามารถจดจำได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ราคาสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.53) มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.43) คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.33) และสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 2,000,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีสินค้าหลากหลายชนิดแตกต่างกันตามประเภทการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.38) ราคาสินค้าสามารถจดจำได้ง่ายและมีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ราคาสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) คุณภาพของสินค้า เช่น ปูนฉาบ แห้งช้า ฉาบลื่น ปูนปอร์ตแลนด์ แข็งแกร่งทนทาน เป็นต้น และรูปลักษณ์ ความสวยงาม ของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของ สินค้า	4.21 (มาก)	3.67 (มาก)	4.25 (มาก)	4.02 (มาก)
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น	3.85 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)
มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระ เงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต	4.36 (มาก)	3.90 (มาก)	4.44 (มาก)	4.21 (มาก)
มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	4.15 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
ระยะเวลาการให้เครดิตนาน	3.95 (มาก)	3.73 (มาก)	4.06 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.10 (มาก)	3.63 (มาก)	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือน โดยเฉลี่ยไม่เกิน 1,000,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.36) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) ระยะเวลาการให้เครดิตนาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือน โดยเฉลี่ย 1,000,001-2,000,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่นราคาเงินสด ราคาเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.90) ระยะเวลาการให้เครดิตนาน (ค่าเฉลี่ย 3.73) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า

(ค่าเฉลี่ย 3.60) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 2,000,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีราคาหลายระดับให้เลือกตามเงื่อนไขการชำระเงิน เช่น ราคาเงินสด ราคาเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.44) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) ระยะเวลาการให้เครดิตนาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีราคาหลายระดับให้เลือกตามคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) และราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	4.31 (มาก)	4.03 (มาก)	4.38 (มาก)	4.22 (มาก)
สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี	4.41 (มาก)	4.07 (มาก)	4.38 (มาก)	4.28 (มาก)
การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิด นอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมา พร้อมกันได้	4.05 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า	3.87 (มาก)	3.63 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)
ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา	4.03 (มาก)	3.70 (มาก)	4.13 (มาก)	3.93 (มาก)
ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า	3.95 (มาก)	3.53 (มาก)	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)

ตารางที่ 47 (ต่อ)แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก/เบิกสินค้า	3.72 (มาก)	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)	3.66 (มาก)
มีบริการให้เช่าอู่รถบรรทุกในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet)	3.74 (มาก)	3.50 (มาก)	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.01 (มาก)	3.73 (มาก)	4.01 (มาก)	3.91 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1,000,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.41) ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31) การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95) ท่าเรือที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีบริการให้เช่าอู่รถบรรทุกในการจัดวางสินค้าพาเลท (Pallet) (ค่าเฉลี่ย 3.74) และมีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก/เบิกสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 1,000,001-2,000,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.70) ท่าเรือที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีบริการ

คลังสินค้าสำหรับฝาก/เบิกสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) และมีบริการให้เช่ายืมอุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet) (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 2,000,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าและสามารถสั่งซื้อสินค้าได้หลากหลายวิธี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.13) การสั่งซื้อสามารถสั่งซื้อสินค้าหลายชนิดนอกจากวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง รวมจัดส่งมาพร้อมกันได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความถูกต้องในการรับคำสั่งซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) ท่าเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้าและมีบริการให้เช่ายืมอุปกรณ์ในการจัดวางสินค้า พาเลท (Pallet) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีบริการคลังสินค้าสำหรับฝาก/เบิกสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาทางสื่อวิทยุ	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	4.06 (มาก)	3.80 (มาก)
การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์	3.41 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์ / วิทยุ	3.92 (มาก)	3.57 (มาก)	4.06 (มาก)	3.82 (มาก)
การให้ความสนับสนุนสโมสร / ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม	3.62 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
การให้ส่วนลดการค้า	3.97 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)

ตารางที่ 48 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ส่วนลดเงินสด	4.08 (มาก)	3.53 (มาก)	4.06 (มาก)	3.88 (มาก)
การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด	3.87 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.67 (มาก)
การให้ของแถมสำหรับร้านค้า	3.85 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.66 (มาก)
การให้ของแถมสำหรับลูกค้า	4.00 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)
การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดการจำหน่าย การ โฆษณา ณ จุดขาย	3.69 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)
การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทาง โทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง	3.79 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)
การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วง	3.77 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)
การจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ ร้านค้าช่วง	3.77 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)
การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะ และความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit	3.69 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.58 (มาก)
บริการหลังการขาย เช่นอบรมเทคนิคการใช้ปูน ชนิดต่างๆ	3.87 (มาก)	3.57 (มาก)	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)
มีจุดปูนสำรอง ให้ไว้เปลี่ยนเมื่อจุดปูนแตก เสียหาย	3.87 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.66 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.80 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1,000,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.08) การให้ของแถมสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) การให้ส่วนลดการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.92) การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลด บริการหลังการขาย เช่น อบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ และมีถุงปูสำรองให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.87) การให้ของแถมสำหรับร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง (ค่าเฉลี่ย 3.79) การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วงและการจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.77) การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ณ จุดขายและการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.69) การโฆษณาทางสื่อวิทยุและการให้ความสำคัญสนับสนุนสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.62) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 1,000,001-2,000,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 3.63) การให้ความสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุและบริการหลังการขาย เช่น อบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.57) การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.53) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ การให้ของแถมสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.43) การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัล หรือส่วนลดและการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.40) การให้ส่วนลดการค้า การให้ของแถมสำหรับร้านค้า การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ณ จุดขายและการเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทางโทรศัพท์ให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีถุงปูสำรองให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 3.30) การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วงและการจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.27) การให้ความสำคัญสนับสนุนสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.03) และการโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 2.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 2,000,001 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ การให้ควมสนับสนุนรายการโทรทัศน์/วิทยุและการให้ส่วนลดเงินสด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.06) การให้ส่วนลดการค้า (ค่าเฉลี่ย 3.88) การให้ของแถมสำหรับลูกค้า และมีถุงปูนสำรองให้ไว้เปลี่ยนเมื่อถุงปูนแตกเสียหาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81) การโฆษณาทางสื่อวิทยุ การให้ของแถมสำหรับร้านค้าและบริการหลังการขาย เช่นอบรมเทคนิคการใช้ปูนชนิดต่างๆ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75) การสะสมคะแนนการสั่งซื้อเพื่อแลกของรางวัลหรือส่วนลด การเพิ่มทักษะด้านงานขายหน้าร้าน/การขายทางโทรศัพท์ทำให้ร้านค้าช่วง การจัดอบรมด้านบัญชีให้ร้านค้าช่วงและการจัดอบรมด้านการบริหารคลังสินค้าให้ร้านค้าช่วง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.69) การเสริมภาพลักษณ์ร้านค้า/ผู้จัดจำหน่าย การโฆษณา ณ จุดขาย การจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ช่างเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น Site Visit เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.63) การให้ควมสนับสนุนการสโมสร/ชมรม การกีฬา กิจกรรมเพื่อส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.50) และให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ การโฆษณาทางสื่อหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม จำแนกตามรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์	4.13 (มาก)	3.73 (มาก)	4.25 (มาก)	4.01 (มาก)
อัตราดอกเบี้ย	3.82 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.72 (มาก)
เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง	4.08 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการก่อสร้าง	3.74 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.65 (มาก)
ความผันผวนทางการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง	3.92 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)	3.86 (มาก)
ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง	4.13 (มาก)	3.97 (มาก)	4.19 (มาก)	4.08 (มาก)
ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง	4.05 (มาก)	3.87 (มาก)	4.06 (มาก)	3.99 (มาก)
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.03 (มาก)	3.53 (มาก)	3.81 (มาก)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	3.99 (มาก)	3.71 (มาก)	3.96 (มาก)	3.89 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือน โดยเฉลี่ยไม่เกิน 1,000,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.13) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 4.08) ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 4.05) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.03) ความผันผวนทางการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย

3.92) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.82) และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 1,000,001-2,000,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 3.97) ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 3.87) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 3.80) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73) อัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.63) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.53) และให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.43) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 2,000,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเช่นการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 4.19) ภาวะการแข่งขันของสถานประกอบการผู้ค้าส่งวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 4.06) เงินทุน/แหล่งเงินทุนสำหรับการจัดซื้อวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความผันผวนทางด้านการเมืองและนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง (ค่าเฉลี่ย 3.94) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูงและการก่อสร้างและการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.81) และอัตราดอกเบี้ย (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร จำแนกตามรายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านภายในองค์กร	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี	4.31 (มาก)	3.80 (มาก)	4.31 (มาก)	4.13 (มาก)
ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง	3.95 (มาก)	3.70 (มาก)	4.13 (มาก)	3.89 (มาก)
ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร	3.69 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.61 (มาก)
โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ	3.67 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.90 (มาก)	3.58 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือน โดยเฉลี่ยไม่เกิน 1,000,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.69) และโครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือน โดยเฉลี่ย 1,000,001-2,000,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้น

ภาพพจน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวน การเก็บสินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย 3.70) และให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับปานกลางได้แก่ ขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.43) และโครงสร้างสายงานการ บังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 2,000,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ เป้าหมายและกลยุทธ์ในการ ดำเนินงานของสถานประกอบการของท่าน เช่น เน้นการเพิ่มยอดขายเน้นผลตอบแทน เน้น ภาพพจน์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อ ในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวน การเก็บสินค้าคงคลัง (ค่าเฉลี่ย 4.13) โครงสร้างสายงานการบังคับบัญชาภายในองค์กรผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และขั้นตอนระเบียบและขบวนการในการจัดซื้อขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้าน ระหว่างบุคคล จำแนกตามรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับ ผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุ ปูนซีเมนต์ชนิดถุง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย	4.03 (มาก)	3.87 (มาก)	4.38 (มาก)	4.04 (มาก)
การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับ ผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุ ปูนซีเมนต์ชนิดถุง	4.03 (มาก)	3.77 (มาก)	4.25 (มาก)	3.98 (มาก)
การชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและ ผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดถุง	4.03 (มาก)	3.77 (มาก)	4.25 (มาก)	3.98 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.03 (มาก)	3.80 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1,000,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง และการชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.03) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 1,000,001-2,000,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย (ค่าเฉลี่ย 3.87) การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง และการชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 2,000,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ สถานะของความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เช่น ความสนิทสนม ความคุ้นเคย (ค่าเฉลี่ย 4.38) การอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง และการชักชวนจูงใจจากผู้แทนขายของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายวัสดุปูนซีเมนต์ชนิดสูง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.25) ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความมีอิทธิพลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล จำแนกตามรายได้รวมของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล	รายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน			
	ไม่เกิน 1,000,000 บาท	1,000,001- 2,000,000 บาท	2,000,001 บาทขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	3.64 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.62 (มาก)
ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	4.05 (มาก)	3.73 (มาก)	4.38 (มาก)	4.00 (มาก)
ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	4.08 (มาก)	3.63 (มาก)	4.31 (มาก)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.92 (มาก)	3.61 (มาก)	4.19 (มาก)	3.86 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยไม่เกิน 1,000,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 1,000,001-2,000,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับปานกลางได้แก่ ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กิจการมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย 2,000,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ความสำคัญที่มีอิทธิพลในระดับมากได้แก่ ประสบการณ์ทำงานของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ