

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 11)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 12 ถึงตารางที่ 16)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์และรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 17 ถึงตารางที่ 26)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 27 ถึงตารางที่ 34)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และร้านค้าช่วงที่จำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	26	55.30
หญิง	21	44.70
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.30 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.70

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	8	17.00
31 – 40 ปี	14	29.80
41 – 50 ปี	19	40.40
51 – 60 ปี	6	12.80
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุอยู่ในระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.40 มากที่สุด รองลงมาคืออายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.80 และมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 51-60 ปี จำนวนคิดเป็นร้อยละ 12.80

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6	3	6.40
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช.	10	21.30
อนุปริญญา หรือ ปวส.	11	23.40
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	22	46.80
สูงกว่าปริญญาตรี	1	2.10
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.80 มากที่สุด รองลงมาคือระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 23.40 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.10

**ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้รวมของกิจการเฉลี่ย
ต่อเดือน**

รายได้ (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000,000	13	27.70
1,000,000 – 2,000,000	13	27.70
2,000,001 – 3,000,000	4	8.50
3,000,001 – 4,000,000	7	14.90
4,000,001 – 5,000,000	4	8.50
มากกว่า 5,000,000	6	12.80
รวม	47	100.00

จากตามตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้รวมของกิจการเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,000 – 2,000,000 บาท และน้อยกว่า 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.70 เท่ากันมากที่สุด รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000,001 – 4,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.90 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,000,001 – 3,000,000 บาท และ 4,000,001 – 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.50 เท่ากัน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของกิจการ

รูปแบบของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าหรือเจ้าของกิจการคนเดียว	29	61.70
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	0	0.00
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	17	36.20
บริษัทจำกัด	1	2.10
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีกิจการแบบร้านค้าเจ้าของกิจการคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 61.70 รองลงมา คือห้างหุ้นส่วนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 36.20 และบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 2.10

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในสถานประกอบการ

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการทั่วไป	4	8.50
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	1	2.10
เจ้าของกิจการ	40	85.10
อื่นๆ (พนักงานบัญชี)	2	4.30
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 85.10 มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 8.50 เจ้าหน้าที่บัญชี คิดเป็นร้อยละ 4.30 และผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 2.10

**ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการขาย
ปูนซีเมนต์สูง**

ประสบการณ์ในการขาย	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ปี	5	10.60
4-5 ปี	6	12.80
6-7 ปี	9	19.15
มากกว่า 7 ปี	27	57.45
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง มากกว่า 7 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.40 มากที่สุด รองลงมา คือ 6-7 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.10 และ 4-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.80 และมีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.60

**ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ
ปูนซีเมนต์สูง**

ผู้มีอำนาจในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการทั่วไป	1	2.10
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	0	0.00
เจ้าของกิจการ	46	97.90
รวม	47	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามของกิจการร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูงที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์สูงส่วนมาก คือ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 97.90 รองลงมาคือ ผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 2.10

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามครายี่ห้อปูนซีเมนต์สูงที่
ร้านค้าช่วงเลือกซื้อ

ครายี่ห้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตราเสือ	35	74.50
ตราอินทรี	47	100.00
ตรางูเห่า	15	31.90
ตราทีพีไอ	26	55.30
ตราดอกบัว	13	27.70
อื่นๆ	7	14.90

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่า ร้านค้าช่วงเลือกซื้อปูนซีเมนต์สูงตราอินทรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ปูนซีเมนต์สูงตราเสือ คิดเป็นร้อยละ 74.50 และตราสินค้าปูนซีเมนต์สูงที่ร้านค้าช่วงเลือกซื้อน้อยที่สุดคือตราอื่นๆ เช่น ตราซีเม็กซ์ คิดเป็นร้อยละ 14.90

**ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อปูนซีเมนต์ดูจ
จากตัวแทนจำหน่ายของสถานประกอบการ**

ตัวแทนจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)	46	97.90
บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	36	76.60
บริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน)	27	57.40
บริษัท ปูนซีเมนต์กษัตริย์ (ประเทศไทย) จำกัด	7	14.90
บริษัท ปูนซีเมนต์เอเชีย จำกัด (มหาชน)	19	40.40

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่า ร้านค้าช่วงส่วนมากซื้อปูนซีเมนต์ดูจตราอินทรีจากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 97.90 รองลงมา คือ ปูนซีเมนต์ตราเสือจาก บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 76.60 และบริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 57.40 และร้านค้าช่วงซื้อปูนซีเมนต์ดูจจากตัวแทนจำหน่ายของ บริษัท ปูนซีเมนต์กษัตริย์ (ประเทศไทย) จำกัด น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.90

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการซื้อปูนซีเมนต์สูงจากตัวแทนจำหน่าย

เหตุผลในการซื้อปูนซีเมนต์สูง	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ซื้อเจาะจงตราयीหือ	39	83.00
ราคาถูกกว่าตัวแทนจำหน่ายอื่น	35	74.50
คุ้นเคยกับตัวแทนจำหน่าย	28	59.60
พอใจเงื่อนไขการชำระเงิน	13	27.70
มีการจัดการส่งเสริมการขาย	13	27.70
มีบริการหลังการขายที่ดี	7	14.90
มีชื่อเสียง ความมั่นคง	13	27.70
มีสินค้าอื่นไว้บริการครบทุกประเภท	8	17.00
มีฝ่ายขายติดตามอย่างต่อเนื่อง	6	12.80

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเลือกซื้อปูนซีเมนต์สูง เพราะผู้ซื้อเจาะจงตราयीหือ คิดเป็นร้อยละ 83.00 รองลงมา คือ ราคาถูกกว่าตัวแทนจำหน่ายอื่น คิดเป็นร้อยละ 74.50 คุ้นเคยกับตัวแทนจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 59.60 พอใจเงื่อนไขการชำระเงิน มีชื่อเสียง ความมั่นคง และมีการจัดการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 27.70 เท่ากัน มีบริการหลังการขายที่ดี คิดเป็นร้อยละ 14.90 มีสินค้าอื่นไว้บริการครบทุกประเภท คิดเป็นร้อยละ 17.00 และมีฝ่ายขายติดตามอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 12.80

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทนจำหน่าย
ปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
สินค้ามีมาตรฐาน	2 (4.26)	37 (78.72)	8 (17.02)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.87	มาก
สินค้าหลากหลายตรงกับ ความต้องการของผู้ซื้อ	2 (4.26)	12 (25.53)	31 (65.96)	2 (4.26)	0 (0.00)	3.70	มาก
คุณภาพของสินค้าเหมาะสม กับการใช้งาน	4 (8.51)	36 (76.60)	7 (14.89)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.94	มาก
อายุการเก็บรักษาของสินค้า	1 (2.13)	19 (4.043)	26 (55.32)	1 (2.13)	0 (0.00)	3.43	มาก
ความสดใหม่ของสินค้า	2 (4.26)	37 (78.72)	6 (12.77)	2 (4.26)	0 (0.00)	3.83	มาก
ขนาดความหนาของบรรจุภัณฑ์	2 (4.26)	21 (44.68)	21 (44.68)	2 (4.26)	1 (2.13)	3.45	มาก
บรรจุภัณฑ์แข็งแรงทนทาน	1 (2.13)	13 (27.66)	31 (65.96)	1 (2.13)	1 (2.13)	3.26	ปานกลาง
ความชัดเจนของวิธีการใช้งาน ที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์	3 (6.38)	25 (53.19)	18 (38.30)	1 (2.13)	0 (0.00)	3.64	มาก

ตารางที่ 12 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การบริการหลังการขาย	1 (2.13)	25 (53.19)	20 (42.55)	1 (2.13)	0 (0.00)	3.55	มาก
ความจดจำในตราหือ ของสินค้า	4 (8.51)	33 (70.21)	10 (21.28)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.87	มาก
การยอมรับในตราหือ/ คุณภาพของสินค้า	5 (10.64)	35 (74.47)	6 (12.77)	1 (2.13)	0 (0.00)	3.94	มาก
ความสะอาดของถุงบรรจุภัณฑ์	2 (4.26)	9 (19.15)	32 (68.09)	4 (8.51)	0 (0.00)	3.19	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.64	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ปัจจัยย่อยที่ร้านค้าช่วงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า (3.94)
คุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน (3.94) มาตรฐานสินค้า (3.87) ความจดจำในตราหือของ
สินค้า (3.87) ความสดใหม่ของสินค้า (3.83) สินค้าหลากหลายตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ (3.70)
ความชัดเจนของวิธีการใช้งานที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ (3.64) การยอมรับในตราหือ/ การบริการหลัง
การขาย (3.55) และขนาดความหนาของบรรจุภัณฑ์ (3.45) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึง
พอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ อายุการเก็บรักษาของสินค้า (3.40) บรรจุภัณฑ์แข็งแรงทนทาน (3.26)
และความสะอาดของถุงบรรจุภัณฑ์ (3.19) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	7 (14.89)	29 (61.70)	10 (21.28)	1 (2.13)	0 (0.00)	3.89	มาก
ราคาสินค้ามีความยืดหยุ่นสูง	1 (2.13)	16 (34.04)	27 (57.45)	2 (4.26)	1 (2.13)	3.30	ปานกลาง
ราคาสอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ	1 (2.13)	8 (17.02)	31 (65.96)	6 (12.77)	1 (2.13)	3.04	ปานกลาง
การให้เครดิตการชำระเงิน	7 (14.89)	19 (40.43)	15 (31.91)	4 (8.51)	2 (4.26)	3.53	มาก
การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ	7 (14.89)	21 (44.68)	15 (31.91)	3 (6.31)	1 (2.13)	3.64	มาก
ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ	2 (4.26)	14 (29.79)	30 (63.83)	1 (2.13)	0 (0.00)	3.36	ปานกลาง
ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา	2 (4.26)	9 (19.15)	29 (61.70)	5 (10.64)	2 (4.26)	3.09	ปานกลาง
ความสามารถในการเจรจาต่อรองราคา	1 (2.13)	12 (25.53)	28 (59.57)	5 (10.64)	1 (2.13)	3.15	ปานกลาง
ราคาสินค้าสอดคล้องกับปริมาณความต้องการของตลาด	2 (4.26)	14 (29.79)	24 (51.06)	6 (12.77)	1 (2.13)	3.21	ปานกลาง
การรับผิดชอบด้านการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของราคาสินค้า	1 (2.13)	11 (23.40)	27 (57.45)	6 (12.77)	2 (4.26)	3.06	ปานกลาง
ราคาสินค้าสอดคล้องกับราคาสินค้าของคู่แข่ง	1 (2.13)	5 (10.64)	34 (72.34)	6 (12.77)	1 (2.13)	2.98	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.30	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ (3.89) การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ (3.64) และการให้เครดิตการชำระเงิน (3.53) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ (3.36) ราคาสินค้ามีความยืดหยุ่นสูง (3.30) ราคาสินค้าสอดคล้องกับปริมาณความต้องการของตลาด (3.21) ความสามารถในการเจรจาต่อรองราคา (3.16) ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา (3.09) การรับผิดชอบด้านการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของราคาสินค้า (3.06) ราคาสอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ (3.04) และราคาสินค้าสอดคล้องกับราคาสินค้าของคู่แข่ง (2.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปีจ่ายส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการติดต่อ	1 (2.13)	7 (14.89)	35 (74.47)	4 (8.51)	0 (0.00)	3.11	ปานกลาง
มีสินค้าอื่นไว้ตอบสนองความต้องการ	2 (4.26)	7 (14.89)	30 (63.83)	8 (17.02)	0 (0.00)	3.06	ปานกลาง
จำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายมีเพียงพอ	3 (6.38)	7 (14.89)	34 (72.34)	3 (6.38)	0 (0.00)	3.21	ปานกลาง
ความพร้อมของสถานที่จอดรถ	4 (8.51)	11 (23.40)	22 (46.81)	9 (19.15)	1 (2.13)	3.17	ปานกลาง
ความพร้อมของสินค้าในสต็อก	4 (8.51)	11 (23.40)	30 (63.83)	2 (4.26)	0 (0.00)	3.36	ปานกลาง
ความเหมาะสมของพื้นที่การจัดเก็บสินค้า	3 (6.38)	6 (12.77)	30 (63.83)	8 (17.02)	0 (0.00)	3.09	ปานกลาง
ความสะดวกในการสั่งซื้อ	4 (8.51)	17 (36.17)	23 (48.94)	3 (6.38)	0 (0.00)	3.47	มาก
พนักงานขายติดตามต่อเนื่อง	3 (6.38)	12 (25.53)	27 (57.45)	5 (10.64)	0 (0.00)	3.28	ปานกลาง
ความสะดวกในการขนส่งสินค้า	2 (4.26)	13 (27.66)	28 (59.57)	4 (8.51)	0 (0.00)	3.28	ปานกลาง
ความง่ายในการหาซื้อสินค้า	1 (2.13)	9 (19.15)	31 (65.96)	6 (12.77)	0 (0.00)	3.11	ปานกลาง
การบริการจัดส่งสินค้า	7 (14.89)	24 (51.06)	13 (27.66)	3 (6.38)	0 (0.00)	3.74	มาก

ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงตามเวลา	5 (10.64)	19 (40.43)	19 (40.43)	4 (8.51)	0 (0.00)	3.53	มาก
การจัดเตรียมถุงบรรจุภัณฑ์ สำรองกรณีแตกเสียหาย	1 (2.13)	4 (8.51)	27 (57.45)	11 (23.40)	4 (8.51)	2.72	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.24	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย การบริการจัดส่งสินค้า (3.74) การจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงตามเวลา (3.53) และความสะดวกในการสั่งซื้อ (3.49) ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง 3 ลำดับ คือ ความพร้อมของสินค้าในสต็อก (3.36) พนักงานขายติดตามต่อเนื่อง (3.28) ความสะดวกในการขนส่งสินค้า (3.23) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
การรับคืนสินค้า	0 (0.00)	6 (12.77)	30 (63.83)	2 (4.26)	0 (0.00)	2.89	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด, การชิงโชค	2 (4.26)	3 (6.38)	27 (57.45)	14 (29.79)	1 (2.13)	2.81	ปานกลาง
การแจ้งข้อมูลการส่งเสริมการขายใหม่ๆ	1 (2.13)	5 (10.64)	33 (70.21)	8 (17.02)	0 (0.00)	2.98	ปานกลาง
การแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของตลาด	2 (4.26)	5 (10.64)	34 (72.34)	4 (8.51)	2 (4.26)	3.02	ปานกลาง
การส่งเสริมความสัมพันธ์ เช่น การจัดอบรมสัมมนา	1 (2.13)	7 (14.89)	32 (68.09)	7 (14.89)	0 (0.00)	3.04	ปานกลาง
การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย และร้านค้าช่วง เช่นวารสารภายใน	1 (2.13)	9 (19.15)	31 (65.96)	6 (12.77)	0 (0.00)	3.11	ปานกลาง
สื่อในการโฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา, แคตตาล็อก, การโฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น	2 (4.26)	16 (34.04)	26 (55.32)	3 (6.38)	0 (0.00)	3.36	ปานกลาง
ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคจำได้	3 (6.38)	25 (53.19)	17 (36.17)	2 (4.26)	0 (0.00)	3.62	มาก

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
ความถี่ในการโฆษณาของผู้ผลิต และตัวแทนจำหน่าย ทำให้ ผู้บริโภคจดจำ	3 (6.38)	24 (51.06)	17 (36.17)	3 (6.38)	0 (0.00)	3.57	มาก
ความรู้ด้านปูนซีเมนต์สูงและ การแนะนำของพนักงานของ ตัวแทนจำหน่ายต่อกิจการ	2 (4.26)	14 (20.80)	30 (55.32)	1 (2.10)	0 (0.00)	3.36	ปานกลาง
พนักงานของตัวแทนจำหน่าย มีความรู้ ประสบการณ์และ ความสามารถสูง	1 (2.10)	16 (34.04)	27 (57.44)	3 (6.38)	0 (0.00)	3.32	ปานกลาง
พนักงานของตัวแทนจำหน่าย มีความสุภาพ อ่อนน้อม น่าประทับใจ	5 (10.64)	22 (46.80)	20 (42.55)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.68	มาก
ความสม่ำเสมอของพนักงาน ของตัวแทนจำหน่าย	3 (6.38)	12 (51.06)	31 (36.17)	1 (6.38)	0 (0.00)	3.36	ปานกลาง
ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของ พนักงานของตัวแทนจำหน่าย	2 (4.26)	14 (20.80)	30 (55.32)	1 (2.10)	0 (0.00)	3.36	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.25	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ทางด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

การส่งเสริมการตลาด มีปัจจัยย่อยที่มีค่าความพึงพอใจระดับมาก ประกอบด้วย พนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพ อ่อนน้อมน่าประทับใจ (3.68) ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้ (3.62) ความถี่ในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจดจำ (3.57) ปัจจัยย่อยที่มีค่าความพึงพอใจระดับปานกลาง ประกอบด้วย ความรู้ด้านปูนซีเมนต์สูงและการแนะนำของพนักงาน ความสม่ำเสมอ ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาของพนักงานและสื่อการโฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา แคตตาล็อก การโฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น (3.36) พนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความรู้และประสบการณ์และความสามารถสูง (3.32) การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าช่วง เช่น วารสารภายใน (3.11) การส่งเสริมความสัมพันธ์ เช่น การจัดอบรมสัมมนา (3.04) การแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของตลาด (3.02) การแจ้งข้อมูลการส่งเสริมการขาย (2.98) การรับคืนสินค้า (2.89) และการส่งเสริมการขาย (2.81) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.64	มาก
ด้านราคา	3.30	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.24	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.25	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 พบว่า ร้านค้าช่วงมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เท่ากับ 3.64 รองลงมาคือด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.30 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.25 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.24

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของตัวแทน
จำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประสบการณ์
ในการขายปูนซีเมนต์สูงและรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการ
ตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง

ด้านผลิตภัณฑ์	ประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง				รวม
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้ามีมาตรฐาน	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)
สินค้าหลากหลายตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ	3.40 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.70 (มาก)
คุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน	3.80 (มาก)	4.33 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)
อายุการเก็บรักษาของสินค้า	3.20 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.48 (มาก)	3.43 (มาก)
ความสดใหม่ของสินค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)
ขนาดความหนาของบรรจุภัณฑ์	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.44 (มาก)	3.52 (มาก)	3.45 (มาก)
บรรจุภัณฑ์แข็งแรงทนทาน	3.20 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ความชัดเจนของวิธีการใช้งานที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์	4.00 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)
การบริการหลังการขาย	3.60 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (มาก)	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)

**ตารางที่ 17 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง**

ด้านผลิตภัณฑ์	ประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง				รวม
	1 – 3 ปี	4 – 5 ปี	6 – 7 ปี	มากกว่า 7 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความจดจำในตราสัญลักษณ์ของสินค้า	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)
การยอมรับในตราสัญลักษณ์คุณภาพของสินค้า	3.19 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)
ความสะอาดของถุงบรรจุภัณฑ์	2.80 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1 – 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความจดจำในตราสัญลักษณ์ของสินค้า (4.00) และความชัดเจนของวิธีการใช้งานที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ (4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 4 – 5 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ คุณภาพของสินค้าเหมาะสมกับการใช้งาน (4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 6 – 7 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ สินค้าหลากหลายตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ (4.00) การยอมรับในตราสัญลักษณ์ของสินค้า (4.00) คุณภาพเหมาะสมกับการใช้งาน (4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูงมากกว่า 7 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การยอมรับในตราสัญลักษณ์คุณภาพของสินค้า (3.94)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง

ด้านราคา	ประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง				รวม
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)
ราคาสินค้ามีความยืดหยุ่นสูง	3.00 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ราคาสอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
การให้เครดิตการชำระเงิน	2.80 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.53 (มาก)
การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ	3.20 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.64 (มาก)
ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ	3.80 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา	2.60 (น้อย)	3.17 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ความสามารถในการเจรจาต่อรองราคา	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าสอดคล้องกับปริมาณความต้องการของตลาด	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง

ด้านราคา	ประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง				รวม
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การรับผิดชอบด้านการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของราคาสินค้า	2.60 (น้อย)	3.17 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าสอดคล้องกับราคาสินค้าของกลุ่มแข่งขัน	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.09 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 18 พบว่า ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ (3.40)

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 4-5 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ (4.00)

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 6-7 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ (4.00)

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง มากกว่า 7 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ (3.93)

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง				รวม
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการติดต่อ	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
มีสินค้าอื่นไว้ตอบสนองความต้องการ	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
จำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายมีเพียงพอ	2.80 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.44 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความพร้อมของสถานที่จอดรถ	3.20 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความพร้อมของสินค้าในสต็อก	3.80 (มาก)	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของพื้นที่การจัดเก็บสินค้า	2.40 (น้อย)	3.33 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.40 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)	3.41 (มาก)	3.47 (มาก)
พนักงานขายติดตามต่อเนื่อง	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการขนส่งสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ความยากง่ายในการหาซื้อสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
การบริการจัดส่งสินค้า	3.60 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง				รวม
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงตามเวลา	3.20 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.59 (มาก)	3.53 (มาก)
การจัดเตรียมถุงบรรจุภัณฑ์สำรองกรณีแตกเสียหาย	3.20 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.89 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.18 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 19 พบว่า ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความพร้อมของสินค้าในสต็อก (3.80)

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 4-5 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.29 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ (3.67)

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 6-7 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การบริการจัดส่งสินค้า (3.89)

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง มากกว่า 7 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.21 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การบริการจัดส่งสินค้า (3.74)

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทการดำเนินการขายปูนซีเมนต์สูง

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทการดำเนินการขายปูนซีเมนต์สูง				รวม
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
การรับประกันสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด การชิงโชค	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
การแจ้งข้อมูลการส่งเสริมการขายใหม่ๆ	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
การแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของตลาด	2.80 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
การส่งเสริมความสัมพันธ์ เช่น การจัดอบรมสัมมนา	3.20 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าช่วง	2.80 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
สื่อในการโฆษณา เช่น ป้ายโฆษณา แคตตาล็อก การโฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น	3.40 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคจำได้	3.20 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)

ตารางที่ 20 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง				รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความดีในการโฆษณาของ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคจดจำ	3.20 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)
ความรู้ด้านปูนซีเมนต์สูง และการแนะนำของพนักงาน ของตัวแทนจำหน่าย ต่อสถานประกอบการ	3.60 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
พนักงานของตัวแทนจำหน่าย มีความรู้ ประสบ การณ์และความสามารถสูง	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
พนักงานของตัวแทน จำหน่าย มีความสุภาพ อ่อนน้อม น่าประทับใจ	4.20 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.68 (มาก)
ความสม่ำเสมอของพนักงาน ของตัวแทนจำหน่าย	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.44 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการ แก้ปัญหาของพนักงาน ของตัวแทนจำหน่าย	3.80 (มาก)	3.50 (มาก)	3.56 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.36 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 20 พบว่า ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1 - 3 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.36 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานของตัวแทนจำหน่าย มีความสุภาพ อ่อนน้อม น่าประทับใจ (4.20)

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 4 - 5 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความถี่ในการ โฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจดจำ (3.83)

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 6 - 7 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความน่าสนใจในการ โฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้ (3.78)

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง มากกว่า 7 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความน่าสนใจในการ โฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้ (3.63)

**ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาด จำแนกตามประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง**

ปัจจัย ส่วนประสม ทางการตลาด	ประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง				รวม
	1-3 ปี	4-5 ปี	6-7 ปี	มากกว่า 7 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.45 (มาก)	3.67 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)
ด้านราคา	3.09 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	3.18 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	3.36 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 21 พบว่า ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 1-3 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 4 - 5 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.29

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง 6 - 7 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เท่ากัน และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28

ร้านค้าช่วงที่มีประสบการณ์ในการขายปูนซีเมนต์สูง มากกว่า 7 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมาคือ ด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ(บาท)					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 - 2,000,000	2,000,001 - 3,000,000	3,000,001 - 4,000,000	มากกว่า 4,000,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้ามีมาตรฐาน	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)	3.87 (มาก)
สินค้าหลากหลายตรงกับ ความต้องการของผู้ซื้อ	3.77 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)	3.70 (มาก)
คุณภาพของสินค้าเหมาะสม กับการใช้งาน	4.00 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)
อายุการเก็บรักษาของสินค้า	3.46 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)
ความสดใหม่ของสินค้า	3.92 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)
ขนาดความหนาของ บรรจุภัณฑ์	3.54 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.43 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)
บรรจุภัณฑ์แข็งแรงทนทาน	3.23 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
ความชัดเจนของวิธีการใช้ งานที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์	3.77 (มาก)	3.54 (มาก)	4.00 (มาก)	3.43 (มาก)	3.60 (มาก)	3.64 (มาก)
การบริการหลังการขาย	3.62 (มาก)	3.46 (มาก)	3.75 (มาก)	3.43 (มาก)	3.60 (มาก)	3.55 (มาก)
ความจดจำในตราหือ ของสินค้า	4.00 (มาก)	3.69 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)
การยอมรับในตราหือ/ คุณภาพของสินค้า	4.15 (มาก)	3.92 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.90 (มาก)	3.94 (มาก)
ความสะอาดของถุง บรรจุภัณฑ์	3.46 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74 (มาก)	3.56 (มาก)	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่า ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การยอมรับในตราสัญลักษณ์/คุณภาพของสินค้า (4.15)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,000 - 2,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การยอมรับในตราสัญลักษณ์/คุณภาพของสินค้า (3.92)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 2,000,001 - 3,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ขนาดความหนาของบรรจุภัณฑ์ (4.00) ความชัดเจนของวิธีการใช้งานที่แสดงบนบรรจุภัณฑ์ (4.00) และความจดจำในตราสัญลักษณ์ของสินค้า (4.00)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 3,000,001 - 4,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความจดจำในตราสัญลักษณ์ของสินค้า (4.00)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 4,000,000 บาท ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความจดจำในตราสัญลักษณ์ของสินค้า (3.80)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ด้านราคา	ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ(บาท)					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 - 2,000,000	2,000,001 - 3,000,000	3,000,001 - 4,000,000	มากกว่า 4,000,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	4.31 (มาก)	3.62 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)
ราคาสินค้ามีความยืดหยุ่นสูง	3.38 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.57 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ราคาสอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.86 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
การให้เครดิตการชำระเงิน	3.46 (มาก)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
การให้เงินเพียงพอต่อการซื้อ	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)
ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ	3.54 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ความสามารถในการเจรจาต่อรองราคา	3.38 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.86 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าสอดคล้องกับปริมาณความต้องการของตลาด	3.54 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การรับผิดชอบด้านการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงของราคาสินค้า	3.38 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.57 (น้อย)	3.10 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
ราคาสินค้าสอดคล้องกับราคาสินค้าของคู่แข่ง	3.31 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.60 (น้อย)	2.98 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 มาก	3.16 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 23 พบว่า ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ (3.62)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,000 - 2,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ (3.62)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 2,000,001 - 3,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ (3.75)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 3,000,001 - 4,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ (4.00)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 4,000,000 บาท ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การให้วงเงินเพียงพอต่อการซื้อ (3.50)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ(บาท)					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 - 2,000,000	2,000,001 - 3,000,000	3,000,001 - 4,000,000	มากกว่า 4,000,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการติดต่อ	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
มีสินค้าอื่นไว้ตอบสนองความต้องการ	3.54 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
จำนวนร้านค้าตัวแทนจำหน่ายมีเพียงพอ	3.31 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความพร้อมของสถานที่จอดรถ	3.62 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความพร้อมของสินค้าในสต็อก	3.85 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ความเหมาะสมของพื้นที่การจัดเก็บสินค้า	3.31 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการสั่งซื้อ	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.47 (มาก)
พนักงานขายติดตามต่อเนื่อง	3.38 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการขนส่งสินค้า	3.23 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ความยากง่ายในการหาซื้อสินค้า	3.08 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
การบริการจัดส่งสินค้า	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	3.80 (มาก)	3.74 (มาก)
การจัดส่งสินค้ารวดเร็วตรงตามเวลา	3.38 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.60 (มาก)	3.53 (มาก)

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ(บาท)					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 - 2,000,000	2,000,001 - 3,000,000	3,000,001 - 4,000,000	มากกว่า 4,000,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การจัดเตรียมอุปกรณ์สำรองกรณีแตกเสียหาย	3.15 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.72 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.43 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 24 พบว่าร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.43 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความพร้อมของสินค้าในสต็อก (3.85)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,000 - 2,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การบริการจัดส่งสินค้า (3.62)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 2,000,001 - 3,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การบริการจัดส่งสินค้า (3.25) ความพร้อมของสินค้าในสต็อก (3.25) และการจัดส่งสินค้ารวดเร็ว ตรงตามเวลา (3.25)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 3,000,001 - 4,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การบริการจัดส่งสินค้า (4.14)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 4,000,000 บาท ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ การบริการจัดส่งสินค้า (3.80)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ(บาท)					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 - 2,000,000	2,000,001 - 3,000,000	3,000,001 - 4,000,000	มากกว่า 4,000,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การรับคืนสินค้า	3.08 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.57 (น้อย)	3.10 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด, การชิงโชค	3.23 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.81 (ปานกลาง)
การแจ้งข้อมูลการส่งเสริม การขายใหม่ ๆ	3.23 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
การแจ้งข่าวสารความ เคลื่อนไหวของตลาด	2.92 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
การส่งเสริมความสัมพันธ์ เช่น การจัดอบรมสัมมนา	3.23 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ระหว่างผู้ผลิต ตัวแทน จำหน่าย และร้านค้าช่วง	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
สื่อในการโฆษณา เช่น ป้าย โฆษณา, แคตตาล็อก, โฆษณาทางสื่อวิทยุท้องถิ่น	3.54 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.43 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ความน่าสนใจในโฆษณา ของผู้ผลิตและตัวแทน จำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
ความถี่ในการโฆษณาของ ผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคจดจำ	3.62 (มาก)	3.54 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)

ตารางที่ 25 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ(บาท)					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 - 2,000,000	2,000,001 - 3,000,000	3,000,001 - 4,000,000	มากกว่า 4,000,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรู้ด้านปูนซีเมนต์สูง และการแนะนำของ พนักงานของตัวแทน จำหน่ายต่อกิจการ	3.62 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
พนักงานของตัวแทน จำหน่าย มีความรู้ ประสบ การณ์และความสามารถสูง	3.38 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
พนักงานของตัวแทน จำหน่าย มีความสุภาพ อ่อนน้อม น่าประทับใจ	3.77 (มาก)	3.77 (มาก)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)
ความสม่ำเสมอของพนักงาน ของตัวแทนจำหน่าย	3.31 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วในการแก้ ปัญหาของพนักงาน ของตัวแทนจำหน่าย	3.54 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.37 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 25 พบว่า ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 1,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพ อ่อนน้อม น่าประทับใจ (3.77)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,000-2,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพ อ่อนน้อม น่าประทับใจ (3.77)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 2,000,001 - 3,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความน่าสนใจในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคจำได้ (3.75) และความถี่ในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคจดจำ (3.57)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 3,000,001 - 4,000,000 บาท มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความถี่ในการโฆษณาของผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคจดจำ (3.86)

ร้านค้าช่วงที่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 4,000,000 บาท ขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสุภาพ อ่อนน้อม น่าประทับใจ (3.80)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของร้านค้าช่วงต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดจำแนกตามระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ(บาท)					รวม
	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 - 2,000,000	2,000,001 - 3,000,000	3,000,001 - 4,000,000	มากกว่า 4,000,000	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	3.74 (มาก)	3.56 (มาก)	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)
ด้านราคา	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.43 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.37 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่า ร้านค้าช่วงที่มีระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการน้อยกว่า 1,000,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก โดยมีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาคือ ด้านราคา มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ร้านค้าช่วงที่มีระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 1,000,000 – 2,000,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก โดยมีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ด้านราคา มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

ร้านค้าช่วงที่มีระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 2,000,001 – 3,000,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก โดยมีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาคือ ด้านราคา มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

ร้านค้าช่วงที่มีระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ 3,000,001 – 4,000,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก โดยมีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ด้านราคามีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

ร้านค้าช่วงที่มีระดับรายได้รวมเฉลี่ยของกิจการ มากกว่า 4,000,000 บาท มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นอันดับแรก โดยมีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ด้านราคามีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูง

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าไม่ได้มาตรฐาน	1	2.10
สินค้าไม่มีความหลากหลายตรงตามความต้องการ	7	14.90
สินค้ามีคุณสมบัติไม่เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท	1	2.10
สินค้าเก็บไว้ไม่ได้นาน	21	44.70
ไม่สามารถคืนสินค้าได้เมื่อไม่พอใจ	8	17.00
อุบรกรูภัณฑ์แตกง่าย	38	80.90

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 ราย

จากตาราง 27 พบว่า ปัญหาของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูงในด้านผลิตภัณฑ์ส่วนมากคือ อุบรกรูภัณฑ์แตกง่าย คิดเป็นร้อยละ 80.90 รองลงมาคือ สินค้าเก็บไว้ไม่ได้นาน คิดเป็นร้อยละ 44.70 ไม่สามารถคืนสินค้าได้เมื่อไม่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 17.00 สินค้าไม่มีความหลากหลายตรงตามความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 14.90 และสินค้าไม่ได้มาตรฐาน สินค้ามีคุณสมบัติไม่เหมาะสมกับการใช้งานแต่ละประเภท คิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง	36	76.60
ราคาของสินค้าไม่มีความยืดหยุ่น	13	27.70
ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	2	2.20
ราคาสินค้าไม่มีให้เลือกหลายระดับ เช่น ราคาเงินสด/ราคาเครดิต	3	6.40
ราคาสินค้าไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ	34	72.30
ไม่มีการให้เครดิตชำระเงินหรือวงเงินที่ได้รับไม่เพียงพอ	9	19.10
ระยะเวลาเครดิตที่ให้น้อยเกินไป	9	19.10

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 ราย

จากตาราง 28 พบว่าปัญหาของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูงในด้านราคาส่วนมากคือราคาสินค้าสูงกว่าคู่แข่ง ร้อยละ 76.60 ราคาสินค้าไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ร้อยละ 72.30 ราคาของสินค้าไม่มีความยืดหยุ่น ร้อยละ 27.70 ไม่มีการให้เครดิตชำระเงินหรือวงเงินที่ได้รับไม่เพียงพอ และระยะเวลาเครดิตที่ให้น้อยเกินไป ร้อยละ 19.10 เท่ากัน ราคาสินค้าไม่มีให้เลือกหลายระดับ เช่น ราคาเงินสด/ราคาเครดิต ร้อยละ 6.40 และราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ช่องทางการจัด
จำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้าไม่เหมาะสม	3	6.40
ขาดความสะดวกในการสั่งซื้อ	3	6.40
กระบวนการสั่งซื้อยุ่งยาก	3	6.40
พื้นที่จัดเก็บสินค้าไม่มีความเหมาะสม	9	19.10
ขาดความสะดวกในการขนส่งสินค้า	6	12.80
การจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา	4	8.50
ไม่มีอุปกรณ์จำหน่ายที่สำรองกรณีแตกเสียหาย	39	83.00

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 ราย

จากตาราง 29 พบว่าปัญหาของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์จุดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนมากคือ ไม่มีอุปกรณ์จำหน่ายที่สำรองกรณีแตกเสียหาย คิดเป็นร้อยละ 83.00 พื้นที่จัดเก็บสินค้าไม่มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 19.10 ขาดความสะดวกในการขนส่งสินค้า ร้อยละ 12.80 การจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา ร้อยละ 8.50 ทำเลที่ตั้งสำหรับจำหน่ายสินค้าไม่เหมาะสม ขาดความสะดวกในการสั่งซื้อ กระบวนการสั่งซื้อยุ่งยาก คิดเป็นร้อยละ 6.40 เท่ากัน

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการรับคืนสินค้า	4	8.50
การบริการหลังการขายไม่ดี	5	10.60
ไม่เคยได้รับแจ้งข้อมูลการส่งเสริมการขายหรือแจ้งล่าช้า	19	40.40
ไม่มีการแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของตลาด	8	17.00
ขาดการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด การชิงโชค	33	70.20
การแจกแถม		
ไม่มีการสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ เช่น การจัด	7	14.90
อบรมสัมมนา		
ขาดการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ตัวแทน	10	21.30
จำหน่ายและร้านค้าช่วง เช่น วาสารภายใน		
การส่งเสริมการโฆษณาไม่ต่อเนื่อง เช่น ป้ายโฆษณา	14	29.80
แคตตาล็อก การโฆษณาทางสื่อวิทยุ		
การโฆษณาขาดความน่าสนใจ ไม่ต่อเนื่องและผู้บริโภค	5	10.60
จำไม่ได้		
ความถี่ในการโฆษณาน้อยเกินไป	7	14.90
พนักงานของตัวแทนจำหน่ายขาดความรู้ประสบการณ์	1	2.10
และความสามารถ		
ความรู้เกี่ยวกับปูนซีเมนต์สูงและการแนะนำของ	3	6.40
พนักงานของตัวแทนจำหน่าย	2	4.30
พนักงานของตัวแทนจำหน่ายขาดความสุภาพ	3	6.40
อ่อนน้อม ไม่น่าประทับใจ		
การตอบสนองความต้องการของพนักงานล่าช้า	3	6.40

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 ราย

จากตาราง 30 พบว่าปัญหาของร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูงด้านส่งเสริมการตลาด ส่วนมากคือ ขาดการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด, การชิงโชค, การแจกแถม ร้อยละ 70.20 ไม่เคยได้รับแจ้งข้อมูลการส่งเสริมการขายหรือแจ้งล่าช้า ร้อยละ 40.40 การส่งเสริมการโฆษณาไม่ต่อเนื่อง เช่น ป้ายโฆษณา, แคมเปญ, การโฆษณาทางสื่อวิทยุ เป็นร้อยละ 29.80 ขาดการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตตัวแทนจำหน่ายและร้านค้าช่วง เช่น วสารภายใน ร้อยละ 21.30 ไม่มีการแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของตลาด ร้อยละ 17.00 ไม่มีการสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์ เช่น การจัดอบรมสัมมนา และความถี่ในการโฆษณาน้อยเกินไป ร้อยละ 14.90 เท่ากัน การโฆษณาขาดความน่าสนใจ ไม่ต่อเนื่องและผู้บริโภคจำไม่ได้ และการบริการหลังการขายไม่ดี ร้อยละ 10.60 เท่ากัน ไม่มีการรับคืนสินค้า ร้อยละ 8.50 ความรู้เกี่ยวกับปูนซีเมนต์สูงและการแนะนำของพนักงานของตัวแทนจำหน่ายและการตอบสนองความต้องการของพนักงานล่าช้า ร้อยละ 6.40 พนักงานของตัวแทนจำหน่ายขาดความสุภาพ อ่อนน้อม ไม่น่าประทับใจ ร้อยละ 4.30 และพนักงานของตัวแทนจำหน่ายขาดความรู้ประสบการณ์ และความสามารถ ร้อยละ 2.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความต้องการได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อ

การได้รับแจ้งข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ทางโทรศัพท์	35	74.50
ทางไปรษณีย์	10	21.30
ทางอีเมลล์	0	0.00
ส่งมาพร้อม ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ	2	4.30
รวม	47	100

จากตาราง 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ต้องการได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อโทรศัพท์ ร้อยละ 74.50 รองลงมาต้องการได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทางไปรษณีย์ ร้อยละ 21.30 และส่งมาพร้อม ใบกำกับภาษี/ใบส่งของ ร้อยละ 4.30

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อภาพลักษณ์ของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม เมื่อเทียบกับตัวแทนจำหน่ายของบริษัทอื่น

ภาพลักษณ์ของตัวแทนจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
มีภาพลักษณ์ดีกว่า	8	17.00
มีภาพลักษณ์ที่ไม่แตกต่างกัน	39	83.00
มีภาพลักษณ์ที่แย่กว่า	0	0.00
รวม	47	100

จากตาราง 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มองภาพลักษณ์ของตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรมในลักษณะที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อเทียบกับตัวแทนจำหน่ายของบริษัทอื่น ร้อยละ 83.00 รองลงมา มองภาพลักษณ์ในลักษณะที่มีภาพลักษณ์ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 17.00

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อสาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อสินค้าจาก
ตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม

สาเหตุการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีคุณภาพ	35	74.50
สินค้ามีราคาถูก	15	31.90
มีสินค้าที่ต้องการให้เลือกซื้อ	6	12.80
การส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง/สม่ำเสมอ	4	8.50
คุณภาพการบริการดี	8	17.00

หมายเหตุ : สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 47 ราย

จากตาราง 33 พบว่าร้านค้าช่วงปูนซีเมนต์สูงส่วนมาก เลือกซื้อสินค้าจากตัวแทนจำหน่ายปูนซีเมนต์อุตสาหกรรม โดยมีสาเหตุจากสินค้ามีคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 74.50 รองลงมาคือ สาเหตุจากสินค้ามีราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 31.90 และคุณภาพการบริการดี ร้อยละ 17.00