

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รับเหมาก่อสร้าง และบุคคลผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์เพื่อธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ที่ใช้ไม้ฝาสังเคราะห์เป็นส่วนประกอบสำหรับการก่อสร้างบ้าน หรือตกแต่งที่อยู่อาศัย ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 84 ราย ในการศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามได้ 79 ราย คิดเป็น ร้อยละ 94.05 เนื่องจากสถานประกอบการ 5 ราย ได้เลิกประกอบกิจการแล้ว การวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 7 ส่วน นำเสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในสถานประกอบการ ระยะเวลาในการซื้อ/หรือใช้วัสดุก่อสร้าง รูปแบบการจัดตั้งกิจการ เงินทุนหมุนเวียนต่อปี อายุของกิจการ โครงการที่ได้รับโดยเฉลี่ยต่อปี มูลค่าโครงการเฉลี่ยต่อปี ประเภทของงานที่ได้รับ จำนวนพนักงาน อำนาจในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในกิจการ ยี่ห้อไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อ และยี่ห้อไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด (ตารางที่ 1 – 14)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อ ไม้ฝาสังเคราะห์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน สาเหตุที่ใช้ไม้ฝาสังเคราะห์ ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด สีของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด รู้จักร้านค้าที่จำหน่ายไม้ฝาจากสื่อใด แหล่งร้านค้าที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ประเภทร้านค้าที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ สาเหตุที่เลือกร้านค้า ความถี่ในการซื้อ มูลค่าในการซื้อในแต่ละช่องทางการรับข่าวสารข้อมูลของไม้ฝาสังเคราะห์ ตรายี่ห้อไม้ฝาสังเคราะห์ที่รู้จัก ตรายี่ห้อไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด และเหตุผลที่เลือกซื้อ (ตารางที่ 15 – 30)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ที่มีต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ (ตารางที่ 31 – 36)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 37 – 42)

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อปรับปรุงไม้ฝาสังเคราะห์ และบริการของร้านค้าที่จำหน่ายไม้ฝาสังเคราะห์ (ตารางที่ 43 – 47)

ส่วนที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ธุรกิจที่มีต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ต่อลักษณะทางธุรกิจของสถานประกอบการ (ตาราง ที่ 48 – 71)

ส่วนที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ต่อลักษณะทางธุรกิจของสถานประกอบการ (ตารางที่ 72 – 95)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ชาย	67	84.8
หญิง	12	15.2
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 84.8 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 15.2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	3	3.8
25 – 30 ปี	10	12.7
31 - 35 ปี	14	17.7
36 - 40 ปี	18	22.8
41 - 45 ปี	14	17.7
46 - 50 ปี	11	13.9
51 ปี ขึ้นไป	9	11.4
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 36 – 40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 22.8 รองลงมา ได้แก่ อายุ 31 – 35 ปี และอายุ 41 – 45 ปี ร้อยละ 17.7 เท่ากัน อายุ 46 – 50 ปี ร้อยละ 13.9 อายุ 20 – 25 ปี ร้อยละ 12.7 อายุมากกว่า 51 ปี ร้อยละ 11.4 และอายุน้อยกว่า 25 ปี ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	6.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	1.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	7	8.9
อนุปริญญา/ปวส.	19	24.0
ปริญญาตรี	44	55.7
สูงกว่าปริญญาตรี	3	3.8
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.7 รองลงมา ได้แก่ การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 24.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 8.9 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 6.3 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.8 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามตำแหน่งในสถานประกอบการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่งในสถานประกอบการ	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
พนักงานฝ่ายจัดซื้อ	9	11.4
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	4	5.1
ผู้จัดการทั่วไป	1	1.3
เจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ	36	45.6
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ	1	1.3
ช่างผู้รับเหมา	14	17.7
นายช่าง	2	2.5
โพรแมน	10	12.6
อื่นๆ	2	2.5
รวม	79	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ หุ่นส่วน (1 ราย) ลูกจ้าง (1 ราย)

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามดำรงตำแหน่ง เจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ มากที่สุด ร้อยละ 45.6 รองลงมา ได้แก่ ช่างผู้รับเหมา ร้อยละ 17.7 โพรแมน ร้อยละ 12.6 พนักงานฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 11.4 ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ และนายช่าง ร้อยละ 2.5 เท่ากัน ผู้จัดการทั่วไป ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ และอื่นๆ (ได้แก่ หุ่นส่วน และลูกจ้าง) ร้อยละ 1.3 เท่ากัน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเวลาที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เวลาที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ไม่เกิน 4 ปี	18	22.8
4 - 7 ปี	30	38.0
8 - 12 ปี	15	19.0
มากกว่า 12 ปี	16	20.2
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเวลาในการทำงานเกี่ยวกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 - 7 ปี มากที่สุด ร้อยละ 38.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 4 ปี ร้อยละ 22.8 มากกว่า 12 ปี ร้อยละ 20.2 และ 8 - 12 ปี ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามรูปแบบการจัดตั้งกิจการตามกฎหมาย ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รูปแบบการจัดตั้งกิจการตามกฎหมาย	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
บุคคลธรรมดา	13	16.5
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	2	2.5
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	45	56.9
บริษัทจำกัด	19	24.1
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการตามกฎหมายเป็นแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 56.9 รองลงมา ได้แก่ แบบบริษัทจำกัด ร้อยละ 24.1 แบบบุคคลธรรมดา ร้อยละ 16.5 และแบบห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ดำเนินการในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ดำเนินการในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ล้านบาท	14	17.7
1 - 10 ล้านบาท	46	58.3
11 - 20 ล้านบาท	8	10.1
20 ล้านบาท ขึ้นไป	11	13.9
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ดำเนินการในระยะเวลา 1 ปี จำนวน 1 - 10 ล้านบาท ร้อยละ 58.3 รองลงมา ได้แก่ จำนวนไม่เกิน 1 ล้านบาท ร้อยละ 17.7 จำนวน 20 ล้านบาท ขึ้นไป ร้อยละ 13.9 และจำนวน 11 - 20 ล้านบาท ร้อยละ 10.1

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาการจัดตั้งกิจการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลาการจัดตั้งกิจการ	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 ปี	23	29.1
6 - 10 ปี	26	32.9
11 - 15 ปี	15	19.0
16 - 20 ปี	9	11.4
20 ปี ขึ้นไป	6	7.6
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาการจัดตั้งกิจการ 6 - 10 ปี มากที่สุด ร้อยละ 32.9 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี ร้อยละ 29.1 ระยะเวลา 11 - 15 ปี ร้อยละ 19.0 ระยะเวลา 16 - 20 ปี ร้อยละ 11.4 และระยะเวลา 20 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 7.6

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
1 - 5 โครงการ	44	55.7
6 - 10 โครงการ	19	24.1
11 - 15 โครงการ	10	12.6
มากกว่า 15 โครงการ	6	7.6
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 1 - 5 โครงการ ร้อยละ 55.7 รองลงมา ได้แก่ จำนวน 6 - 10 โครงการ ร้อยละ 24.1 จำนวน 11 - 15 ร้อยละ 12.6 และจำนวนมากกว่า 15 โครงการ ร้อยละ 7.6

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการของผู้ตอบแบบสอบถาม

มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500,000 บาท	17	21.5
500,001 - 1,000,000 บาท	21	26.6
1,000,001 - 5,000,000 บาท	22	27.8
5,000,001 บาท ขึ้นไป	19	24.1
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ มูลค่างาน 1,000,001 – 5,000,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 27.8 รองลงมา ได้แก่ มูลค่างาน 500,001 – 1,000,000 บาท ร้อยละ 26.6 มูลค่างาน 5,000,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 24.1 และ มูลค่างานไม่เกิน 500,000 บาท ร้อยละ 21.5

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทของงานรับเหมาก่อสร้างที่ได้รับมากที่สุด ในปีที่ผ่านมา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทของงานรับเหมาก่อสร้างที่ได้รับมากที่สุด ในปีที่ผ่านมา	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย	38	48.1
งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์	11	13.9
งานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์	16	20.3
งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์	8	10.1
อื่นๆ	6	7.6
รวม	79	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ อาคารส่วนราชการ (1 ราย) งานถนน (1 ราย) อาคารสำนักงาน (1 ราย) อาคารเรียน/สถานศึกษา (2 ราย) สำนักงานคริสต์จักร (1 ราย)

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทของงานรับเหมาก่อสร้างที่ได้รับมากที่สุดในปีที่ผ่านมา ได้แก่ งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย มากที่สุด ร้อยละ 48.1 รองลงมา ได้แก่ งานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ ร้อยละ 20.3 งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ ร้อยละ 13.9 งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์ ร้อยละ 10.1 และงานประเภทอื่นๆ (ได้แก่ อาคารส่วนราชการ งานถนน อาคารสำนักงาน อาคารเรียน/สถานศึกษา สำนักงานคริสต์จักร) ร้อยละ 7.6

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามจำนวนพนักงานในความดูแล ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนพนักงานในความดูแล	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 คน	20	25.3
6 - 10 คน	18	22.8
11 - 20 คน	13	16.5
21 - 30 คน	11	13.9
31 - 40 คน	7	8.9
41 - 50 คน	5	6.3
51 คน ขึ้นไป	5	6.3
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนพนักงานในความดูแล ไม่เกิน 5 คน มากที่สุด ร้อยละ 25.3 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ 6 - 10 คน ร้อยละ 22.8 11 - 20 คน ร้อยละ 16.5 21 - 30 คน ร้อยละ 13.9 31 - 40 คน ร้อยละ 8.9 41 - 50 คน และมากกว่า 50 คน ร้อยละ 6.3 เท่ากัน

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ฝาสังเคราะห์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ฝาสังเคราะห์	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
พนักงานฝ่ายจัดซื้อ	1	1.2
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	12	15.2
ผู้จัดการทั่วไป	4	5.1
เจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ	40	50.6
สถาปนิก	2	2.5
เจ้าของบ้าน	13	16.5
เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร	4	5.1
นายช่าง	1	1.3
อื่นๆ	2	2.5
รวม	79	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ขึ้นอยู่กับโครงการหรืองานที่ได้รับ (2 ราย)

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ฝาสังเคราะห์ ได้แก่ เจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 50.6 รองลงมาได้แก่ เจ้าของบ้าน ร้อยละ 16.5 ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 15.2 ผู้จัดการทั่วไป และเจ้าของโครงการบ้านจัดสรร ร้อยละ 5.1 เท่ากันสถาปนิก และอื่นๆ (ได้แก่ ขึ้นอยู่กับโครงการหรืองานที่ได้รับ) ร้อยละ 2.5 เท่ากัน นายช่าง ร้อยละ 1.3 และพนักงานฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม้ฝาสังเคราะห์ที่กิจการเคยซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม้ฝาสังเคราะห์ที่กิจการเคยซื้อ	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
เมอร์ธา	48	60.8
ซ้าง	34	43.0
คอนวูด	37	46.8
เพชร	13	16.5
ต้นไม้	3	3.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 79 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ฝาสังเคราะห์ยี่ห้อเมอร์ธา ร้อยละ 60.8 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อคอนวูด ร้อยละ 46.8 ยี่ห้อซ้าง ร้อยละ 43.0 ยี่ห้อเพชร ร้อยละ 16.5 และยี่ห้อต้นไม้ ร้อยละ 3.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย	41	51.9
งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์	14	17.7
งานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์	18	22.8
งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์	6	7.6
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานเพื่องานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย ร้อยละ 51.9 รองลงมา ได้แก่ เพื่องานแก้ไข

ต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ ร้อยละ 22.8 เพื่องานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ ร้อยละ 17.7 เพื่องานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์ ร้อยละ 7.6

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามสาเหตุที่ใช้ไม้ฝาสังเคราะห์ในการก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สาเหตุที่ใช้ไม้ฝาสังเคราะห์ในการก่อสร้าง	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
สามารถใช้แทนไม้จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ	31	39.2
คุณภาพแข็งแรงทนทาน	35	44.3
มีอายุการใช้งานยาวนาน	34	43.0
ไม่มีปัญหาเรื่องการโค้งงอ	8	10.1
ไม่ยืดหรือไม่หดตัวเหมือนไม้	6	7.6
ไม่มีปัญหาเรื่องปลวก	55	69.6
มีลวดลายสวยงามเสมือนลายไม้จริง	12	15.2
ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับไม้จริง	28	35.4
เป็นที่นิยมของลูกค้าทั่วไป	33	41.8
มีความยืดหยุ่นสามารถดัดแปลงหรือประยุกต์ได้หลากหลายสำหรับการตกแต่ง	14	17.7
อื่นๆ	1	1.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 79 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ก่อสร้างตามแบบแปลนของผู้ว่าจ้าง (1 ราย)

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้ไม้ฝาสังเคราะห์ในการก่อสร้างเนื่องจากไม่มีปัญหาเรื่องปลวก ร้อยละ 69.6 รองลงมา ได้แก่ คุณภาพแข็งแรงทนทาน ร้อยละ 44.3 มีอายุการใช้งานยาวนาน ร้อยละ 43.0 เป็นที่นิยมของลูกค้าทั่วไป ร้อยละ 41.8 สามารถใช้แทนไม้จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ร้อยละ 39.2 ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับไม้จริง ร้อยละ 35.4 มีความยืดหยุ่นสามารถดัดแปลงหรือประยุกต์ได้หลากหลายสำหรับการตกแต่ง ร้อยละ 17.7 มีลวดลายสวยงามเสมือนลายไม้จริง ร้อยละ 15.2 ไม่มีปัญหาเรื่องการโค้งงอ ร้อยละ 10.1 ไม่ยืด

หรือไม้หัดตัวเหมือนไม้ ร้อยละ 7.6 และอื่นๆ (ได้แก่ ก่อสร้างตามแบบแปลนของผู้ว่าจ้าง) ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ไม้ฝา	54	68.4
ไม้เชิงชาย	17	21.5
ไม้ระแนง	4	5.0
ไม้บัวพื้น	1	1.3
ไม้รั้ว	2	2.5
ไม้พื้น	1	1.3
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝา ร้อยละ 68.4 รองลงมา ได้แก่ ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้เชิงชาย ร้อยละ 21.5 ไม้ระแนง ร้อยละ 5.0 ไม้รั้ว ร้อยละ 2.5 ไม้บัวพื้นและไม้พื้น ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามลักษณะสีของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

สีของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ไม่มีสี (สีขาวหรือสีซีเมนต์)	56	70.9
ครีม	17	21.5
ไม้สัก	4	5.1
ไม้โอ๊ค	2	2.5
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะสีของไม้ฝาสังเคราะห์ที่
 ซื่อมากที่สุดคือ ไม้ฝาสังเคราะห์ไม่มีสี (สีธรรมชาติหรือสีซีเมนต์) ร้อยละ 70.9 รองลงมา ได้แก่
 สีครีม ร้อยละ 21.5 สีไม้สัก ร้อยละ 5.1 และสีไม้โอ๊ค ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักร้านขายไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบ
 แบบสอบถาม

สื่อที่ทำให้รู้จักร้านขายไม้ฝาสังเคราะห์	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน	29	36.7
สื่อโฆษณาทางวิทยุท้องถิ่น	3	3.8
โฆษณาหนังสือพิมพ์/นิตยสาร	9	11.4
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ	12	15.2
ผู้รับเหมาแนะนำ	9	11.4
โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	2	2.5
ช่างแนะนำ	5	6.3
เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร	6	7.6
อื่นๆ	4	5.1
รวม	79	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ พนักงาน (1 ราย) หัวหน้างาน (1 ราย) การนำเสนอราคาของร้านค้า (1 ราย) เป็นร้านที่ซื้อ
 วัสดุก่อสร้างอื่นๆ อยู่แล้ว (1 ราย)

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านขายไม้ฝาสังเคราะห์จากสื่อประเภท
 ป้ายโฆษณาหน้าร้าน ร้อยละ 36.7 รองลงมา ได้แก่ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ ร้อยละ 15.2 โฆษณา
 หนังสือพิมพ์/นิตยสาร และผู้รับเหมาแนะนำ ร้อยละ 11.4 เท่ากัน เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการ
 บ้านจัดสรร ร้อยละ 7.6 ช่างแนะนำ ร้อยละ 6.3 อื่นๆ (ได้แก่ พนักงาน หัวหน้างาน การนำเสนอ
 ราคาของร้านค้า และร้านที่ซื้อวัสดุก่อสร้างอื่นๆ อยู่แล้ว) ร้อยละ 5.1 สื่อโฆษณาทางวิทยุท้องถิ่น
 ร้อยละ 3.8 และโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามร้านค้าที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ บ่อยที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ร้านค้าที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์บ่อยที่สุด	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ร้านค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	21	26.6
ร้านค้านอกอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	58	73.4
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้านอกอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 73.4 และจากร้านค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 26.6

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ซื้อนอกอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทร้านค้าที่ซื้อนอกอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (N = 58)	ร้อยละ
ร้านประเภทค้าส่ง เช่น ร้านชินเชียงใหม่ ร้านเลิศสิน ร้านทวีพรรณ ฯลฯ	50	86.2
ร้านประเภทชอปปิ้งมอลล์ขนาดใหญ่ เช่น Global House, Home-Pro ฯลฯ	8	13.8
รวม	58	100.0

หมายเหตุ: จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบซื้อไม้ฝาสังเคราะห์นอกอำเภอสันทราย 58 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้านอกอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ร้านประเภทค้าส่ง เช่น ร้านชินเชียงใหม่ ร้านเลิศสิน ร้านทวีพรรณ ฯลฯ ร้อยละ 86.2 และร้านประเภทชอปปิ้งมอลล์ขนาดใหญ่ เช่น Global House, Home-Pro ฯลฯ ร้อยละ 13.8

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามร้านค้าที่ซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ร้านค้าที่ซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (N = 21)	ร้อยละ
ร้าน ก.รวมโชควัสดุ	3	14.3
ร้านคลังวัสดุ	13	61.9
ร้านเจริญรัตน์	5	23.8
ร้านชัยพลก่อสร้าง	1	4.8
ร้านเชียงใหม่กิจดี	2	9.5
ร้านป่าโมก	1	4.8
ร้านพรเทพวัสดุภัณฑ์	2	9.5
ร้านแม่ใจวัสดุ	3	14.3
ร้านเรดาห์แม่ใจ	13	61.9
ร้านวัชรรัตน์	1	4.8
ร้านโสภินพานิชย์	2	9.5

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์จากร้านค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 21 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์จากร้านค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์จากร้านคลังวัสดุ และร้านเรดาห์แม่ใจมากที่สุด ร้อยละ 61.9 เท่ากัน รองลงมา ได้แก่ ร้านเจริญรัตน์วัสดุ ร้อยละ 23.8 ร้าน ก.รวมโชควัสดุ และร้านแม่ใจวัสดุ ร้อยละ 14.3 เท่ากัน ร้านพรเทพวัสดุภัณฑ์ และร้านโสภินพานิชย์ ร้อยละ 9.5 เท่ากัน และร้านชัยพลก่อสร้าง ร้านวัชรรัตน์ และร้านป่าโมก ร้อยละ 4.8 เท่ากัน

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้าในอำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้าใน อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (N = 21)	ร้อยละ
สถานที่สะดวก เข้าถึงได้ง่าย	7	33.3
มีบริการจัดส่งสินค้า	5	23.8
ได้ส่วนลด	3	14.3
มีการให้สินเชื่อ	5	23.8
ราคาเหมาะสมกับสินค้า	5	23.8
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี	4	19.0
รู้จักกับร้านค้ามานาน	7	33.3
ซื้อวัสดุต่างๆ จากร้านดังกล่าวอยู่แล้ว	6	28.6
สินค้านี้หลากหลายและเพียงพอต่อความต้องการ	7	33.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 21 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจาก สถานที่สะดวก เข้าถึงได้ง่าย รู้จักร้านค้ามานาน และสินค้านี้หลากหลายและเพียงพอต่อความต้องการ ร้อยละ 33.3 เท่ากัน รองลงมา ได้แก่ ซื้อวัสดุต่างๆ จากร้านดังกล่าวอยู่แล้ว ร้อยละ 28.6 มีบริการจัดส่งสินค้า และมีการให้สินเชื่อ และราคาเหมาะสมกับสินค้า ร้อยละ 23.8 เท่ากัน พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ร้อยละ 19.0 และได้ส่วนลด ร้อยละ 14.3

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์จากร้านค้านอกอำเภอ สันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลที่ซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์จากร้านค้านอก อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่	จำนวน (N = 58)	ร้อยละ
สถานที่สะดวก เข้าถึงได้ง่าย	10	17.2
มีบริการจัดส่งสินค้า	13	22.4
ได้ส่วนลด	25	43.1
มีการให้สินเชื่อ	16	27.6
ราคาเหมาะสมกับสินค้า	19	32.8
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี	4	6.9
รู้จักกับร้านค้ามานาน	12	20.7
ซื้อวัสดุต่างๆ จากร้านดังกล่าวอยู่แล้ว	19	32.8
สินค้านี้มีหลากหลายและเพียงพอกับความต้องการ	14	24.1
อื่นๆ	1	1.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ หมายเหตุ: จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์นอก
อำเภอสันทราย 58 ราย
อื่นๆ ได้แก่ การเสนอราคาของร้านค้า (1 ราย)

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุที่เลือกซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์จากร้านค้า
นอกอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจาก ได้ส่วนลด มากที่สุด ร้อยละ 43.1 รองลงมาได้แก่
ราคาเหมาะสมกับสินค้า และ ซื้อวัสดุต่างๆจากร้านดังกล่าวอยู่แล้ว ร้อยละ 32.8 เท่ากัน มีการให้
สินเชื่อร้อยละ 27.6 สินค้านี้มีหลากหลายและเพียงพอกับความต้องการร้อยละ 24.1 มีบริการจัดส่ง
สินค้า ร้อยละ 22.4 รู้จักกับร้านค้ามานาน ร้อยละ 20.7 สถานที่สะดวก เข้าถึงได้ง่าย ร้อยละ 17.2
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ร้อยละ 6.9 และอื่นๆ (ได้แก่ การเสนอขายของร้านค้า) ร้อยละ 1.7

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความถี่ในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
1 ครั้งต่อวัน	4	5.1
1 ครั้งต่อสัปดาห์	14	17.7
2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์	5	6.4
1 ครั้งต่อเดือน	31	39.2
2 - 3 ครั้งต่อเดือน	23	29.1
อื่นๆ	2	2.5
รวม	79	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ ขึ้นอยู่กับงาน (1 ราย) ขึ้นอยู่กับแบบแปลนของงานก่อสร้าง ตามงานที่ประมูลได้ (1 ราย)

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ 1 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด ร้อยละ 39.2 รองลงมา ได้แก่ ซื้อ 2 – 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 29.1 ซื้อ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 17.7 ซื้อ 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 6.4 ซื้อ 1 ครั้งต่อวัน ร้อยละ 5.1 และอื่นๆ (ได้แก่ ขึ้นอยู่กับงาน และแบบแปลนของงานก่อสร้างตามงานที่ประมูลได้) ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามมูลค่าในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์โดยเฉลี่ยต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม

มูลค่าในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	7	8.9
1,001 - 5,000 บาท	35	44.3
5,001 - 10,000 บาท	12	15.2
10,001 - 15,000 บาท	6	7.5
15,001 - 20,000 บาท	7	8.9
มากกว่า 20,001 บาท	12	15.2
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์โดยเฉลี่ยต่อครั้งจำนวน 1,001 – 5,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 44.3 รองลงมาได้แก่ จำนวน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 15.2 จำนวนมากกว่า 20,001 บาท ร้อยละ 15.2 จำนวนต่ำกว่า 1,000 บาท และจำนวน 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 8.9 เท่ากัน และจำนวน 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามช่องทางการรับข่าวสารข้อมูลยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ช่องทางการรับข่าวสารข้อมูลยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
โฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ	56	70.9
โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร	14	17.7
โฆษณาจากป้ายคัดเอาท์	16	20.3
เพื่อน/ผู้รับเหมา/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ	19	24.1
จากพนักงานขาย	20	25.3
จากช่าง	13	16.5
จากสถาปนิก	7	8.9
จากเจ้าของบ้านที่เคยใช้	2	2.5
จากการทดลองใช้เอง	19	24.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 79 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่องทางการรับข่าวสารข้อมูลยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ จากโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ ร้อยละ 70.9 รองลงมา ได้แก่ จากพนักงานขาย ร้อยละ 25.3 เพื่อน/ผู้รับเหมา/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ และจากการทดลองใช้เอง ร้อยละ 24.1 เท่ากัน โฆษณาจากป้ายคัดเอาท์ ร้อยละ 20.3 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ร้อยละ 17.7 จากช่าง ร้อยละ 16.5 จากสถาปนิก ร้อยละ 8.9 และจากเจ้าของบ้านที่เคยใช้ ร้อยละ 2.5

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามยี่ห้อไม้ฝาสั่งเคราะห์ที่รู้จัก ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ยี่ห้อไม้ฝาสั่งเคราะห์ที่รู้จัก	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
เมอร์รา	75	94.9
ซ้าง	66	83.5
คอนวูด	65	82.3
เพชร	20	25.3
ต้นไม้	14	17.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 79 ราย

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักไม้ฝาสั่งเคราะห์ยี่ห้อเมอร์รา ร้อยละ 94.9 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อซ้าง 83.5 ยี่ห้อคอนวูด ร้อยละ 82.3 ยี่ห้อเพชร 25.3 และยี่ห้อต้นไม้ ร้อยละ 17.7

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามยี่ห้อไม้ฝาสั่งเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ยี่ห้อไม้ฝาสั่งเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
เมอร์รา	41	51.9
ซ้าง	22	27.8
คอนวูด	16	20.3
เพชร	0	0.0
ต้นไม้	0	0.0
รวม	79	100.0

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์มากที่สุดยี่ห้อเมอร์รา ร้อยละ 51.9 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อซ้าง ร้อยละ 27.8 และยี่ห้อคอนวูด ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ยี่ห้อดังกล่าวมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ยี่ห้อดังกล่าวมากที่สุด	จำนวน (N = 79)	ร้อยละ
คุณภาพดีกว่ายี่ห้ออื่น	29	36.7
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	34	43.0
ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	10	12.7
เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง	48	60.8
มีโปรโมชัน ลด แลก แจก แถม	3	3.8
ช่างแนะนำ	14	17.7
สถาปนิก	6	7.6
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ	8	10.1
เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการกำหนด	10	12.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 79 ราย

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสาเหตุที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ยี่ห้อดังกล่าวเนื่องจาก เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง ร้อยละ 60.8 รองลงมา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 43.0 คุณภาพดีกว่ายี่ห้ออื่น ร้อยละ 36.7 ช่างแนะนำ ร้อยละ 17.7 ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น และเจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการกำหนด ร้อยละ 12.7 เท่ากัน เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก แนะนำ ร้อยละ 10.1 สถาปนิก ร้อยละ 7.6 และมีโปรโมชัน ลด แลก แจก แถม ร้อยละ 3.8

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ที่มีต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล จำแนกตามปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์	ระดับที่มีอิทธิพล (N = 79)					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	7 (8.9)	30 (38.0)	32 (40.5)	10 (12.7)	0 (0.0)	3.43 (ปานกลาง)	2
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	7 (8.9)	31 (39.2)	36 (45.6)	5 (6.3)	0 (0.0)	3.51 (มาก)	1
ภาวะการแข่งขัน	6 (7.6)	29 (36.7)	37 (46.8)	7 (8.9)	0 (0.0)	3.43 (ปานกลาง)	2
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม	3 (3.8)	28 (35.4)	40 (50.6)	8 (10.1)	0 (0.0)	3.33 (ปานกลาง)	3
สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	3 (3.8)	23 (29.1)	42 (53.2)	11 (13.9)	0 (0.0)	3.23 (ปานกลาง)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.38 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 31 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และ ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.43 เท่ากัน) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.33) และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล จำแนกตามปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์	ระดับที่มีอิทธิพล (N = 79)					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ	7 (8.9)	21 (26.6)	41 (51.9)	10 (12.7)	0 (0.0)	3.31 (ปานกลาง)	1
โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ	5 (6.3)	23 (29.1)	39 (49.4)	11 (13.9)	1 (1.3)	3.25 (ปานกลาง)	2
ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ	5 (6.3)	17 (21.5)	44 (55.7)	12 (15.2)	1 (1.3)	3.16 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.24 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.31) โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.25) ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล จำแนกตามปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์	ระดับที่มีอิทธิพล (N = 79)					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร)	21 (26.6)	34 (43.0)	19 (21.4)	5 (6.3)	0 (0.0)	3.89 (มาก)	1
ความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า	9 (11.4)	23 (29.1)	40 (50.6)	5 (6.3)	2 (2.5)	3.41 (ปานกลาง)	2
การชักชวนของผู้ขายสินค้า	8 (10.1)	20 (25.3)	35 (44.3)	12 (15.2)	4 (5.1)	3.20 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.50 (มาก)	

จากตารางที่ 33 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.41) การชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล จำแนกตามปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์	ระดับที่มีอิทธิพล (N = 79)					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง	24 (30.4)	31 (39.2)	20 (25.3)	4 (5.1)	0 (0.0)	3.95 (มาก)	2
ความรู้ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา	23 (29.1)	34 (43.0)	18 (22.8)	4 (5.1)	2 (2.5)	3.96 (มาก)	1
ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ	16 (20.3)	23 (29.1)	35 (44.3)	5 (6.3)	4 (5.1)	3.63 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.85 (มาก)	

จากตารางที่ 34 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรู้ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.96) ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.95) ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และการแปลผล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	3.38	ปานกลาง
ปัจจัยภายในองค์กร	3.24	ปานกลาง
ปัจจัยระหว่างบุคคล	3.50	มาก
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	3.85	มาก

จากตารางที่ 35 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ อยู่ในระดับมาก เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยเฉพาะบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ย 3.50 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถามระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.38 และปัจจัยภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.24

ตารางที่ 36 ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจ ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ในระดับมาก ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อันดับที่	ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยที่มีอิทธิพล
1	ความรู้ความชำนาญทางด้านการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา	3.96 (มาก)	ปัจจัยเฉพาะบุคคล
2	ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง	3.95 (มาก)	ปัจจัยเฉพาะบุคคล
3	อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร)	3.89 (มาก)	ปัจจัยระหว่างบุคคล
4	ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ	3.63 (มาก)	ปัจจัยระหว่างบุคคล
5	การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	3.51 (มาก)	ปัจจัยสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 36 พบว่า ปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในระดับมาก เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความรู้ความชำนาญทางด้านการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา มีค่าเฉลี่ย 3.96 ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง มีค่าเฉลี่ย 3.95 อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) มีค่าเฉลี่ย 3.89 ความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย 3.51

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีอิทธิพล (N = 79)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สินค้ามีหลายขนาด	14 (17.7)	41 (51.9)	23 (29.1)	1 (1.3)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	6
สินค้ามีหลายรูปแบบ	12 (15.2)	46 (58.2)	20 (25.3)	1 (1.3)	0 (0.0)	4.25 (มาก)	1
สินค้ามีสี สัน ลวดลายที่หลากหลาย	12 (15.2)	42 (53.2)	23 (29.1)	2 (2.5)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	7
ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน	22 (27.8)	39 (49.4)	17 (21.5)	1 (1.3)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	4
สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง	28 (35.4)	36 (45.6)	13 (16.4)	1 (1.3)	1 (1.3)	4.12 (มาก)	3
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	35 (44.3)	29 (36.7)	14 (17.7)	1 (1.3)	0 (0.0)	4.24 (มาก)	2
มีการบริการหลังการขายที่ดี	23 (29.1)	34 (43.0)	19 (24.1)	3 (3.8)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	5
มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่	24 (30.4)	36 (45.6)	17 (21.5)	2 (2.5)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.99 (มาก)	

จากตารางที่ 37 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งปัจจัย

ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.24) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.12) ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งานและมีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.04 เท่ากัน) มีการบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.97) สินค้ามีหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.86) และสินค้ามีสีสัน ลวดลายที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภท ไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีอิทธิพล (N = 79)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า	14 (17.7)	46 (58.2)	19 (24.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94 (มาก)	6
สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	10 (12.7)	49 (62.0)	20 (25.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.87 (มาก)	7
ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	24 (30.3)	41 (51.9)	13 (16.5)	1 (1.3)	0 (0.0)	4.11 (มาก)	4
มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคา ล่วงหน้า	21 (26.6)	40 (50.6)	14 (17.7)	3 (3.8)	1 (1.3)	3.97 (มาก)	5
การให้ส่วนลด	51 (64.6)	22 (27.8)	3 (3.8)	2 (2.5)	1 (1.3)	4.52 (มากที่สุด)	1
การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ	48 (60.7)	23 (29.1)	6 (7.6)	1 (1.3)	1 (1.3)	4.47 (มาก)	2
การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึง สถานที่ใช้งานเพิ่ม	48 (60.8)	21 (26.6)	8 (10.1)	2 (2.5)	0 (0.0)	4.46 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						4.19 (มาก)	

จากตารางที่ 38 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.47) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.46) ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) ราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94) และสินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีอิทธิพล (N = 79)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสม หาได้ง่าย	14 (17.7)	36 (45.6)	27 (34.2)	2 (2.5)	0 (0.0)	3.78 (มาก)	7
ร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน	9 (11.4)	25 (31.6)	35 (44.3)	10 (12.7)	0 (0.0)	3.42 (ปานกลาง)	10
สถานที่จอดรถสะดวก	20 (25.3)	28 (35.4)	27 (34.2)	4 (5.1)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	6
ร้านค้าจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หาง่าย เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ	7 (8.9)	37 (46.8)	32 (40.5)	3 (3.8)	0 (0.0)	3.61 (มาก)	9
บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็น กันเอง	21 (26.6)	37 (46.8)	19 (24.1)	2 (2.5)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	5
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ ใช้งาน	35 (44.3)	31 (39.2)	12 (15.2)	1 (1.3)	0 (0.0)	4.27 (มาก)	2
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา	34 (43.0)	32 (40.5)	13 (16.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.27 (มาก)	2

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีอิทธิพล (N = 79)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ	35 (44.3)	32 (40.5)	12 (15.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.29 (มาก)	1
สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก	23 (29.1)	37 (46.8)	18 (22.8)	1 (1.3)	0 (0.0)	4.04 (มาก)	4
ร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย	18 (22.8)	25 (31.6)	32 (40.5)	3 (3.8)	1 (1.3)	3.71 (มาก)	8
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	32 (40.5)	33 (41.8)	14 (17.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.23 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.94 (มาก)	

จากตารางที่ 39 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมาได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และการจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.27) เท่ากัน มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.04) บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสม หาได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) ร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ร้านค้าจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หาง่าย เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ ร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีอิทธิพล (N = 79)					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ขาย	10 (12.7)	31 (39.2)	36 (45.6)	2 (2.5)	0 (0.0)	3.62 (มาก)	10
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไว้นิล	10 (12.7)	32 (40.5)	35 (44.3)	2 (2.5)	0 (0.0)	3.63 (มาก)	9
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	26 (32.9)	37 (46.9)	14 (17.7)	2 (2.5)	0 (0.0)	4.10 (มาก)	1
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	14 (17.7)	36 (45.6)	25 (31.6)	4 (5.1)	0 (0.0)	3.76 (มาก)	7
การส่งจดหมาย ไปปลิว แผ่นพับ แนะนำสินค้าและร้านค้า	14 (17.7)	30 (38.0)	30 (38.0)	4 (5.1)	1 (1.3)	3.66 (มาก)	8
มีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า	17 (21.5)	34 (43.1)	28 (35.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.86 (มาก)	4
ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน	27 (34.2)	31 (39.2)	20 (25.3)	1 (1.3)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	2
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้า สามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี	22 (27.8)	34 (43.1)	23 (29.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.99 (มาก)	3
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	15 (19.0)	38 (48.1)	25 (31.6)	0 (0.0)	1 (1.3)	3.84 (มาก)	5
ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน	13 (16.5)	37 (46.8)	27 (34.2)	2 (2.5)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.83 (มาก)	

จากตารางที่ 40 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (4.06) พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.77) การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.76) การส่งจดหมาย ใบปลิว แผ่นพับ แนะนำสินค้าและร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไว้นิล (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และการแปลผล ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.99	มาก	2
ปัจจัยด้านราคา	4.19	มาก	1
ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	3.94	มาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.83	มาก	4

จากตารางที่ 41 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับมาก เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.19 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.99 ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.94 และปัจจัยการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.83

ตารางที่ 42 ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝา
สังเคราะห์ 10 อันดับแรก

อันดับ ที่	ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนประสม การตลาด
1	การให้ส่วนลด	4.52	ด้านราคา
2	การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ	4.47	ด้านราคา
3	การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม	4.46	ด้านราคา
4	สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ	4.29	ด้านสถานที่
5	มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน	4.27	ด้านสถานที่
5	จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา	4.27	ด้านสถานที่
6	สินค้ามีหลายรูปแบบ	4.25	ด้านผลิตภัณฑ์
7	ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	4.24	ด้านผลิตภัณฑ์
8	มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.23	ด้านผลิตภัณฑ์
9	สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง	4.12	ด้านผลิตภัณฑ์
10	ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.11	ด้านราคา

จากตารางที่ 42 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมาได้แก่ การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.47) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.46) สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานและจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.27 เท่ากัน) สินค้ามีหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.12) และราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบในการซื้อไม้ฝ้าสังเคราะห์ ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อปรับปรุงไม้ฝ้าสังเคราะห์ และบริการของร้านค้าที่จำหน่ายไม้ฝ้าสังเคราะห์

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภท ไม้ฝ้าสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าไม่มีขนาดที่หลากหลาย	29	36.7
สินค้าไม่มีหลายรูปแบบให้เลือก	28	35.4
สินค้าไม่มีสี สัน ลวดลาย ที่หลากหลาย	27	34.2
ลักษณะของสินค้าไม่เหมาะสมกับการนำไปใช้งาน	11	13.9
สินค้าไม่ได้คุณภาพตามต้องการ ไม่มีมาตรฐานรับรอง	13	16.5
ยี่ห้อไม่มีชื่อเสียง ไม่เป็นที่ยอมรับ	2	2.5
บริการหลังการขายไม่ดี	20	25.3
ไม่มีการรับประกันสินค้า ร้านค้าไม่ยินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ เมื่อสินค้าชำรุด เสียหาย	22	27.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 79 ราย

จากตารางที่ 43 พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝ้าสังเคราะห์ 3 อันดับแรก คือ สินค้าไม่มีขนาดที่หลากหลาย ร้อยละ 36.7 รองลงมา ได้แก่ สินค้าไม่มีหลายรูปแบบให้เลือก ร้อยละ 35.4 และ สินค้าไม่มีสี สัน ลวดลายที่หลากหลาย ร้อยละ 34.2

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามปัญหาด้านราคา ในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	24	30.4
สินค้าไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก	19	24.1
ราคาสินค้าไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย	25	31.6
ไม่มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า	28	35.4
ร้านค้าไม่มีการให้ส่วนลด	23	29.1
ไม่มีการให้สินเชื่อ/ผ่านผ่อนชำระ	17	21.5
ร้านค้าคิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม	8	10.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 79 ราย

จากตารางที่ 44 พบว่า ปัญหาด้านราคา ในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาไม่มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า ร้อยละ 35.4 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้าไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ร้อยละ 31.6 และ ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 30.4

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม หาได้ยาก	6	7.6
ร้านค้าอยู่ไกลจากสถานที่ใช้งาน	11	13.9
สถานที่จอดรถไม่สะดวก	15	19.0
ร้านค้ามีการจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ หายาก ไม่สะดวกในการเลือกซื้อ	4	5.1
บรรยากาศร้านค้าไม่ดี ไม่มีความเป็นกันเอง	15	19.0
ไม่มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน	15	19.0
จัดส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา	27	34.2
สินค้าที่จัดส่งไม่ครบและไม่ตรงตามคำสั่งซื้อ	11	13.9
ติดต่อกับผู้จำหน่าย/ร้านค้า ได้ยาก	5	6.3
ร้านค้าไม่ได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย	2	2.5
สินค้าในร้านมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	25	31.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 79 ราย

จากตารางที่ 45 พบว่า ปัญหาด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ 3 อันดับแรก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา ร้อยละ 34.2 รองลงมา ได้แก่ สินค้าในร้านมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ร้อยละ 31.6 สถานที่จอดรถไม่สะดวก และบรรยากาศร้านค้าไม่ดี ไม่มีความเป็นกันเอง และไม่มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน ร้อยละ 19.0 เท่ากัน

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ในการซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝ้าสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ขายไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ	24	30.4
ไม่มีป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไว้นิล	9	11.4
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	36	45.6
ไม่มีการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	11	13.9
ไม่มีการส่งจดหมาย ใบปลิว แผ่นพับ แนะนำสินค้า และ ร้านค้า	10	12.7
ไม่มีแคตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า	9	11.4
พนักงานไม่เต็มใจให้บริการ	18	22.8
พนักงานไม่มีความรู้ในตัวสินค้า ไม่สามารถสื่อสารหรือ อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี	17	21.5
ร้านค้ามีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ	1	1.3
พนักงานไม่มีความเป็นมืออาชีพ	9	11.4

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 79 ราย

จากตารางที่ 46 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภท ไม้ฝ้าสังเคราะห์ 3 อันดับแรก คือ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ร้อยละ 45.6 รองลงมา ได้แก่ ผู้ขายไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ร้อยละ 30.4 พนักงานไม่เต็มใจให้บริการ ร้อยละ 22.8

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ 10 อันดับแรก

อันดับ ที่	ปัญหาในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์	ร้อยละ	ปัจจัยส่วนประสม การตลาด
1	ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	45.6	ด้านการส่งเสริม การตลาด
2	สินค้าไม่มีขนาดที่หลากหลาย	36.7	ด้านผลิตภัณฑ์
3	สินค้าไม่มีหลายรูปแบบให้เลือก	35.4	ด้านผลิตภัณฑ์
3	ไม่มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า	35.4	ด้านราคา
4	สินค้าไม่มีสี สัน ลวดลาย ที่หลากหลาย	34.2	ด้านผลิตภัณฑ์
4	จัดส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา	34.2	ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัด จำหน่าย
5	สินค้าในร้านมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ	31.6	ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัด จำหน่าย
5	ราคาสินค้าไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย	31.6	ด้านราคา
6	ผู้ขายไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ	30.4	ด้านการส่งเสริม การตลาด
6	ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ	30.4	ด้านราคา
7	ร้านค้าไม่มีการให้ส่วนลด	29.1	ด้านราคา
8	ไม่มีการรับประกันสินค้า ร้านค้าไม่ยินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ เมื่อสินค้าชำรุดเสียหาย	27.8	ด้านผลิตภัณฑ์
9	บริการหลังการขายไม่ดี	25.3	ด้านผลิตภัณฑ์
10	สินค้าไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก	24.1	ด้านราคา

จากตารางที่ 47 พบว่า ปัญหาในการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ร้อยละ 45.6) รองลงมา ได้แก่ สินค้าไม่มีขนาดที่หลากหลาย (ร้อยละ 36.7) สินค้าไม่มีหลายรูปแบบให้เลือกและไม่มีการ

แจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า (ร้อยละ 35.4 เท่ากัน) สินค้าไม่มีสีสัน ลวดลายที่หลากหลาย และจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา (ร้อยละ 34.2 เท่ากัน) สินค้าในร้านมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการและราคาสินค้าไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย (ร้อยละ 31.6 เท่ากัน) ผู้ขายไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทททัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ และ ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ (ร้อยละ 30.4 เท่ากัน) ร้านค้าไม่มีการให้ส่วนลด (ร้อยละ 29.1) ไม่มีการรับประกันสินค้า ร้านค้าไม่ยินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ เมื่อสินค้าชำรุดเสียหาย (ร้อยละ 27.8) บริการหลังการขายไม่ดี (ร้อยละ 25.3) และสินค้าไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก (ร้อยละ 24.1)

นอกจากปัญหาข้างต้นแล้วยังพบว่า ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ประสบปัญหา ดังนี้

1. ร้านค้ามีในขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าล่าช้า
2. หลังจากที่ชำระเงินค่าสินค้าไปแล้ว ได้รับใบเสร็จรับเงินช้า
3. พนักงานจัดสินค้าที่จะส่งให้แก่ลูกค้าไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทำให้จัดของไม่ตรงใบสั่งซื้อ
4. หากสินค้าภายในร้านค้าหมด บริการการจัดส่งสินค้าก็จะช้ามาก

ส่วนที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าธุรกิจ ที่มีต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ต่อลักษณะทางธุรกิจของสถานประกอบการ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าธุรกิจ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	ระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง				
	ไม่เกิน 4 ปี (n = 18)	4 - 7 ปี (n = 30)	8 - 12 ปี (n = 15)	มากกว่า 12 ปี (n = 16)	ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.56 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	3.61 (มาก)	3.57 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ภาวะการแข่งขัน	3.50 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อ สังคม/ สิ่งแวดล้อม	3.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	3.44 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยสิ่งแวดล้อม	3.52 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่

การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.61) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน(ค่าเฉลี่ย 3.33) ภาวะการแข่งขันและการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.57) ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.47) และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 8 – 12 ปี เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.47 เท่ากัน) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.33) และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 12 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง(ค่าเฉลี่ย 3.28) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.44) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.31) และภาวะการแข่งขันและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 3.25 เท่ากัน)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยภายในองค์กร	ระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง				ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ไม่เกิน 4 ปี (n = 18)	4 - 7 ปี (n = 30)	8 - 12 ปี (n = 15)	มากกว่า 12 ปี (n = 16)	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ	3.94 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ	3.78 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ	3.78 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยภายในองค์กร	3.83 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้างไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.94) โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการและขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.78 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ และโครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.06 เท่ากัน) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 8 – 12 ปี เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.33 เท่ากัน) และ โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.20) ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 12 ปี ขึ้น เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ และ โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.06 เท่ากัน) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 2.93)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยระหว่างบุคคล	ระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง				
	ไม่เกิน 4 ปี (n = 18)	4 - 7 ปี (n = 30)	8 - 12 ปี (n = 15)	มากกว่า 12 ปี (n = 16)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)
ความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า	3.27 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การชักชวนของผู้ขายสินค้า	2.89 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยระหว่างบุคคล	3.31 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้างไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 8 – 12 ปี เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.33) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 12 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.38) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง				ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ไม่เกิน 4 ปี (n = 18) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	4 - 7 ปี (n = 30) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	8 - 12 ปี (n = 15) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	มากกว่า 12 ปี (n = 16) ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง	3.56 (มาก)	4.03 (มาก)	4.27 (มาก)	3.94 (มาก)	3.95 (มาก)
ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา	3.44 (ปานกลาง)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)
ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ	3.38 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยเฉพาะบุคคล	3.46 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	4.18 (มาก)	3.83 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านเฉพาะบุคคล จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้างไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.56) ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.44) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและ

การศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 4.13) ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 8 – 12 ปี เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.27 เท่ากัน) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 12 ปี ขึ้น เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.94 เท่ากัน) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามจำนวน โครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	จำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	1 - 5 โครงการ (n = 44)	6 - 10 โครงการ (n = 19)	11 - 15 โครงการ (n = 10)	มากกว่า 15 โครงการ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.34 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	3.46 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)
ภาวะการแข่งขัน	3.41 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.43 (มาก)
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม	3.29 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	3.20 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยสิ่งแวดล้อม	3.34 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 52 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามจำนวน โครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 1 - 5 โครงการ เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การ

เปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.46) ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.41) และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 6 - 10 โครงการ เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.68) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.47) ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 11 - 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ภาวะการแข่งขัน และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน) และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.00) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.66) และภาวะการแข่งขันและการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยภายในองค์กร	จำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	1 - 5 โครงการ (n = 44)	6 - 10 โครงการ (n = 19)	11 - 15 โครงการ (n = 10)	มากกว่า 15 โครงการ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
วัตถุประสงค์และนโยบาย ของกิจการ	3.27 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
โครงสร้างและการจัดการ ภายในกิจการ	3.22 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อ ภายในกิจการ	3.11 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยภายใน องค์กร	3.20 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 53 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 1 - 5 เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.27) โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.22) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 6 - 10 โครงการ เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.37) และวัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.32 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 11 – 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และวัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ(ค่าเฉลี่ย 3.30 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.16) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และโครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 2.83 เท่ากัน)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยระหว่างบุคคล	จำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	1 - 5 โครงการ (n = 44)	6 - 10 โครงการ (n = 19)	11 - 15 โครงการ (n = 10)	มากกว่า 15 โครงการ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
อำนาจการตัดสินใจของ ลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของ โครงการบ้านจัดสรร)	3.86 (มาก)	4.16 (มาก)	3.60 (มาก)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)
ความสัมพันธ์กันระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า	3.36 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การชักชวนของผู้ขาย สินค้า	3.13 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัย ระหว่างบุคคล	3.45 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 54 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 1 - 5 โครงการ เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.86) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 6 - 10 โครงการ เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 11 – 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.60) และความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.16) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยเฉพาะบุคคล	จำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	1 - 5 โครงการ (n = 44)	6 - 10 โครงการ (n = 19)	11 - 15 โครงการ (n = 10)	มากกว่า 15 โครงการ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง	3.93 (มาก)	4.26 (มาก)	3.50 (มาก)	3.83 (มาก)	3.95 (มาก)
ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)	3.60 (มาก)	3.83 (มาก)	3.96 (มาก)
ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ	3.57 (มาก)	3.79 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยเฉพาะบุคคล	3.82 (มาก)	4.07 (มาก)	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 55 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 1 - 5 โครงการ เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 6 - 10 โครงการ เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 4.16) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 11 - 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.60) ประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.50) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง และความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ				
	ไม่เกิน 500,000 บาท (n = 17)	500,001 - 1,000,000 บาท (n = 21)	1,000,001 - 5,000,000 บาท (n = 22)	5,000,001 บาท ขึ้นไป (n = 19)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.18 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	3.41 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.51 (มาก)
ภาวะการแข่งขัน	3.23 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม	3.06 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	3.18 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัย สิ่งแวดล้อม	3.68 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 56 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการไม่เกิน 500,000 บาท เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.41) ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.23) และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 500,001 - 1,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.43) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.38 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 1,000,001 - 5,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.41) การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.40) และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 5,000,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.84) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.74 เท่ากัน) และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยภายในองค์กร	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ				
	ไม่เกิน 500,000 บาท (n = 17)	500,001 - 1,000,000 บาท (n = 21)	1,000,001 - 5,000,000 บาท (n = 22)	5,000,001 บาท ขึ้นไป (n = 19)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
วัตถุประสงค์และนโยบาย ของกิจการ	3.05 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
โครงสร้างและการจัดการ ภายในกิจการ	3.17 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อ ภายในกิจการ	2.94 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยภายใน องค์กร	3.03 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 57 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการไม่เกิน 500,000 บาท เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.17) วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.05) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 500,001 - 1,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.23) โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.09) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 1,000,0001 - 5,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.22) โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.18) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 5,000,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และโครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.63 เท่ากัน)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยระหว่างบุคคล	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 500,000 บาท (n = 17)	500,001 - 1,000,000 บาท (n = 21)	1,000,001 - 5,000,000 บาท (n = 22)	5,000,001 บาท ขึ้นไป (n = 19)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
อำนาจการตัดสินใจของ ลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของ โครงการบ้านจัดสรร)	4.06 (มาก)	4.24 (มาก)	3.55 (มาก)	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)
ความสัมพันธ์กันระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า	3.47 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การชักชวนของผู้ขาย สินค้า	3.24 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัย ระหว่างบุคคล	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 58 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการไม่เกิน 500,000 บาท เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 500,001 - 1,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 4.24) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.38) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 1,000,001 - 5,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.55) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 5,000,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.26) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยเฉพาะบุคคล	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ				
	ไม่เกิน 500,000 บาท (n = 17)	500,001 - 1,000,000 บาท (n = 21)	1,000,001 - 5,000,000 บาท (n = 22)	5,000,001 บาท ขึ้นไป (n = 19)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง	3.88 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.95 (มาก)
ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา	3.94 (มาก)	4.43 (มาก)	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)	3.96 (มาก)
ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ	3.70 (มาก)	3.90 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยเฉพาะบุคคล	3.84 (มาก)	4.29 (มาก)	3.60 (มาก)	3.65 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 59 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลจำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ ไม่เกิน 500,000 บาท เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.94) ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.88) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 500,001 - 1,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับวัสดุ ก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.52) ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 4.43) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 1,000,0001 - 5,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการ ก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.77) ประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ย แต่ละโครงการ 5,000,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการ ก่อสร้าง และการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.68) และประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.63 เท่ากัน)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	งนก่อสร้าง บ้านพักที่อยู่ อาศัย (n=41)	งนก่อสร้าง อาคารพาณิชย์ (n=14)	งนที่ใช้ต่อเติม บ้าน/อาคาร พาณิชย์ (n=18)	งนตกแต่งบ้าน/ สถานที่ให้บริการ เพื่ออาคารพาณิชย์ (n=6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.44 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การเปลี่ยนแปลงของ เทคโนโลยี	3.59 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)
ภาวะการแข่งขัน	3.51 (มาก)	3.50 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
การตระหนักถึงความ รับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม	3.41 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	2.89 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	3.27 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัย สิ่งแวดล้อม	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของ

เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.59) ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.51) และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำไม้ฝาสั่งเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.57 เท่ากัน) ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.50) และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำไม้ฝาสั่งเคราะห์ไปใช้งานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญ เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.39) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.33) และภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำไม้ฝาสั่งเคราะห์ไปใช้งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ภาวะการแข่งขัน การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน) และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยภายในองค์กร	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	งนก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย (n=41)	งนก่อสร้างอาคารพาณิชย์ (n=14)	งนที่ใช้ต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ (n=18)	งนตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์ (n=6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ	3.41 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ	3.46 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ	3.39 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยภายในองค์กร	3.42 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 61 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.46) วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.36) โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.29) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีนำไม้ฝ้าสังเคราะห์ไปใช้งานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.87) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.06) และโครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 2.78 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีนำไม้ฝ้าสังเคราะห์ไปใช้งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.33) โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.17) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝ้าสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยระหว่างบุคคล	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝ้าสังเคราะห์ไปใช้งาน				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	งานก่อสร้าง บ้านพักที่อยู่อาศัย (n=41)	งานก่อสร้าง อาคารพาณิชย์ (n=14)	งานแก้ไขต่อเติม บ้านอาคารพาณิชย์ (n=18)	งานตกแต่งบ้าน/ สถานที่ให้บริการ เพื่อการพาณิชย์ (n=6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการ บ้านจัดสรร)	3.80 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)
ความสัมพันธ์กันระหว่าง ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า	3.34 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การชักชวนของผู้ขายสินค้า	3.09 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยระหว่าง บุคคล	3.59 (มาก)	3.74 (มาก)	3.57 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 62 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้แรงงานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำไม้ฝาสั่งเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.34) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีไม้ฝาสั่งเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีไม้ฝาสั่งเคราะห์ไปใช้งานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.22)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีไม้ฝาสั่งเคราะห์ไปใช้งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการค้าพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.17) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยเฉพาะบุคคล	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				
	งนก่อสร้าง บ้านพักที่อยู่อาศัย (n=41)	งนก่อสร้าง อาคารพาณิชย์ (n=14)	งนที่ ๒ ต่อเติม บ้าน/อาคารพาณิชย์ (n=18)	งนตกแต่งบ้าน/ สถานที่ให้บริการ เพื่ออาคารพาณิชย์ (n=6)	ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง	3.82 (มาก)	4.07 (มาก)	4.22 (มาก)	3.67 (มาก)	3.95 (มาก)
ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา	3.80 (มาก)	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)	3.67 (มาก)	3.96 (มาก)
ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ	3.51 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)	3.50 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยเฉพาะบุคคล	3.72 (มาก)	4.02 (มาก)	4.09 (มาก)	3.61 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 63 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.82) ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.80) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีแนวโน้มว่าไม่พึงพอใจจะไปใช้งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ ให้ความสำคัญระดับมาก เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 4.21) ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.07) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีแนวโน้มว่าไม่พึงพอใจจะไปใช้งานแก้ไขต่อเติมบ้านอาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง และความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 4.22 เท่ากัน) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีแนวโน้มว่าไม่พึงพอใจจะไปใช้งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการค้าพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซึ่งเท่ากัน ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง และความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.67) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจปัจจัยสิ่งแวดล้อม	ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	ไม้ฝา (n = 54)	ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ (n = 25)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.46 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	3.51 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ภาวะการแข่งขัน	3.43 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม	3.29 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	3.22 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยสิ่งแวดล้อม	3.38 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ ได้แก่ ไม้จริงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น

จากตารางที่ 64 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝา เห็นว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.51) ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) และภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามชื่อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ (ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น) เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.48 เท่ากัน) ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.44) และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยภายในองค์กร	ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	ไม้ฝา (n = 54)	ไม้ฝาสังเคราะห์ ประเภทอื่นๆ (n = 25)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ	3.28 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ	3.20 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ	3.11 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยภายในองค์กร	3.19 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น

จากตารางที่ 65 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชื่อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝา เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.19) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย

3.28) โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.20) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อไม้ผาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ (ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น) เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.40) โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.36) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามประเภทของไม้ผาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยระหว่างบุคคล	ประเภทของไม้ผาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	ไม้ผา (n = 54)	ไม้ผาสังเคราะห์ ประเภทอื่นๆ (n = 25)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของ โครงการบ้านจัดสรร)	3.83 (มาก)	4.04 (มาก)	3.89 (มาก)
ความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า	3.42 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การชักชวนของผู้ขายสินค้า	3.20 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยระหว่างบุคคล	3.48 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)

หมายเหตุ: ไม้ผาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น

จากตารางที่ 66 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามประเภทของไม้ผาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อไม้ผาสังเคราะห์ประเภทไม้ผา เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ปัจจัยย่อย

ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.83) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.42) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามชื่อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ(ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื่น) เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 4.04) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจปัจจัยเฉพาะบุคคล	ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	ไม้ฝา (n = 54)	ไม้ฝาสังเคราะห์ ประเภทอื่นๆ (n = 25)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)
ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษา ที่ได้เล่าเรียนมา	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	3.96 (มาก)
ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยเฉพาะบุคคล	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	3.85 (มาก)

หมายเหตุ: ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื่น

จากตารางที่ 67 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชื่อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝ่า เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง และความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 3.93 เท่ากัน) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามชื่อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ (ได้แก่ ไม้ชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น) เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.04) ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด			
	เมอร์รา (n = 41) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ซ้าง (n = 22) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	คอนวูด (n = 16) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ภาวะการแข่งขัน	3.39 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/ สิ่งแวดล้อม	3.34 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	3.15 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยสิ่งแวดล้อม	3.37 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 68 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝ้ายี่ห้อเมอร์รา เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.59) ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.39) และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝ้ายี่ห้อซ้าง เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก

ได้แก่ ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.55) การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.50) และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่อไม้ฝ้ายหื้อคอนวูด เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.63) ภาวะการแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝ้ายสังเคราะห์ที่ชื่อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจปัจจัยภายในองค์กร	ยี่ห้อของไม้ฝ้ายสังเคราะห์ที่ชื่อมากที่สุด			
	เมอรา (n = 41)	ข้าง (n = 22)	คอนวูด (n = 16)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ	3.24 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ	3.15 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	3.25 (ปานกลาง)
ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ	3.02 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยภายในองค์กร	3.13 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 69 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยภายในองค์กร จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝ้ายสังเคราะห์ที่ชื่อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ชื่อไม้ฝ้ายหื้อเมอรา เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.24)

โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.15) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝ้ายห่อข้าง เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ และโครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.31 เท่ากัน) และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝ้ายห่อคอนวูด เห็นว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 3.38) และโครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ค่าเฉลี่ย 2.44)

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝ้ายสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจปัจจัยระหว่างบุคคล	ยี่ห้อของไม้ฝ้ายสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด			
	เมอรา (n = 41)	ข้าง (n = 22)	คอนวูด (n = 16)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร)	3.90 (มาก)	3.77 (มาก)	4.06 (มาก)	3.89 (มาก)
ความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า	3.39 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
การชักชวนของผู้ขายสินค้า	3.20 (ปานกลาง)	3.18 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยระหว่างบุคคล	3.50 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 70 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝ้ายสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝ้ายห่อเมอร่า เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.90) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.39) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝ้ายห่อช้าง เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 3.77) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝ้ายห่อคอนวูด เห็นว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) และการชักชวนของผู้ขายสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีอิทธิพล ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ปัจจัยเฉพาะบุคคล	ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด			
	เมอร์ธา (n = 41)	ซ้าง (n = 22)	คอนวูด (n = 16)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง	3.97 (มาก)	3.64 (มาก)	4.31 (มาก)	3.94 (มาก)
ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	4.31 (มาก)	3.96 (มาก)
ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ	3.71 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมปัจจัยเฉพาะบุคคล	3.89 (มาก)	3.55 (มาก)	4.14 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 71 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝายี่ห้อเมอร์ธา เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (ค่าเฉลี่ย 4.00) ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝายี่ห้อซ้าง เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 3.64 เท่ากัน) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝ้ายห้อยคอนวูด เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (ค่าเฉลี่ย 4.31 เท่ากัน) และความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ส่วนที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝ้ายเคราะห์ ต่อลักษณะทางธุรกิจของสถานประกอบการ

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝ้ายเคราะห์ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง				
	ไม่เกิน 4 ปี (n = 18)	4-7 ปี (n = 30)	8-12 ปี (n = 15)	มากกว่า 12 ปี (n = 16)	ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้ามีหลายขนาด	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)	3.86 (มาก)
สินค้ามีหลายรูปแบบ	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)
สินค้ามีสี สัน ลวดลายที่ หลากหลาย	3.83 (มาก)	3.90 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)
ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับ การนำไปใช้งาน	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการ และมีมาตรฐานรับรอง	3.89 (มาก)	4.37 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	3.89 (มาก)	4.47 (มาก)	4.33 (มาก)	4.13 (มาก)	4.24 (มาก)

ตารางที่ 72 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 4 ปี (n = 18)	4-7 ปี (n = 30)	8-12 ปี (n = 15)	มากกว่า 12 ปี (n = 16)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการบริการหลังการขายที่ดี	3.72 (มาก)	4.23 (มาก)	4.07 (มาก)	3.69 (มาก)	3.97 (มาก)
มีการรับประกันสินค้า ร้านค้า ยินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่	3.83 (มาก)	4.13 (มาก)	4.33 (มาก)	3.81 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 (มาก)	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)	3.84 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 72 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้างไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีหลายขนาด และสินค้ามีหลายรูปแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.94) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง และยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 3.89 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.47) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.37) และมีการบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 8 – 12 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ และมีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน) ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) และสินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง และมีการบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 12 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระยะเวลาทำงานเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 4 ปี (n = 18)	4-7 ปี (n = 30)	8-12 ปี (n = 15)	มากกว่า 12 ปี (n = 16)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	3.73 (มาก)	4.19 (มาก)	3.94 (มาก)
สินค้านี้มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาสินค้าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.94 (มาก)	4.17 (มาก)	4.07 (มาก)	4.25 (มาก)	4.11 (มาก)
มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
การให้ส่วนลด	4.44 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.44 (มาก)	4.52 (มาก)
การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ	4.44 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.47 (มาก)
การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม	4.33 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.46 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11 (มาก)	4.25 (มาก)	4.14 (มาก)	4.22 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 73 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้างไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด

และการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ(ค่าเฉลี่ย 4.44 เท่ากัน) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.33) และราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า และราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.94 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.67) การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.53 เท่ากัน) และราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 8 – 12 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.53 เท่ากัน) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.40) ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 12 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.44) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง				
	ไม่เกิน 4 ปี (n = 18)	4-7 ปี (n = 30)	8-12 ปี (n = 15)	มากกว่า 12 ปี (n = 16)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสมหาได้ง่าย	3.66 (มาก)	3.97 (มาก)	3.67 (มาก)	3.69 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน	3.22 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.38 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก	3.50 (มาก)	3.96 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)	3.81 (มาก)
ร้านค้าจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาได้ง่ายเพื่อสะดวก ในการเลือกซื้อ	3.89 (มาก)	3.70 (มาก)	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)	3.61 (มาก)
บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง	3.78 (มาก)	4.23 (มาก)	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)	3.97 (มาก)
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน	4.11 (มาก)	4.47 (มาก)	4.20 (มาก)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา	4.17 (มาก)	4.37 (มาก)	4.40 (มาก)	4.06 (มาก)	4.27 (มาก)
สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ	4.33 (มาก)	4.40 (มาก)	4.27 (มาก)	4.06 (มาก)	4.29 (มาก)
สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสาร ได้สะดวก	4.06 (มาก)	3.93 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
ร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.28 (มาก)	4.37 (มาก)	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 74 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา(ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.47) สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ(ค่าเฉลี่ย 4.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 8 – 12 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.40) สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก(ค่าเฉลี่ย 4.27 เท่ากัน) และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 12 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.13) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.06 เท่ากัน) และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 4 ปี (n = 18)	4-7 ปี (n = 30)	8-12 ปี (n = 15)	มากกว่า 12 ปี (n = 16)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ขาย	3.78 (มาก)	3.60 (มาก)	3.53 (มาก)	3.56 (มาก)	3.62 (มาก)
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไว้นิล	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)	4.07 (มาก)	3.87 (มาก)	4.10 (มาก)
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)
การส่งจดหมาย ไปปลิว แผ่นพับ แนะนำสินค้าและร้านค้า	3.83 (มาก)	3.60 (มาก)	3.87 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
มีแคตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	4.07 (มาก)	3.81 (มาก)	3.86 (มาก)
ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน	3.83 (มาก)	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)	3.94 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้า สามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี	3.83 (มาก)	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)	3.99 (มาก)
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.67 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)
ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน	3.50 (มาก)	3.90 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.90 (มาก)	3.74 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 75 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.17) การส่งจดหมาย ไปปลิว แผ่นพับ แนะนำสินค้า และร้านค้า และความเต็มใจให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้า สามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน) และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ขาย และมีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20 เท่ากัน) พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.07) และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 8 – 12 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.20) การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และมีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากัน) และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 12 ปี ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.94 เท่ากัน) การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า และภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.81 เท่ากัน)

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	1 - 5 โครงการ (n = 44)	6 - 10 โครงการ (n = 19)	11 - 15 โครงการ (n = 10)	มากกว่า 15 โครงการ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้ามีหลายขนาด	4.00 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)
สินค้ามีหลายรูปแบบ	3.97 (มาก)	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)
สินค้ามีสี สัน ลวดลายที่หลากหลาย	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)
ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	3.90 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.04 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง	4.18 (มาก)	4.32 (มาก)	3.70 (มาก)	3.83 (มาก)	4.13 (มาก)
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	4.29 (มาก)	4.47 (มาก)	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)	4.24 (มาก)
มีการบริการหลังการขายที่ดี	3.95 (มาก)	4.26 (มาก)	3.80 (มาก)	3.50 (มาก)	3.97 (มาก)
มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่	4.02 (มาก)	4.26 (มาก)	3.70 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.03 (มาก)	4.05 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 76 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 1 - 5 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.29) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.18 เท่ากัน) และมีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 6 - 10 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.47) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.32) และมีการบริการหลังการขายที่ดี และมีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.26 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 11 - 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ และมีการบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.80 เท่ากัน) และสินค้ามีหลายขนาด และสินค้ามีหลายรูปแบบ และสินค้ามีสี สัน ลวดลายที่หลากหลาย และสินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง และมีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.70 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมวกก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.50) มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และสินค้ามีหลายขนาด และสินค้ามีหลายรูปแบบ และสินค้ามีสี สัน ลวดลายที่หลากหลาย และสินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง และยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน)

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	จำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	1 - 5 โครงการ (n = 44)	6 - 10 โครงการ (n = 19)	11 - 15 โครงการ (n = 10)	มากกว่า 15 โครงการ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคามีให้เลือกตามคุณภาพของ สินค้า	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.94 (มาก)
สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	3.90 (มาก)	3.95 (มาก)	3.70 (มาก)	3.67 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลง บ่อย	4.15 (มาก)	4.21 (มาก)	3.90 (มาก)	3.83 (มาก)	4.11 (มาก)
มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคา ล่วงหน้า	3.98 (มาก)	4.16 (มาก)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	3.97 (มาก)
การให้ส่วนลด	4.57 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	3.83 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ	4.43 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึง สถานที่ใช้งานเพิ่ม	4.45 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.33 (มาก)	4.46 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21 (มาก)	4.32 (มาก)	4.03 (มาก)	3.93 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 77 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านราคา จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้าง เฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้าง เฉลี่ยต่อปี 1 - 5 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก

(ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.57) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.45) และการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 6 - 10 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.73) การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.63) และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 11 - 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด และการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.30 เท่ากัน) ราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า และราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 3.90 เท่ากัน) และมีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.50) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.33) และราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย และการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน)

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	1 - 5 โครงการ (n = 44)	6 - 10 โครงการ (n = 19)	11 - 15 โครงการ (n = 10)	มากกว่า 15 โครงการ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสม หาได้ง่าย	3.81 (มาก)	3.68 (มาก)	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.50 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก	3.77 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.81 (มาก)
ร้านค้าจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ ง่ายเพื่อสะดวก ในการเลือกซื้อ	3.47 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	3.50 (มาก)	3.60 (มาก)
บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	4.20 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน	4.23 (มาก)	4.32 (มาก)	4.20 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา	4.20 (มาก)	4.32 (มาก)	4.20 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)
สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ	4.25 (มาก)	4.32 (มาก)	4.30 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)
สามารถติดต่อบริษัทจำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อบริษัท โทรศัพท์ โทรสาร ได้สะดวก	3.90 (มาก)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.04 (มาก)
ร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย	3.63 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	3.17 (มาก)	3.71 (มาก)
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.30 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 78 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 1 - 5 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.23) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 6 - 10 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.32 เท่ากัน) มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 11 - 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.30 เท่ากัน) บรรยายการร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.20 เท่ากัน) และร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 15 โครงการ ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.67) มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทาง

โทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน) และสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	1 - 5 โครงการ (n = 44)	6 - 10 โครงการ (n = 19)	11 - 15 โครงการ (n = 10)	มากกว่า 15 โครงการ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ขาย	3.59 (มาก)	3.73 (มาก)	3.70 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวเนล	3.61 (ปานกลาง)	3.68 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.50 (มาก)	3.63 (มาก)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	4.16 (มาก)	4.16 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.76 (มาก)
การส่งจดหมาย ไปปลิว แผ่นพับ แนะนำสินค้าและร้านค้า	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)
มีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า	3.93 (มาก)	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	4.16 (มาก)	3.86 (มาก)
ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน	4.02 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี	3.95 (มาก)	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)	3.99 (มาก)
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.75 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	3.84 (มาก)

ตารางที่ 79 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี				
	1 - 5 โครงการ (n = 44)	6 - 10 โครงการ (n = 19)	11 - 15 โครงการ (n = 10)	มากกว่า 15 โครงการ (n = 6)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 79 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 1 - 5 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.16) ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02) พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 6 - 10 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.89) ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี 11 - 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก

(ค่าเฉลี่ย 3.78) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ และภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ขายและป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไว้นิล และมีแคตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.70 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 15 โครงการ โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีแคตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และการส่งจดหมายใบปลิว แผ่นพับ แนะนำสินค้าและร้านค้า และความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝ้าตั้งกระเบื้อง จำแนกตามมูลค่างานรับหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มูลค่างานรับหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 500,000 บาท (n = 17)	500,001 - 1,000,000 บาท (n = 21)	1,000,001 - 5,000,000 บาท (n = 22)	5,000,001 บาท ขึ้นไป (n = 19)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้ามีหลายขนาด	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.62 (มาก)	3.86 (มาก)
สินค้ามีหลายรูปแบบ	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.74 (มาก)	3.87 (มาก)
สินค้ามีสีสันทัดหลายที่หลากหลาย	3.65 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)
ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)

ตารางที่ 80 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 500,000 บาท (n = 17)	500,001 - 1,000,000 บาท (n = 21)	1,000,001 - 5,000,000 บาท (n = 22)	5,000,001 บาท ขึ้นไป (n = 19)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง	4.06 (มาก)	4.33 (มาก)	3.91 (มาก)	4.21 (มาก)	4.13 (มาก)
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	4.00 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	4.11 (มาก)	4.24 (มาก)
มีการบริการหลังการขายที่ดี	3.71 (มาก)	4.24 (มาก)	4.00 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)
มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่	3.82 (มาก)	4.33 (มาก)	4.09 (มาก)	3.84 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)	4.22 (มาก)	3.97 (มาก)	3.89 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 80 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการไม่เกิน 500,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.06) ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน และยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) และสินค้ามีหลายขนาด และสินค้ามีหลายรูปแบบ และการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.82 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 500,001 - 1,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.57) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการ และมีมาตรฐานรับรอง และการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.33 เท่ากัน) และลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 1,000,0001 - 5,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีการบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 5,000,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.21) ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และมีการบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.89)

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละ โครงการ ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ				
	ไม่เกิน 500,000 บาท (n = 17)	500,001 - 1,000,000 บาท (n = 21)	1,000,001 - 5,000,000 บาท (n = 22)	5,000,001 บาท ขึ้นไป (n = 19)	ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	3.84 (มาก)	3.94 (มาก)
สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	3.82 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)	4.16 (มาก)	4.11 (มาก)
มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า	3.82 (มาก)	4.09 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
การให้ส่วนลด	4.47 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)
การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ	4.35 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.47 (มาก)	4.47 (มาก)
การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึง สถานที่ใช้งานเพิ่ม	4.29 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)	4.26 (มาก)	4.45 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.12 (มาก)	4.31 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 81 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านราคา จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละ โครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละ โครงการ ไม่เกิน 500,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับ

มาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.47) การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.35) และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 500,001 - 1,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.76) การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.71) และการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 1,000,001 - 5,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.50) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.45) และ การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 5,000,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด และการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.47 เท่ากัน) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.26) และราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ				
	ไม่เกิน 500,000บาท (n= 17)	500,001 - 1,000,000บาท (n= 21)	1,000,001 - 5,000,000บาท (n= 22)	5,000,001 บาท ขึ้นไป (n=19)	ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสม หาได้ง่าย	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน	3.76 (มาก)	3.26 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก	3.94 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)
ร้านค้าจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หาง่าย เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.64 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง	4.11 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน	4.35 (มาก)	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)	4.21 (มาก)	4.27 (มาก)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา	4.29 (มาก)	4.24 (มาก)	4.18 (มาก)	4.37 (มาก)	4.27 (มาก)
สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ	4.24 (มาก)	4.14 (มาก)	4.27 (มาก)	4.53 (มาก)	4.29 (มาก)
สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่นติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)	3.91 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)
ร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)	3.53 (มาก)	3.71 (มาก)
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	3.24 (มาก)	4.24 (มาก)	4.09 (มาก)	4.37 (มาก)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 82 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ไม่เกิน 500,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.35) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.29) และ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 500,001 - 1,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.24 เท่ากัน) สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวกเช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 1,000,001 - 5,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.27 เท่ากัน) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 5,000,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.53) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.37 เท่ากัน) และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ตารางที่ 83 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 500,000 บาท (n = 17)	500,001 - 1,000,000 บาท (n = 21)	1,000,001 - 5,000,000 บาท (n = 22)	5,000,001 บาท ขึ้นไป (n = 19)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ขาย	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.74 (มาก)	3.62 (มาก)
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวนิล	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (ปานกลาง)	3.63 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	4.12 (มาก)	4.09 (มาก)	3.90 (มาก)	4.32 (มาก)	4.10 (มาก)
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	3.76 (มาก)	4.05 (มาก)	3.68 (มาก)	3.53 (มาก)	3.76 (มาก)
การส่งจดหมาย ไปปลิวแผ่นพับแนะนำสินค้า และร้านค้า	3.47 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)	3.89 (มาก)	3.66 (มาก)
มีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า	3.76 (มาก)	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	3.86 (มาก)
ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน	3.94 (มาก)	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี	3.88 (มาก)	4.05 (มาก)	3.91 (มาก)	4.11 (มาก)	3.99 (มาก)
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)	3.68 (มาก)	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)
ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)	3.68 (มาก)	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 83 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ไม่เกิน 500,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.12) ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.94) และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 500,001 - 1,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.09) และการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.05 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 1,000,001 - 5,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.91 เท่ากัน) และการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 5,000,001 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.32) พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) และความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	งนก่อสร้าง บ้านพักที่อยู่อาศัย (n= 41)	งนก่อสร้าง อาคารพาณิชย์ (n= 14)	งนที่ ใต้ออติม บ้าน/อาคาร พาณิชย์ (n= 18)	งนตกแต่งบ้าน/ สถานที่ให้บริการ เพื่ออาคารพาณิชย์ (n= 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้ามีหลายขนาด	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)
สินค้ามีหลายรูปแบบ	3.95 (มาก)	3.79 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.87 (มาก)
สินค้ามีสีสัน หลดหลายที่ หลากหลาย	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)	3.72 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)
ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับ การนำไปใช้งาน	4.05 (มาก)	4.07 (มาก)	4.11 (มาก)	3.67 (มาก)	4.04 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการ และมีมาตรฐานรับรอง	4.12 (มาก)	4.43 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.13 (มาก)
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	4.32 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.06 (มาก)	3.67 (มาก)	4.24 (มาก)
มีการบริการหลังการขายที่ดี	4.05 (มาก)	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.97 (มาก)
มีการรับประกันสินค้า รันค้า ยินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.22 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)	3.58 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 84 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้โรงงานไปใช้งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัยเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.32) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้โรงงานอาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.50) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.43) และลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน และมีการบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ในงานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.22 เท่ากัน) ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการค้าพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 3.83) สินค้ามีหลายขนาด และสินค้ามีหลายรูปแบบ และสินค้ามีสีสัน ลวดลายที่หลากหลาย ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน และยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 3.67 เท่ากัน) และมีบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	งนก่อสร้าง บ้านพักที่อยู่อาศัย (n= 41)	งนก่อสร้าง อาคารพาณิชย์ (n= 14)	งนที่ ไซต่อติม บ้าน/อาคาร พาณิชย์ (n= 18)	งนตกแต่งบ้าน/ สถานที่ให้บริการ เพื่ออาคารพาณิชย์ (n= 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	3.94 (มาก)
สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	3.98 (มาก)	3.64 (มาก)	3.83 (มาก)	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาสินค้าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.17 (มาก)	4.14 (มาก)	3.94 (มาก)	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)
มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)
การให้ส่วนลด	4.56 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ	4.41 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)
การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม	4.46 (มาก)	4.36 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.45 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.24 (มาก)	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 85 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านราคา จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับ

มาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.56) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.46) และการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.57) การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.50) และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้ในงานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.56) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.50) และการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด และการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.50 เท่ากัน) ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 4.17) และราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า และสินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก และมีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า (ค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน)

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				
	งนก่อสร้าง บ้านพักที่อยู่ อาศัย (n = 41)	งนก่อสร้าง อาคารพาณิชย์ (n = 14)	งนที่ ไซต่อติม บ้าน/อาคาร พาณิชย์ (n = 18)	งนตกแต่งบ้าน/ สถานที่ให้บริการ เพื่ออาคารพาณิชย์ (n = 6)	ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสมหาได้ง่าย	3.66 (มาก)	3.79 (มาก)	4.11 (มาก)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน	3.32 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก	3.68 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)
ร้านค้าจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ ง่าย เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ	3.54 (มาก)	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)
บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง	3.98 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน	4.24 (มาก)	4.21 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)	4.27 (มาก)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา	4.26 (มาก)	4.14 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)	4.27 (มาก)
สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ	4.39 (มาก)	4.14 (มาก)	4.28 (มาก)	4.00 (มาก)	4.29 (มาก)
สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก	4.05 (มาก)	4.14 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	4.04 (มาก)
ร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)

ตารางที่ 86 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	งนก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย (n = 41)	งนก่อสร้างอาคารพาณิชย์ (n = 14)	งนที่ใช้ต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ (n = 18)	งนตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่ออาคารพาณิชย์ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.26 (มาก)	4.14 (มาก)	4.33 (มาก)	3.83 (มาก)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)	3.77 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 86 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.39) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.26 เท่ากัน) และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.21) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก

และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.14 เท่ากัน) และสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำมาไม่ฝ่าสังเคราะห์ไปใช้ในงานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.44) มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำมาไม่ฝ่าสังเคราะห์ไปใช้งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) สถานที่จอดรถสะดวก สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน) และร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสม และร้านค้าจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ ง่าย เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	งานก่อสร้าง บ้านพักที่อยู่อาศัย (n = 41)	งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ (n = 14)	งานแก้ไขต่อเติมบ้านอาคารพาณิชย์ (n = 18)	งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์ (n = 6)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ขาย	3.65 (มาก)	3.50 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)	3.62 (มาก)
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวเนล	3.63 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)	3.63 (มาก)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.28 (มาก)	3.83 (มาก)	4.10 (มาก)
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	3.73 (มาก)	3.64 (มาก)	4.06 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
การส่งจดหมาย ใบปลิว แผ่นพับ แนะนำสินค้าและร้านค้า	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.78 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
มีแคตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)
ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน	4.00 (มาก)	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสารอธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.70 (มาก)	3.93 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	3.84 (มาก)
ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน	3.65 (มาก)	3.93 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 87 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัยเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.07 เท่ากัน) การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ และภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.93 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้ในงานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.28) ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) และการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน และมีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์ เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวนิล และมีแคตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน) และมีการส่งเสริมการขาย มีแคตาล็อก มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ และภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.83 เท่ากัน)

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	ไม้ฝา (n = 54)	ไม้ฝาสังเคราะห์ ประเภทอื่นๆ (n = 25)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้ามีหลายขนาด	3.92 (มาก)	3.72 (มาก)	3.86 (มาก)
สินค้ามีหลายรูปแบบ	3.92 (มาก)	3.76 (มาก)	3.87 (มาก)
สินค้ามีสีสันทน ทนแดดที่หลากหลาย	3.91 (มาก)	3.60 (มาก)	3.81 (มาก)
ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง	4.13 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)	4.24 (มาก)
มีการบริการหลังการขายที่ดี	4.07 (มาก)	3.76 (มาก)	3.97 (มาก)
มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่	4.15 (มาก)	3.80 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.06 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)

หมายเหตุ: ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ ได้แก่ ไม้จริงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น

จากตารางที่ 88 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อ มากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝามากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และสินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆมากที่สุด (ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น) เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.16) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.12) และลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	ไม้ฝา (n = 54)	ไม้ฝาสังเคราะห์ ประเภทอื่นๆ (n = 25)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)
สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	3.91 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.06 (มาก)	4.24 (มาก)	4.11 (มาก)
มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)

ตารางที่ 89 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	ไม้ฝา (n = 54)	ไม้ฝาสังเคราะห์ ประเภทอื่นๆ (n = 25)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การให้ส่วนลด	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ	4.46 (มาก)	4.48 (มาก)	4.47 (มาก)
การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม	4.52 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)

หมายเหตุ: ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น

จากตารางที่ 89 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านราคา จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อ มากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝามากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยย่อยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.52) การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.50) และการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆมากที่สุด (ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น) เห็นว่าปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.56) การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.48) และการไม่คิด ค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.32)

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	ไม้ฝา (n = 54)	ไม้ฝาสังเคราะห์ ประเภทอื่นๆ (n = 25)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสม หาได้ง่าย	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน	3.38 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก	3.74 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)
ร้านค้าจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หาง่าย เพื่อสะดวก ในการเลือกซื้อ	3.52 (มาก)	3.80 (มาก)	3.61 (มาก)
บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง	3.94 (มาก)	4.04 (มาก)	3.97 (มาก)
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)
สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ	4.28 (มาก)	4.32 (มาก)	4.29 (มาก)
สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อกทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก	4.01 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)
ร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย	3.81 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.27 (มาก)	4.12 (มาก)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)

หมายเหตุ: ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น

จากตารางที่ 90 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝามากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.28 เท่ากัน) มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝาน้อยกว่ามากที่สุด (ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น) เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.24 เท่ากัน) และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตารางที่ 91 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	ไม้ฝา (n = 54)	ไม้ฝา สังเคราะห์ ประเภทอื่นๆ (n = 25)	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ขาย	3.57 (มาก)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวเนล	3.56 (มาก)	3.80 (มาก)	3.63 (มาก)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)
การส่งจดหมาย ใบปลิว แผ่นพับ แนะนำสินค้าและร้านค้า	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)
มีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)
ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี	3.88 (มาก)	4.20 (มาก)	3.99 (มาก)
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)
ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน	3.72 (มาก)	3.88 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)

หมายเหตุ: ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆ ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น

จากตารางที่ 91 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝามากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่นๆมากที่สุด (ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น) เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.20 เท่ากัน) มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด			
	เมอร์ธา (n = 41)	ซ้าง (n = 22)	คอนวูด (n = 16)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้ามีหลายขนาด	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.69 (มาก)	69 (มาก)
สินค้ามีหลายรูปแบบ	3.93 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)
สินค้ามีสีสันทน ทนแดดทนน้ำ	3.83 (มาก)	3.91 (มาก)	3.63 (มาก)	3.81 (มาก)
ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	4.04 (มาก)
สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง	4.07 (มาก)	4.32 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	4.12 (มาก)	4.45 (มาก)	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)
มีการบริการหลังการขายที่ดี	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)
มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่	4.02 (มาก)	3.91 (มาก)	4.25 (มาก)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99 (มาก)	4.04 (มาก)	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 92 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.99

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อเมอร์ธามากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัจจัย

ย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการ และมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อช้างมากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (ค่าเฉลี่ย 4.45) สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.32) และลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน และมีการบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อคอนวูดมากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ และมีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.25 เท่ากัน) มีการบริการหลังการขายที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.06) และสินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการ และมีมาตรฐานรับรอง (ค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน)

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบ แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด			
	เมอร์รา (n = 41)	ซ่าง (n = 22)	คอนวูด (n = 16)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า	3.95 (มาก)	3.77 (มาก)	4.12 (มาก)	3.93 (มาก)
สินค้านี้มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)
ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)	4.38 (มาก)	4.11 (มาก)
มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)
การให้ส่วนลด	4.46 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)
การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ	4.48 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.47 (มาก)
การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึง สถานที่ใช้งานเพิ่ม	4.43 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.46 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)

จากตารางที่ 93 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านราคา จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อเมอร์รามากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยย่อยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ(ค่าเฉลี่ย 4.48) การให้

ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.46) และราคามีให้เลือกตามคุณภาพของสินค้า และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.43 เท่ากัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อช่างมากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.63) การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อคอนวูดมากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.50) การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (ค่าเฉลี่ย 4.44) ราคาสินค้าคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ค่าเฉลี่ย 4.38)

ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด			
	เมอรั (n = 41)	ช่าง (n = 22)	คอนวูด (n = 16)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสม หาได้ง่าย	3.98 (มาก)	3.55 (มาก)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)
ร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน	3.41 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
สถานที่จอดรถสะดวก	3.88 (มาก)	3.64 (มาก)	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)
ร้านค้าจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ ง่ายเพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ	3.56 (มาก)	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)
บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	3.97 (มาก)
มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน	4.34 (มาก)	4.18 (มาก)	4.19 (มาก)	4.27 (มาก)

ตารางที่ 94 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด			
	เมอรั่า (n = 41)	ช้าง (n = 22)	คอนวูด (n = 16)	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา	4.32 (มาก)	4.14 (มาก)	4.31 (มาก)	4.27 (มาก)
สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ	4.32 (มาก)	4.18 (มาก)	4.38 (มาก)	4.29 (มาก)
สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสาร ได้สะดวก	4.02 (มาก)	3.95 (มาก)	4.19 (มาก)	4.04 (มาก)
ร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย	3.54 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.71 (มาก)
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.29 (มาก)	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98 (มาก)	3.89 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 94 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อเมอรั่ามากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.34) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.32 เท่ากัน) และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อช่างมากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และสินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.18 เท่ากัน) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.14) และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อกทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก และร้านค้าได้รับการแต่งตั้งเป็นตัวแทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อคอนวูดมากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.38) จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.31) และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อกทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.19 เท่ากัน)

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด			
	เมอรั	ช่าง	คอนวูด	ค่าเฉลี่ย
	(n = 41)	(n = 22)	(n = 16)	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	(แปลผล)
	(แปลผล)	(แปลผล)	(แปลผล)	
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ของผู้ชาย	3.59 (มาก)	3.55 (มาก)	3.81 (มาก)	3.62 (มาก)
ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไวนิล	3.68 (มาก)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	4.12 (มาก)	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)	3.76 (มาก)

ตารางที่ 95 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลผล ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อ มากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อ มากที่สุด			
	เมอรั่า (n = 41)	ช้าง (n = 22)	คอนวูด (n = 16)	ค่าเฉลี่ย รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	(แปลผล)
การส่งจดหมาย ใบปลิว แผ่นพับ แนะนำ สินค้าและร้านค้า	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)	3.81 (มาก)	3.66 (มาก)
มีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า	3.88 (มาก)	3.68 (มาก)	4.06 (มาก)	3.86 (มาก)
ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน	4.15 (มาก)	3.91 (มาก)	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)
พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/ อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	4.19 (มาก)	3.99 (มาก)
มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ	3.93 (มาก)	3.77 (มาก)	3.69 (มาก)	3.84 (มาก)
ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน	3.85 (มาก)	3.77 (มาก)	3.56 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)

จากตารางที่ 95 พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อ วัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ ซื้อ มากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83

ในแต่ละปัจจัยย่อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อเมอรั่ามากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.15) การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.12) และพนักงานมีความรู้ใน ตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อช่างมากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.91) และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ยี่ห้อคอนวูดมากที่สุด เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.19) การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.13) และมีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า และความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06 เท่ากัน)