

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่าย ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 200 ตัวอย่างได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Frequency) และ Independent sample T-Test โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปขององค์กรและผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงในตารางที่ 1 - 5

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงในตารางที่ 6 - 18

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และการเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย การใช้ช่องทางการขายตรง การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรง การใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับ ความหนาแน่นของคนกลาง การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ศูนย์กลางการซื้อและกระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรม แสดงในตารางที่ 19-33

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดจำหน่ายสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์ แสดงในตารางที่ 34 - 35

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรและผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	33	33.0	33	33.0
หญิง	67	67.0	67	67.0
รวม	100	100.0	100	100.0

หมายเหตุ : หน่วยงานราชการ ได้แก่ หน่วยงานของรัฐบาล และสถาบันการศึกษาของรัฐบาล หน่วยงานเอกชน ได้แก่ สถาบันการศึกษาเอกชน โรงงานอุตสาหกรรม และบริษัทเอกชน/ค้าส่ง/ ค้าปลีก

จากตารางที่ 1 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 67.0 และหน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 67.0

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 30 ปี	29	29.0	29	29.0
31 – 40 ปี	47	47.0	32	32.0
41 – 50 ปี	12	12.0	28	28.0
51 – 60 ปี	12	12.0	11	11.0
61 ปีขึ้นไป	-	-	-	-
รวม	100	100.0	100	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าหน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ มีอายุ 21-30ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0 และหน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาคือ มีอายุ 21-30ปี คิดเป็นร้อยละ 29.0

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี/ปวช./ปวส.	7	7.0	23	23.0
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	93	93.0	77	77.0
อื่นๆ	-	-	-	-
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าหน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าคิดเป็นร้อยละ 93.0 และหน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าคิดเป็นร้อยละ 77.0

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งปัจจุบัน

ตำแหน่งปัจจุบัน	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ/หัวหน้าสูงสุด ในหน่วยงาน	4	4.0	39	39.0
ผู้จัดการทั่วไป	-	-	9	9.0
ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ	2	2.0	13	13.0
เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ	28	28.0	21	21.0
เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ	47	47.0	12	12.0
อาจารย์	7	7.0	5	5.0
อื่นๆ	12	12.0	1	1.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ นักวิจัย หัวหน้าฝ่ายบริหาร พนักงานรัฐวิสาหกิจ พยาบาลวิชาชีพ นักวิชาการเกษตร

จากตารางที่ 4 พบว่า หน่วยงานราชการ มีตำแหน่งเจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อคิดเป็นร้อยละ 28.0

หน่วยงานเอกชน มีตำแหน่งเจ้าของกิจการ/หัวหน้าสูงสุดในหน่วยงานมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 21.0 รองลงมาคือ ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อคิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของกิจการ

ประเภทกิจการ	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หน่วยงานของรัฐบาล เช่น กระทรวง, กรม, และหน่วยงานต่างๆ	46	46.0	-	-
สถาบันการศึกษาของรัฐบาล	54	54.0	-	-
สถาบันการศึกษาเอกชน	-	-	6	6.0
โรงงานอุตสาหกรรม	-	-	27	27.0
บริษัทเอกชน/ธุรกิจค้าส่ง/ ค้าปลีก	-	-	67	67.0
รวม	100	100.0	100	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าหน่วยงานราชการ อยู่ในสถาบันการศึกษาของรัฐบาลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ หน่วยงานของรัฐบาล เช่น กระทรวง, กรม และหน่วยงานต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 46.0

หน่วยงานเอกชน อยู่ในบริษัทเอกชน/บริษัทค้าส่ง/ค้าปลีกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาคือ โรงงานอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 27.0

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลการซื้อสินค้าประเภทเคมีภัณฑ์

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ขององค์กร

ความถี่ในการซื้อสินค้า	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละ 1 ครั้ง	27	27.0	14	14.0
เดือนละ 2 ครั้ง	19	19.0	28	28.0
เดือนละ 3 ครั้ง	4	4.0	10	10.0
เดือนละ 4 ครั้งหรือมากกว่า	15	15.0	29	29.0
นานๆครั้ง (กำหนดไม่ได้)	35	35.0	19	19.0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์นานๆครั้ง (กำหนดไม่ได้) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.0 และเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

หน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ เดือนละ 4 ครั้งหรือมากกว่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ เดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.0 และนานๆครั้ง (กำหนดไม่ได้) คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์

งบประมาณในการซื้อสินค้า เคมีภัณฑ์	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	5	5.0	11	11.0
5,001 – 10,000 บาท	26	26.0	25	25.0
10,001 – 20,000 บาท	28	28.0	24	24.0
20,001 – 30,000 บาท	10	10.0	14	14.0
มากกว่า 30,001 บาท	31	31.0	26	26.0
รวม	100	100.0	100	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ มากกว่า 30,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.0 และ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 ตามลำดับ

หน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ มากกว่า 30,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุด

บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุด	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	3	3.0	47	47.0
ผู้จัดการทั่วไป	2	2.0	9	9.0
ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ	7	7.0	20	20.0
เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ/พัสดุ	5	5.0	6	6.0
เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ	18	18.0	5	5.0
อาจารย์/ผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ	57	57.0	10	10.0
อื่นๆ	8	8.0	3	3.0
รวม	100	100.0	100	100.0

ตารางที่ 8 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีอำนาจในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดคือ อาจารย์/ผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 18.0 และ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ  
หน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่มีบุคคลที่มีอำนาจในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดคือ เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ อาจารย์/ผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณการซื้อสินค้า  
เคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อมากที่สุด

งบประมาณการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ที่ต้อง ได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจ ตัดสินใจซื้อมากที่สุด	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	4	4.0	9	9.0
5,001 – 10,000 บาท	27	27.0	21	21.0
10,001 – 30,000 บาท	24	24.0	29	29.0
30,001 – 50,000 บาท	20	20.0	15	15.0
มากกว่า 50,001 บาท	25	25.0	26	26.0
รวม	100	100.0	100	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการซื้อสินค้า  
เคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ 5,001- 10,001 บาท มากที่สุด คิดเป็น  
ร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ มากกว่า 50,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 10,001-30,000 บาท  
คิดเป็นร้อยละ 24.0 ตามลำดับ

หน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการ  
อนุมัติโดยผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ 10,001- 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมา  
คือ มากกว่า 50,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.0  
ตามลำดับ



ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อเคมีภัณฑ์

การซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าใกล้หมด	85	85.0	95	95.0
สินค้าหมด	27	27.0	22	22.0
สินค้าจะมีการปรับขึ้นราคา	3	3.0	33	33.0
ใกล้ปิดงบประมาณ 30 กันยายน	45	45.0	-	-
มีการส่งเสริมการขายเช่น ส่วนลด โปรโมชั่น	18	18.0	31	31.0
มีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด	2	2.0	9	9.0
อื่นๆ	7	7.0	4	4.0

จากตารางที่ 10 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์เมื่อสินค้าใกล้หมด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมาคือ ใกล้ปิดงบประมาณ 30 กันยายน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ มีการส่งเสริมการขายเช่น ส่วนลด โปรโมชั่น คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตามลำดับ  
 หน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์เมื่อสินค้าใกล้หมด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.0 รองลงมาคือ สินค้าจะมีการปรับขึ้นราคา คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ มีการส่งเสริมการขายเช่น ส่วนลด โปรโมชั่น คิดเป็นร้อยละ 31.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลการซื้อสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์

แหล่งข้อมูลการซื้อสินค้า เคมีภัณฑ์	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขายตรงของบริษัท ผู้ขาย	88	88.0	73	73.0
การแนะนำจากคนรู้จัก	37	37.0	42	42.0
ผู้เชี่ยวชาญด้านเคมีภัณฑ์	9	9.0	17	17.0
ผู้จำหน่าย	46	46.0	49	49.0
อื่นๆ	8	8.0	7	7.0

จากตารางที่ 11 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์จากพนักงานขายตรง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือผู้จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 46.0 และ การแนะนำจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 37.0 ตามลำดับ

หน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์จากพนักงานขายตรง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือ ผู้จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 49.0 และ การแนะนำจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 42.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่ทราบข้อมูลการซื้อสินค้าและผู้จำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์

สื่อที่ทราบข้อมูลการซื้อ	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โฆษณา เช่น แผ่นพับ วารสาร	36	36.0	42	42.0
โปรโมชั่น เช่น คูปอง ส่วนลด แลก แจก แถม	27	27.0	20	20.0
การออกบูทงานแสดง สินค้า	21	21.0	36	36.0
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ อินเทอร์เน็ต	70	70.0	69	69.0
อื่นๆ	13	13.0	10	10.0

จากตารางที่ 12 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ โฆษณา เช่น แผ่นพับ วารสาร คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ โปรโมชั่น เช่น คูปอง ส่วนลด แลก แจก แถม คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตามลำดับ

หน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์ อีเมลล์ อินเทอร์เน็ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือ การออกบูทแสดงสินค้า คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ โปรโมชั่น เช่น คูปอง ส่วนลด แลก แจก แถม คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนผู้จำหน่ายที่องค์กรมีการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์เป็นประจำ

จำนวนผู้จำหน่ายที่องค์กรซื้อเป็นประจำ	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 แห่ง	11	11.0	9	9.0
2 แห่ง	30	30.0	22	22.0
3 แห่ง	14	14.0	19	19.0
มากกว่า 3 แห่ง	45	45.0	50	50.0
รวม	100	100.0	100	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และเลือกผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์เป็นประจำ มากกว่า 3 แห่ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30.0 และ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และเลือกผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์เป็นประจำ มากกว่า 3 แห่ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่ตั้งของผู้จำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์

ที่ตั้งของผู้จำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จังหวัดเชียงใหม่	98	98.0	91	91.0
จังหวัดลำพูน	2	2.0	12	12.0
จังหวัดลำปาง	7	7.0	1	1.0
จังหวัดอื่นๆในภาคเหนือ (ยกเว้นจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง)	-	-	-	-
จังหวัดกรุงเทพมหานคร	56	56.0	53	53.0
อื่นๆ	-	-	1	1.0

จากตารางที่ 14 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และเลือกผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่มีที่ตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.0 รองลงมาคือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 56.0 และ จังหวัดลำปาง คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

หน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และเลือกผู้จำหน่ายเคมีภัณฑ์ที่มีที่ตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.0 รองลงมาคือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 53.0 และ จังหวัดลำพูน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์

ช่องทางการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน	
	จำนวน (ร้อยละ)	ลำดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	ลำดับที่
โทรศัพท์	93	93.00	83	83.00
โทรสาร	30	30.00	49	49.00
อีเมลล์	51	51.00	40	40.00
เว็บไซต์	5	5.00	10	10.00
อื่นๆ	4	4.00	10	10.00

จากตารางที่ 15 พบว่า หน่วยงานราชการ ส่วนใหญ่มีช่องทางการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยโทรศัพท์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.0 รองลงมาคือ อีเมลล์ คิดเป็นร้อยละ 51.0 และโทรสาร คิดเป็นร้อยละ 30.0 ตามลำดับ

หน่วยงานเอกชน ส่วนใหญ่มีช่องทางการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์โดยโทรศัพท์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.0 รองลงมาคือ โทรสาร คิดเป็นร้อยละ 49.0 และ อีเมลล์ คิดเป็นร้อยละ 40.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของงบประมาณการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์จำแนกตามประเภทของกิจการ

งบประมาณการซื้อ สินค้าเคมีภัณฑ์	ประเภทของกิจการ					ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
	หน่วยงาน รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา เอกชน	โรงงาน อุตสาหกรรม	บริษัท เอกชน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	2 (4.35)	3 (5.56)	-	1 (3.70)	10 (14.93)	16 (8.00)
5,001 – 10,000 บาท	7 (15.22)	19 (34.29)	1 (16.67)	8 (29.63)	16 (23.68)	51 (25.50)
10,001 – 20,000 บาท	16 (34.78)	12 (22.22)	1 (16.67)	6 (22.22)	17 (25.37)	52 (26.00)
20,001 – 30,000 บาท	6 (13.04)	4 (7.41)	1 (16.67)	4 (14.81)	9 (13.43)	24 (12.00)
มากกว่า 30,001 บาท	15 (32.61)	16 (29.63)	3 (50.00)	8 (29.63)	15 (22.39)	57 (28.50)
ค่าเฉลี่ย	46 (100.00)	54 (100.00)	6 (100.00)	27 (100.00)	67 (100.00)	200 (100.00)

จากตารางที่ 16 พบว่าหน่วยงานของรัฐบาลมีงบประมาณในการซื้อเคมีภัณฑ์ 10,001-20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.78 รองลงมาคือ มากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.61 และ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.22 ตามลำดับ

สถาบันการศึกษาของรัฐบาลมีงบประมาณในการซื้อเคมีภัณฑ์ 5,001-10,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.29 รองลงมาคือ มากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.63 และ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ

สถาบันการศึกษาของเอกชนมีงบประมาณในการซื้อเคมีภัณฑ์มากกว่า 30,001 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท , 10,00-20,000 บาทและ 20,001-30,000 บาท เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

โรงงานอุตสาหกรรมมีงบประมาณในการซื้อเคมีภัณฑ์ 5,001-10,000 บาทและมากกว่า 30,001 บาท เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 29.63 รองลงมาคือ และ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ

บริษัทเอกชนมีงบประมาณในการซื้อเคมีภัณฑ์ 10,001-20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.37 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.68 และ มากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดจำแนกตามประเภทของกิจการ

บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุด	ประเภทของกิจการ					ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
	หน่วยงาน รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา เอกชน	โรงงาน อุตสาหกรรม	บริษัท เอกชน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เจ้าของกิจการ	3 (6.52)	-	-	11 (40.74)	36 (53.73)	50 (25.00)
ผู้จัดการทั่วไป	1 (2.17)	1 (1.85)	-	4 (14.81)	5 (7.46)	11 (5.50)
ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่าย จัดซื้อ	5 (10.87)	2 (3.70)	-	8 (29.63)	10 (17.81)	27 (13.50)
เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ/ พัสดุ	4 (8.70)	1 (1.85)	-	0 (0.00)	6 (8.96)	11 (5.50)
เจ้าหน้าที่ ห้องปฏิบัติการ	8 (17.39)	10 (18.52)	-	2 (7.41)	3 (4.48)	23 (11.50)
อาจารย์/ผู้บริหารที่มี อำนาจในการตัดสินใจ ซื้อ	20 (43.48)	37 (68.52)	6 (100.00)	1 (3.70)	3 (4.48)	67 (33.50)
อื่นๆ	5 (10.57)	3 (5.56)	0 (0.00)	1 (3.70)	2 (2.99)	11 (5.50)
ค่าเฉลี่ย	46 (100.00)	54 (100.00)	6 (100.00)	27 (100.00)	67 (100.00)	200 (100.00)



จากตารางที่ 17 พบว่าหน่วยงานของรัฐบาลมีบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดคือ อาจารย์/ผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.48 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 17.39 และ ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 10.87 ตามลำดับ

สถาบันการศึกษาของรัฐบาลมีบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดคือ อาจารย์/ผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.52 รองลงมาคือ เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 18.52 และ อื่นๆ เช่น หัวหน้าโครงการ คิดเป็นร้อยละ 5.56 ตามลำดับ

สถาบันการศึกษาของเอกชนมีบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดคือ อาจารย์/ผู้บริหารที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100

โรงงานอุตสาหกรรมมีบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดคือ เจ้าของกิจการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.74 รองลงมาคือ ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 29.63 และ ผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 14.81 ตามลำดับ

บริษัทเอกชนมีบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์มากที่สุดคือ เจ้าของกิจการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.73 รองลงมาคือ ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 17.81 และ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ/พัสดุ คิดเป็นร้อยละ 8.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของงบประมาณการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจการตัดสินใจมากที่สุดจำแนกตามประเภทของกิจการ

งบประมาณการซื้อ เคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับ การอนุมัติโดยผู้มี อำนาจการตัดสินใจมาก ที่สุด	ประเภทของกิจการ					ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ)
	หน่วยงาน รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา รัฐบาล	สถาบัน การศึกษา เอกชน	โรงงาน อุตสาหกรรม	บริษัท เอกชน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ต่ำกว่า 5,000 บาท	-	4 (7.41)	-	1 (3.70)	8 (11.94)	13 (6.50)
5,001 – 10,000 บาท	8 (17.39)	19 (35.19)	-	7 (25.93)	14 (20.90)	48 (24.00)
10,001 – 20,000 บาท	13 (28.22)	11 (20.37)	5 (83.33)	5 (18.52)	19 (28.36)	53 (26.50)
20,001 – 30,000 บาท	11 (23.91)	9 (16.67)	-	5 (18.52)	10 (14.93)	35 (17.50)
มากกว่า 30,001 บาท	14 (30.43)	11 (20.37)	1 (16.67)	9 (33.33)	16 (23.88)	51 (25.50)
ค่าเฉลี่ย	46 (100.00)	54 (100.00)	6 (100.00)	27 (100.00)	67 (100.00)	200 (100.00)

จากตารางที่ 18 พบว่าหน่วยงานของรัฐบาลมีงบประมาณการซื้อเคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจการตัดสินใจมากที่สุดคือมากกว่า 30,001 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.43 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.22 และ 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.91 ตามลำดับ

สถาบันการศึกษาของรัฐบาลมีงบประมาณการซื้อเคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจการตัดสินใจมากที่สุดคือ 5,001-10,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.19 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาทและมากกว่า 30,001 บาท เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 20.37 ตามลำดับ

สถาบันการศึกษาของเอกชนมีงบประมาณการซื้อเคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจการตัดสินใจมากที่สุดคือ มากกว่า 10,001-20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือ มากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

โรงงานอุตสาหกรรมมีงบประมาณการซื้อเคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจตัดสินใจมากที่สุดคือมากกว่า 30,001 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ และ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.93 และ 10,001-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.52 ตามลำดับ

บริษัทเอกชนมีงบประมาณการซื้อเคมีภัณฑ์ที่ต้องได้รับการอนุมัติโดยผู้มีอำนาจตัดสินใจมากที่สุดคือ 10,001-20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.36 รองลงมาคือ มากกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.88 และ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.90 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์

ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านการใช้ช่องทางขายตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม

การใช้ช่องทางขายตรง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การมีพนักงานขายตรง จำนวนเพียงพอในการดูแล ลูกค้า	1 (0.50)	15 (22.60)	41 (30.10)	79 (24.00)	64 (13.70)	3.95 (มาก)
พนักงานขายตรงส่ง ข่าวสารใหม่ที่เป็น ประโยชน์ต่อลูกค้า	-	12 (6.00)	31 (15.50)	95 (47.50)	62 (31.00)	4.04 (มาก)
พนักงานขายตรงมีความรู้ ความเข้าใจสามารถอธิบาย คุณสมบัติของสินค้าได้	2 (1.00)	7 (3.50)	20 (10.00)	76 (38.00)	95 (47.50)	4.28 (มาก)
พนักงานขายตรงมี แคตตาล็อกสินค้าพร้อม นำเสนอได้ทันที เมื่อลูกค้า ต้องการรายละเอียดสินค้า	-	10 (5.00)	24 (12.00)	82 (41.00)	84 (42.00)	4.20 (มาก)

ตารางที่ 19 (ต่อ) จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านการใช้ช่องทางขายตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม

การใช้ช่องทางขายตรง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานขายนำเสนอสินค้าให้ตามกระบวนการจัดซื้อขององค์กร	1 (0.50)	11 (5.50)	46 (23.00)	83 (41.50)	59 (29.50)	3.94 (มาก)
พนักงานขายมีการจัดอบรมและสัมมนาโดยเชิญลูกค้าเฉพาะกลุ่ม	7 (3.50)	27 (13.5)	76 (38.00)	66 (33.00)	24 (12.00)	3.37 (ปานกลาง)
มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ หรืออีเมลล์		6 (3.00)	13 (6.50)	59 (27.00)	127 (63.50)	4.51 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						4.04 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่าการใช้ช่องทางขายตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04) การใช้ช่องทางขายตรงย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ หรืออีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย = 4.51) รองลงมาคือ พนักงานขายตรงมีความรู้ความเข้าใจสามารถอธิบายคุณสมบัติของสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย = 4.28) และพนักงานขายตรงมีแคตตาล็อกสินค้าพร้อมนำเสนอได้ทันที เมื่อลูกค้าต้องการรายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.20)

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านการใช้ช่องทางการตลาดโดยตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม

การใช้ช่องทางการตลาด โดยตรง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน แคตตาล็อก	8 (4.00)	17 (8.50)	81 (40.50)	65 (32.50)	29 (14.50)	3.45 (ปานกลาง)
สามารถสั่งซื้อสินค้า ผ่านเว็บไซต์	9 (4.50)	28 (14.0)	69 (34.50)	55 (27.50)	39 (19.50)	3.44 (ปานกลาง)
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน ทางโทรศัพท์	1 (0.50)	6 (3.00)	24 (12.00)	69 (34.50)	100 (50.00)	4.31 (มาก)
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน ทางอีเมลล์	7 (3.50)	9 (4.50)	54 (27.00)	63 (31.50)	67 (33.50)	3.87 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.76 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่าการใช้ช่องทางการตลาดโดยตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.76) การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรงย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย = 4.31) รองลงมา คือ สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมลล์ (ค่าเฉลี่ย = 3.87) และสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก (ค่าเฉลี่ย = 3.45)

ตารางที่ 21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านการใช้  
ช่องทางการตลาดหลายระดับของผู้ตอบแบบสอบถาม

การใช้ช่องทางการตลาด หลายระดับ	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่/อำเภอ	1 (0.50)	9 (4.50)	41 (20.50)	73 (36.50)	76 (38.00)	4.07 (มาก)
การจัดให้มีสถาบันการเงินให้บริการเมื่อต้องการขอ เครดิต	12 (6.00)	23 (11.50)	54 (27.00)	61 (30.50)	50 (25.00)	3.57 (มาก)
การจัดให้มีตัวแทนกระจาย สินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าให้ ครอบคลุมทุกพื้นที่	1 (0.50)	7 (3.50)	43 (21.50)	68 (34.00)	81 (40.50)	4.11 (มาก)
การให้ลูกค้าสามารถเลือก บริษัทขนส่งที่ต้องการได้	1 (1.00)	18 (9.00)	61 (30.50)	59 (29.50)	60 (30.00)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.88 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่า การใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
สินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88) การใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับย่อย  
ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การจัดให้มีตัวแทนกระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าให้ครอบคลุม  
ทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.11) รองลงมาคือ การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่/อำเภอ (ค่าเฉลี่ย =  
4.07) และการให้ลูกค้าสามารถเลือกบริษัทขนส่งที่ต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.79)

ตารางที่ 22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านความหนาแน่นของคนกลางของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความหนาแน่นของ คนกลาง	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการแต่งตั้งตัวแทน จำหน่ายระดับค้าส่งใน แต่ละอำเภอ	9 (4.50)	21 (10.50)	65 (32.50)	63 (31.50)	42 (21.00)	3.54 (มาก)
มีการแต่งตั้งตัวแทน จำหน่ายสำหรับลูกค้า เฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงาน ของรัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น	9 (4.50)	17 (8.50)	49 (24.50)	76 (38.00)	49 (24.50)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						3.62 (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่าความหนาแน่นของคนกลาง ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก) ค่าเฉลี่ย = 3.62) ความหนาแน่นของคนกลาง ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของรัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงานอุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น) ค่าเฉลี่ย = 3.70) รองลงมาคือ มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายระดับค้าส่งในแต่ละอำเภอ) ค่าเฉลี่ย = 3.54)

ตารางที่ 23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านการแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของผู้ตอบแบบสอบถาม

การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น	3 (1.50)	3 (1.50)	23 (11.50)	83 (41.50)	88 (44.00)	4.25 (มาก)
การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายและเวลา (เปิดจำหน่ายทุกวัน)	2 (1.00)	3 (1.50)	29 (14.50)	89 (44.50)	77 (38.50)	4.18 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.21 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่าการแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.21) การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมนอกเหนือจากร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า



การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 4.25) รองลงมาคือ การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่  
จัดจำหน่ายและเวลา (เปิดจำหน่ายทุกวัน) (ค่าเฉลี่ย = 4.18)

ตารางที่ 24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้าน  
ศูนย์กลางการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ศูนย์กลางการซื้อ	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ตัวแทนจำหน่ายได้เข้าพบ ผู้ใช้หรือพนักงานที่ใช้ สินค้าเพื่อนำเสนอสินค้า ใหม่เป็นประจำ	2 (1.00)	12 (6.00)	44 (22.00)	89 (44.50)	53 (26.50)	3.90 (มาก)
มีการจัดส่งรายละเอียดและ ตัวอย่างสินค้าพร้อมทำให้ ข้อมูลทางเลือกต่างๆในการ ซื้อและเงื่อนไขการซื้อแก่ผู้ ที่มีหน้าที่หาข้อมูลหรือฝ่าย จัดซื้อ	1 (0.50)	4 (2.00)	33 (16.50)	86 (43.00)	76 (38.00)	4.16 (มาก)
ตัวแทนจำหน่ายได้สาธิต และอธิบายคุณสมบัติของ สินค้าให้แก่ผู้มีอำนาจใน การตัดสินใจซื้อ	1 (0.50)	7 (3.50)	32 (16.00)	99 (49.50)	61 (30.50)	4.06 (มาก)
ตัวแทนจำหน่ายมี ความสัมพันธ์อันดีและ สนิทสนมกับพนักงาน ต้อนรับ และเจ้าหน้าที่ จัดซื้อ	1 (1.00)	13 (6.50)	36 (18.00)	72 (36.00)	77 (38.50)	4.05 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.04 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าศูนย์กลางการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04) ศูนย์กลางการซื้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการจัดส่งรายละเอียดและตัวอย่างสินค้าพร้อมกับให้ข้อมูลทางเลือกต่างๆ ในการซื้อและเงื่อนไข การซื้อแก่ผู้ที่มีหน้าที่หาข้อมูลหรือฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.16) รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายได้ สาธิตและอธิบายคุณสมบัติของสินค้าให้แก่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.06) และ ตัวแทนจำหน่ายมีความสัมพันธ์อันดีและสนิทสนมกับพนักงานต้อนรับ และเจ้าหน้าที่จัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.05)

ตารางที่ 25 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้าน กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

กระบวนการขายสินค้า อุตสาหกรรม	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้ค้นหา รายละเอียดสินค้า	1 (0.50)	10 (5.00)	26 (17.00)	71 (35.50)	92 (46.00)	4.22 (มาก)
มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนการเก็บสินค้า คงคลังของผู้ซื้อ	-	5 (2.50)	19 (9.50)	65 (32.50)	111 (55.50)	4.41 (มาก)
มีการสาธิตวิธีการใช้งาน และการดูแลรักษา ผลิตภัณฑ์	1 (0.50)	7 (3.50)	41 (20.50)	73 (36.50)	78 (39.00)	4.10 (มาก)
มีบริการชำระด้วยบัตร เครดิต หรือระบบเงินเชื่อ	4 (2.00)	8 (4.00)	32 (16.00)	67 (33.50)	89 (44.50)	4.14 (มาก)
มีการติดตามผลและ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง	2 (1.00)	3 (1.50)	28 (14.00)	71 (35.50)	96 (48.00)	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.23 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่ากระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.23) กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรมย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.41) รองลงมาคือ มีการติดตามผลและให้บริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย = 4.28) และมีเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้ค้นหารายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.22)

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	งบประมาณการซื้อ ≤ 10,000 บาท (n = 67)		งบประมาณการซื้อ > 10,000 บาท (n = 133)		t	p-value
	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.		
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>						
การใช้ช่องทางขายตรง	4.02 (มาก)	0.90	4.04 (มาก)	0.85	0.41	0.708
การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรง	3.86 (มาก)	0.96	3.72 (มาก)	0.99	0.94	0.433
การใช้ช่องทางตลาดหลายระดับ	3.99 (มาก)	0.99	3.83 (มาก)	0.98	1.06	0.317
ความหนาแน่นของคนกลาง	3.68 (มาก)	1.06	3.59 (มาก)	1.08	0.58	0.593
การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการ ให้บริการที่สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมาย	4.11 (มาก)	0.88	4.25 (มาก)	0.78	0.77	0.549

ตารางที่ 26 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	งบประมาณการซื้อ $\leq$ 10,000 บาท (n = 67)		งบประมาณการซื้อ $>$ 10,000 บาท (n = 133)		t	p-value
	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.		
<b>ปัจจัยด้านการซื้อขององค์กร</b>						
ศูนย์กลางการซื้อ	3.98 (มาก)	0.91	4.07 (มาก)	0.85	0.66	0.536
กระบวนการขายสินค้า อุตสาหกรรม	4.26 (มาก)	0.87	4.21 (มาก)	0.86	0.50	0.639
รวม	3.99 (มาก)		3.96 (มาก)			

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของกลุ่มงบประมาณซื้อ  $\leq$  10,000 บาท และ กลุ่มงบประมาณซื้อ  $>$  10,000 บาท ในแต่ละปัจจัยไม่มีความแตกต่างกัน

สำหรับกลุ่มงบประมาณซื้อ  $\leq$  10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.26) รองลงมาคือ การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย (ค่าเฉลี่ย = 4.11)

กลุ่มงบประมาณซื้อ  $>$  10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย (ค่าเฉลี่ย = 4.25) รองลงมาคือ กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.21)

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้าน  
การใช้ช่องทางขายตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม

การใช้ช่องทางขายตรง	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน		t	p-value
	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.		
การมีพนักงานขายตรงจำนวน เพียงพอในการดูแลลูกค้า	4.12 (มาก)	0.83	3.78 (มาก)	1.00	2.61	0.010*
พนักงานขายตรงส่งข่าวสารใหม่ ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	4.17 (มาก)	0.77	3.90 (มาก)	0.89	2.29	0.023*
พนักงานขายตรงมีความรู้ความ เข้าใจสามารถอธิบายคุณสมบัติ ของสินค้าได้	4.34 (มาก)	0.81	4.21 (มาก)	0.90	1.07	0.284
พนักงานขายตรงมีแคตาล็อก สินค้าพร้อมนำเสนอได้ทันที เมื่อ ลูกค้าต้องการรายละเอียดสินค้า	4.25 (มาก)	0.83	4.15 (มาก)	0.85	0.84	0.401
พนักงานขายนำเสนอสินค้าให้ ตามกระบวนการจัดซื้อของ องค์กร	3.99 (มาก)	0.88	3.89 (มาก)	0.89	0.79	0.428
พนักงานขายมีการจัดอบรมและ สัมมนาโดยเชิญลูกค้าเฉพาะกลุ่ม	3.36 (ปาน กลาง)	0.98	3.37 (ปาน กลาง)	0.98	0.07	0.943
มีความสะดวกในการติดต่อกับ พนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ หรืออีเมลล์	4.57 (มากที่สุด)	0.69	4.45 (มาก)	0.81	1.13	0.259
รวม	4.11 (มาก)		3.96 (มาก)			

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นค่าเฉลี่ยของการใช้ช่องทางขายตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ในเรื่องการมีพนักงานขายตรงจำนวนเพียงพอในการดูแลลูกค้าและพนักงานขายตรงส่งข่าวสารใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05 ( $p=0.010$ ,  $p=0.023$ ) โดยการใช้ช่องทางขายตรงในเรื่อง การมีพนักงานขายตรงจำนวนเพียงพอในการดูแลลูกค้าและพนักงานขายตรงส่งข่าวสารใหม่ที่เป็น ประโยชน์ต่อลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการมากกว่าหน่วยงาน เอกชน ส่วนปัจจัยอื่นๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

หน่วยงานราชการ การใช้ช่องทางขายตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความ สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ หรืออีเมล (ค่าเฉลี่ย = 4.57) รองลงมาคือ พนักงานขายตรงมีความรู้ความเข้าใจสามารถอธิบายคุณสมบัติของสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.34) และ พนักงานขายตรงมีแคตตาล็อกสินค้าพร้อมนำเสนอได้ทันที เมื่อลูกค้าต้องการรายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.25)

หน่วยงานเอกชน การใช้ช่องทางขายตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีความ สะดวกในการติดต่อกับพนักงานขายผ่านทางโทรศัพท์ หรืออีเมล (ค่าเฉลี่ย = 4.45) รองลงมาคือ พนักงานขายตรงมีความรู้ความเข้าใจสามารถอธิบายคุณสมบัติของสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย = 4.21) และ พนักงานขายตรงมีแคตตาล็อกสินค้าพร้อมนำเสนอได้ทันที เมื่อลูกค้าต้องการรายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.15)

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านการใช้ช่องทางการตลาด โดยตรงของผู้ตอบแบบสอบถาม

การใช้ช่องทางการตลาด โดยตรง	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน		t	p-value
	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.		
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน แคตตาล็อก	3.35 (ปานกลาง)	0.91	3.55 (มาก)	1.03	1.45	0.148
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่าน เว็บไซต์	3.41 (ปานกลาง)	1.02	3.46 (ปานกลาง)	1.17	0.32	0.747
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง โทรศัพท์	4.39 (มาก)	0.78	4.22 (มาก)	0.88	1.45	0.150
สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง อีเมล	4.03 (มาก)	0.97	3.71 (มาก)	1.10	2.19	0.003*
รวม	3.80 (มาก)		3.74 (มาก)			

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นค่าเฉลี่ยของการใช้ช่องทางการตลาดโดยตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ในเรื่องสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05 ( $p=0.003$ ) โดยการใช้ช่องทางการตลาดโดยตรงในเรื่องสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการมากกว่าหน่วยงานเอกชน ส่วนปัจจัยอื่นๆไม่มีความแตกต่างกัน

หน่วยงานราชการ การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.80) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย = 4.39) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมล (ค่าเฉลี่ย = 4.03) และสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย = 3.41)

หน่วยงานเอกชน การใช้ช่องทางการตลาดโดยตรงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.74) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย = 4.22) รองลงมาคือ สามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมล (ค่าเฉลี่ย = 3.71) และสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านแคตตาล็อก (ค่าเฉลี่ย = 3.55)

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านการใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับของผู้ตอบแบบสอบถาม

การใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับ	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน		t	p-value
	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.		
การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่อำเภอ	4.24 (มาก)	0.75	3.90 (มาก)	1.00	2.72	0.007*
การจัดให้มีสถาบันการเงินให้บริการเมื่อต้องการขอเครดิต	3.52 (มาก)	1.13	3.62 (มาก)	1.19	0.61	0.543
การจัดให้มีตัวแทนกระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่	4.17 (มาก)	0.82	4.04 (มาก)	0.96	1.03	0.305
การให้ลูกค้าสามารถเลือกบริษัทขนส่งที่ต้องการได้	3.70 (มาก)	0.99	3.87 (มาก)	1.02	1.19	0.233
รวม	3.91 (มาก)		3.86 (มาก)			

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นค่าเฉลี่ยของการใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ในเรื่องการมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่อำเภอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05 ( $p=0.007$ ) โดยการใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับในเรื่องการมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่อำเภอมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการมากกว่าหน่วยงานเอกชน ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

หน่วยงานราชการ การใช้ช่องทางการตลาดหลายระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.91) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่อำเภอ (ค่าเฉลี่ย = 4.24) รองลงมาคือ การจัดให้มีตัวแทน



กระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.17) และการให้ลูกค้าสามารถเลือกบริษัทขนส่งที่ต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.70)

หน่วยงานเอกชน การใช้ช่องทางตลาดหลายระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.86) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การจัดให้มีตัวแทนกระจายสินค้าเพื่อจัดส่งสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.04) รองลงมาคือ การมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่อำเภอ (ค่าเฉลี่ย = 3.90) และการให้ลูกค้าสามารถเลือกบริษัทขนส่งที่ต้องการได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.87)

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านความหนาแน่นของคนกลางของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความหนาแน่นของ คนกลาง	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน		t	p-value
	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.		
มีการแต่งตั้งตัวแทน จำหน่ายระดับคำสั่งในแต่ละ ละอำเภอ	3.58 (มาก)	1.02	3.50 (มาก)	1.13	0.53	0.600
มีการแต่งตั้งตัวแทน จำหน่ายสำหรับลูกค้า เฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของรัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น	3.84 (มาก)	0.97	3.55 (มาก)	1.15	1.93	0.055
รวม	3.71 (มาก)		3.53 (มาก)			

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นค่าเฉลี่ยของความหนาแน่นของคนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ในแต่ละปัจจัยไม่มีความแตกต่างกัน

หน่วยงานราชการ ความหนาแน่นของคนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.71) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของรัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 3.84) รองลงมาคือ มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายระดับค้าส่งในแต่ละอำเภอ (ค่าเฉลี่ย = 3.58)

หน่วยงานเอกชน ความหนาแน่นของคนกลางที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น หน่วยงานของรัฐบาล สถาบันการศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม บริษัทเอกชน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 3.55) รองลงมาคือ มีการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายระดับค้าส่งในแต่ละอำเภอ (ค่าเฉลี่ย = 3.50)

**ตารางที่ 31** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านการแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของผู้ตอบแบบสอบถาม

การแบ่งกลุ่มลูกค้า/ การวางตำแหน่ง/ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และการ ให้บริการที่สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมาย	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน		t	p-value
	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.		
การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติม นอกเหนือจากร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น	4.21 (มาก)	0.76	4.29 (มาก)	0.86	0.18	0.861
การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายและเวลา )เปิดจำหน่ายทุกวัน(	4.19 (มาก)	0.83	4.17 (มาก)	0.83	0.68	0.498
รวม	4.20 (มาก)		4.23 (มาก)			

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นค่าเฉลี่ยของการแบ่งกลุ่มลูกค้า/ การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมายและการให้บริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ในแต่ละปัจจัยไม่มีความแตกต่างกัน

หน่วยงานราชการ การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมนอกเหนือจากร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 4.21) รองลงมาคือ การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายและเวลา (เปิดจำหน่ายทุกวัน) (ค่าเฉลี่ย = 4.19)

หน่วยงานเอกชน การแบ่งกลุ่มลูกค้า/การวางตำแหน่ง/การเลือกกลุ่มเป้าหมาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.23) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมนอกเหนือจากร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย = 4.29) รองลงมาคือ การให้ความสะดวกในเรื่องสถานที่จัดจำหน่ายและเวลา (เปิดจำหน่ายทุกวัน) (ค่าเฉลี่ย = 4.17)

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้าน ศูนย์กลางการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ศูนย์กลางการซื้อ	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน		t	p-value
	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.		
ตัวแทนจำหน่ายได้เข้าพบ ผู้ใช้หรือพนักงานที่ใช้ สินค้าเพื่อนำเสนอสินค้า ใหม่เป็นประจำ	4.06 (มาก)	0.77	3.78 (มาก)	0.98	2.63	0.009*
มีการจัดส่งรายละเอียดและ ตัวอย่างสินค้าพร้อมกับให้ ข้อมูลทางเลือกต่างๆในการ ซื้อและเงื่อนไขการซื้อแก่ผู้ ที่มีหน้าที่หาข้อมูลหรือฝ่าย จัดซื้อ	4.18 (มาก)	0.72	4.14 (มาก)	0.89	0.35	0.726
ตัวแทนจำหน่ายได้สาริต และอธิบายคุณสมบัติของ สินค้าให้แก่ผู้มีอำนาจใน การตัดสินใจซื้อ	4.13 (มาก)	0.74	3.99 (มาก)	0.86	1.23	0.220
ตัวแทนจำหน่ายมี ความสัมพันธ์อันดีและ สนิทสนมกับพนักงาน ต้อนรับ และเจ้าหน้าที่ จัดซื้อ	4.18 (มาก)	0.85	3.91 (มาก)	1.05	2.01	0.046*
รวม	4.14 (มาก)		3.96 (มาก)			

หมายเหตุ: \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในศูนย์กลางการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ในเรื่องตัวแทนจำหน่ายได้เข้าพบผู้ใช้หรือพนักงานที่ใช้สินค้าเพื่อนำเสนอสินค้าใหม่เป็นประจำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ณ ระดับ 0.05 ( $p=0.009$ ) โดยปัจจัยย่อยคือ ตัวแทนจำหน่ายได้เข้าพบผู้ใช้หรือพนักงานที่ใช้สินค้า เพื่อนำเสนอสินค้าใหม่เป็นประจำและตัวแทนจำหน่ายมีความสัมพันธ์อันดีและสนิทสนมกับพนักงานต้อนรับ และเจ้าหน้าที่จัดซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการมากกว่าหน่วยงานเอกชน ส่วนปัจจัยอื่นๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

หน่วยงานราชการ ศูนย์กลางการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.14) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการจัดส่งรายละเอียดและตัวอย่างสินค้าพร้อมกับให้ข้อมูลทางเลือกต่างๆ ในการซื้อและเงื่อนไขการซื้อแก่ผู้ที่มีหน้าที่หาข้อมูลหรือฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.18) รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายมีความสัมพันธ์อันดีและสนิทสนมกับพนักงานต้อนรับ และเจ้าหน้าที่จัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.18) และตัวแทนจำหน่ายได้สาธิตและอธิบายคุณสมบัติของสินค้าให้แก่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.13)

หน่วยงานเอกชน ศูนย์กลางการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.96) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการจัดส่งรายละเอียดและตัวอย่างสินค้าพร้อมกับให้ข้อมูลทางเลือกต่างๆ ในการซื้อและเงื่อนไขการซื้อแก่ผู้ที่มีหน้าที่หาข้อมูลหรือฝ่ายจัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.14) รองลงมาคือ ตัวแทนจำหน่ายได้สาธิตและอธิบายคุณสมบัติของสินค้าให้แก่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 3.99) และตัวแทนจำหน่ายมีความสัมพันธ์อันดีและสนิทสนมกับพนักงานต้อนรับ และเจ้าหน้าที่จัดซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 3.91)

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ด้านกระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

กระบวนการขายสินค้า อุตสาหกรรม	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน		t	p-value
	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.	$\bar{X}$ (แปลผล)	S.D.		
มีเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้ค้นหา รายละเอียดสินค้า	4.33 (มาก)	0.83	4.10 (มาก)	0.94	1.84	0.068
มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนการเก็บ สินค้าคงคลังของผู้ซื้อ	4.50 (มากที่สุด)	0.67	4.32 (มาก)	0.84	1.67	0.096
มีการ satisdviการใช้งาน และการดูแลรักษา ผลิตภัณฑ์	4.20 (มาก)	0.82	4.00 (มาก)	0.93	1.61	0.108
มีบริการชำระด้วยบัตร เครดิต หรือระบบเงินเชื่อ	4.16 (มาก)	0.95	4.13 (มาก)	0.98	0.22	0.826
มีการติดตามผลและ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.33 (มาก)	0.77	4.23 (มาก)	0.89	0.85	0.398
รวม	4.30 (มาก)		4.15 (มาก)			

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในกระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ไม่มีความแตกต่างกัน

หน่วยงานราชการ กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.30) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.50) รองลงมาคือ มีการติดตามผลและให้บริการอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย = 4.33) และมีเว็บไซต์ให้ลูกค้าได้ค้นหารายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.33)

หน่วยงานเอกชน กระบวนการขายสินค้าอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.15) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก

คือ มีการส่งสินค้าอย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.32) รองลงมาคือ มีการติดตามผลและให้บริการอย่างต่อเนื่อง ที่ (ค่าเฉลี่ย = 4.23) และมีบริการชำระด้วยบัตรเครดิต หรือระบบเงินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย = 4.13)

#### ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะในการจัดจำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์

ตารางที่ 34 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับความรุนแรงของปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาที่พบในการซื้อ สินค้าเคมีภัณฑ์	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ทำเลที่ตั้งของสำนักงาน ขาย	20 (10.00)	41 (20.50)	67 (33.50)	57 (28.50)	15 (7.50)	3.03 (ปานกลาง)
ที่จอดรถของสำนักงานขาย	25 (7.50)	39 (19.50)	58 (29.00)	60 (30.00)	28 (14.00)	3.24 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการสั่งซื้อ ทางโทรศัพท์/แฟกซ์/อีเมลล์	32 (16.00)	41 (20.50)	24 (12.00)	57 (28.50)	46 (23.00)	3.22 (ปานกลาง)
ปริมาณสินค้าที่มีพร้อม จำหน่าย	13 (6.50)	33 (16.50)	46 (23.00)	67 (33.50)	41 (20.50)	3.45 (ปานกลาง)
ระยะเวลาที่ลูกค้าได้รับ สินค้า	10 (5.00)	30 (15.00)	45 (22.50)	73 (36.50)	42 (21.00)	3.54 (มาก)
ความถูกต้องและครบถ้วน ตามจำนวนสินค้าที่สั่งซื้อ	34 (17.00)	30 (15.00)	36 (18.00)	69 (34.50)	31 (15.50)	3.17 (ปานกลาง)
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่ ได้รับ	32 (16.00)	35 (17.50)	27 (13.50)	67 (33.80)	39 (19.50)	3.23 (ปานกลาง)
การรับประกันสินค้า	24 (12.00)	46 (23.00)	26 (13.00)	74 (37.00)	30 (15.00)	3.20 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.26 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 พบว่าปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.26) ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.54) รองลงมาคือ ปริมาณสินค้าที่มีพร้อมจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.45) และที่จอดรถของสำนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย = 3.24)

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความรุนแรงของปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์	หน่วยงานราชการ		หน่วยงานเอกชน		t	p-value
	X (แปลผล)	S.D.	X (แปลผล)	S.D.		
ทำเลที่ตั้งของสำนักงานขาย	3.00 (ปานกลาง)	1.10	3.06 (ปานกลาง)	1.10	0.39	0.699
ที่จอดรถของสำนักงานขาย	3.22 (ปานกลาง)	1.08	3.25 (ปานกลาง)	1.21	0.19	0.853
ความสะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์/แฟกซ์/อีเมล	3.31 (ปานกลาง)	1.51	3.13 (ปานกลาง)	1.34	0.89	0.371
ปริมาณสินค้าที่มีพร้อมจำหน่าย	3.53 (มาก)	1.18	3.37 (ปานกลาง)	1.19	0.96	0.338
ระยะเวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า	3.54 (มาก)	1.14	3.53 (มาก)	1.12	0.06	0.950
ความถูกต้องและครบถ้วนตามจำนวนสินค้าที่สั่งซื้อ	3.22 (ปานกลาง)	1.31	3.11 (ปานกลาง)	1.36	0.58	0.561
ความสมบูรณ์ของสินค้าที่ได้รับ	3.27 (ปานกลาง)	1.42	3.19 (ปานกลาง)	1.33	0.41	0.682
การรับประกันสินค้า	3.27 (ปานกลาง)	1.25	3.13 (ปานกลาง)	1.32	0.77	0.442
รวม	3.30 (ปานกลาง)		3.22 (ปานกลาง)			



จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ของหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน ในแต่ละปัญหาไม่มีความแตกต่างกัน

หน่วยงานราชการ ปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.30) ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.54) รองลงมาคือ ปริมาณสินค้าที่มีพร้อมจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.53) และความสะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์/แฟกซ์/อีเมล (ค่าเฉลี่ย = 3.31)

หน่วยงานเอกชน ปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.22) ปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระยะเวลาที่ลูกค้าได้รับสินค้า (ค่าเฉลี่ย = 3.53) รองลงมาคือ ปริมาณสินค้าที่มีพร้อมจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย = 3.37) และที่จอดรถของสำนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย = 3.25)

#### ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงธุรกิจการจัดจำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์

จากคำถามปลายเปิดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 19 รายมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าเคมีภัณฑ์ ดังนี้

1. ควรมีการส่งสินค้าที่รวดเร็ว ตรงเวลา ถูกต้อง และสินค้ามีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า (4 ราย)
2. ควรมีบริการหลังการขาย เช่น การรับกำจัดภาชนะบรรจุสารเคมี หรือรับสารเคมีที่ใช้งานแล้วไปทำลาย (3 ราย)
3. ควรมีสต็อกสินค้าไว้ตลอด เนื่องจากลูกค้าส่วนมากจะซื้อสารเคมีก็ต่อเมื่อสารเคมีหมดและจะใช้เสมอ ไม่ต้องการรอสารเคมีเป็นเวลานานๆ (2 ราย)
4. ควรระบุราคาสินค้าลงในเวปไซด์ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกของลูกค้าในการสั่งซื้อของลูกค้า (2 ราย)
5. มีการแบ่งบรรจุปริมาณสารเคมีตามที่ลูกค้าต้องการได้ (1 ราย)
6. พนักงานขายมีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน เพื่อให้คำตอบแก่ลูกค้าได้เบื้องต้น (1 ราย)
7. ควรมีการเสนอแนวทางแก้ไขให้กับลูกค้าในกรณี สินค้าจัดส่งล่าช้า, ขกเลิกผลิต และชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้น (1 ราย)
8. เมื่อเคมีภัณฑ์ที่ใช้หมดหรือขาดตลาด ควรมีเคมีภัณฑ์ชนิดอื่นๆที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ โดยคงไว้ซึ่งคุณภาพและราคาที่ใกล้เคียงกัน (1 ราย)

9. ควรมีตัวอย่างสินค้าเคมีภัณฑ์ให้ทดลองใช้ เพื่อทราบถึงคุณภาพของสินค้า (1 ราย)
10. ควรมีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ (1 ราย)
11. ควรมีการจัดเก็บสินค้าให้มีมาตรฐาน เช่น การควบคุมอุณหภูมิ ความชื้น (1 ราย)
12. ควรมีสินค้าให้เลือกหลากหลายและราคายุติธรรม (1 ราย)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved