

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลง
ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการ
ตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผลการศึกษสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลง
ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 - 3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลง
ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ
 - 3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลง
ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ
 - 3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลง
ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามสาขาวิชา
 - 3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลง
ของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พบว่านักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 40.4 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 59.6 นักศึกษาส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 อายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.3 และอายุมากกว่า 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.7

นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาในคณะมนุษยศาสตร์และคณะวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.2 เท่ากัน คณะพยาบาลศาสตร์ร้อยละ 10.7 คณะวิศวกรรมศาสตร์ร้อยละ 10.1 คณะสังคมศาสตร์ร้อยละ 8.4 คณะศึกษาศาสตร์ร้อยละ 7.9 คณะเกษตรศาสตร์ร้อยละ 6.7 คณะแพทยศาสตร์ร้อยละ 6.2 คณะบริหารธุรกิจร้อยละ 5.6 คณะเทคนิคการแพทย์ร้อยละ 5.1 คณะเภสัชศาสตร์และคณะอุตสาหกรรมเกษตรร้อยละ 3.4 เท่ากัน คณะทันตแพทยศาสตร์และคณะเศรษฐศาสตร์ร้อยละ 2.8 เท่ากัน คณะจิตรศิลป์ร้อยละ 2.2 และคณะสัตวแพทย์และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ร้อยละ 1.1 เท่ากัน

นักศึกษาส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.5 มีรายได้ต่อเดือน 4,001 – 6,000 บาท ร้อยละ 27.0 มีรายได้ต่อเดือน 6,001 – 8,000 บาท ร้อยละ 6.7 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 8,000 บาท ร้อยละ 2.8

นักศึกษาส่วนใหญ่พักอาศัยที่หอพักของมหาวิทยาลัยคิดเป็นร้อยละ 47.8 พักอาศัยที่บ้านของผู้ปกครองร้อยละ 25.3 พักอาศัยที่หอพักเอกชน ร้อยละ 23.0 และพักอาศัยที่คอนโดมิเนียมส่วนตัวร้อยละ 3.9

นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะเดินทางคิดเป็นร้อยละ 53.4 ใช้รถโดยสารประจำทางเป็นพาหนะเดินทางร้อยละ 22.5 ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทางร้อยละ 20.8 และใช้รถจักรยานเป็นพาหนะเดินทางร้อยละ 3.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พบว่านักศึกษาที่ซื้อเทปหรือซีดีเพลงจากร้านใกล้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อแบบนานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 79.2 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงจากร้านที่ตั้งอยู่บนภาคสวนแก้ว ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อแบบนานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.8 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงจากร้านที่ตั้งอยู่บนแอร์พอร์ตพลาซ่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อแบบไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 65.2 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงจากมูมขายเทปในร้านสะดวกซื้อ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อแบบไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 56.8 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงจากแผนกเทปหรือซีดีในบิ๊กซี (Big C) ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อแบบไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 66.3 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงจากแผนกเทปหรือซีดีใน

โลตัส (Lotus Supercenter) ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อแบบไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 59.0 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงจากแผนกเทปหรือซีดีในคาร์ฟูร์ (Carrefour) ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อแบบไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 61.2 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงจากแผนกเทปหรือซีดีในแมคโคร (makro) ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อแบบไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 78.1 และซื้อเทปหรือซีดีเพลงจากร้านค้าปลีกของค่ายเทป ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อแบบไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 63.5

นักศึกษาส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเทป Cassette คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาคือนิยมซื้อในรูปแบบของแผ่นซีดี คิดเป็นร้อยละ 29.8

นักศึกษาส่วนใหญ่เลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงประเภทเพลงไทยสากล คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาคือซื้อเทปหรือซีดีเพลงประเภทเพลงสากล คิดเป็นร้อยละ 27.5 และประเภทเพลงลูกทุ่ง คิดเป็นร้อยละ 2.8

เกณฑ์ในการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาที่มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเป็นลำดับที่ 1 คือซื้อทุกประเภทที่ฟังแล้วชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 69.7 เกณฑ์ในการเลือกซื้อที่มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักลำดับที่ 2 คือซื้อเฉพาะศิลปินคนโปรด โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 49.8 ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักลำดับที่ 3 คือซื้อเมื่อมีเพลงเพราะเกินกว่าครึ่งหนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 36.5

นักศึกษาส่วนใหญ่มีความถี่ในการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงใน 1 เดือนน้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.3 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงใน 1 เดือน 1 – 2 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 39.9 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงใน 1 เดือน 3 – 4 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 8.4 ซื้อเทปหรือซีดีเพลง 4 – 6 ครั้งใน 1 เดือนคิดเป็นร้อยละ 2.2 และซื้อเทปหรือซีดีเพลงมากกว่า 6 ครั้งใน 1 เดือน คิดเป็นร้อยละ 1.1

นักศึกษาส่วนใหญ่ซื้อเทปหรือซีดีเพลงใน 1 ครั้งเป็นจำนวน 1 – 2 ม้วน(แผ่น) คิดเป็นร้อยละ 93.8 ซื้อเทปหรือซีดีเพลงใน 1 ครั้งเป็นจำนวน 3 – 4 ม้วน(แผ่น)คิดเป็นร้อยละ 5.6 และซื้อเทปหรือซีดีเพลงใน 1 ครั้งมากกว่า 4 ม้วน(แผ่น)คิดเป็นร้อยละ 0.6

นักศึกษาส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเทปหรือซีดีเพลงโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน น้อยกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 84.3 มีค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 11.8 และค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 3.9

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของ
นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ลำดับของค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาส่วนใหญ่ ลำดับที่หนึ่งคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 3.95 3.89 3.82 3.80 3.77 และ 3.56 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้านมีดังนี้

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่มีคุณภาพเสียงชัดเจน เทปหรือซีดีเพลงมีบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้แน่ใจว่าเป็นของใหม่ มีเทปหรือซีดีเพลงที่ทันสมัยวางจำหน่ายอยู่เสมอ การมีแนวเพลงให้เลือกหลายประเภท เทปหรือซีดีเพลงมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดอยู่เสมอ มีเพลงของศิลปินให้เลือกหลายค่ายเพลง และจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 4.01 3.96 3.88 3.87 3.74 และ 3.58 ตามลำดับ

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การมีถุงใส่ที่มีลวดลายสวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77

- ปัจจัยด้านราคา

นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้านมีดังนี้

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงในราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่น การมีเทปหรือซีดีเพลงราคาพิเศษจำหน่าย และการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงในราคาเท่ากับที่อื่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 3.98 และ 3.65 ตามลำดับ

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การขายเทปหรือซีดีเพลงตามราคาปกเทปหรือซีดีเพลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

- ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย

นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้านมีดังนี้

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง ใกล้ที่พักอาศัย ใกล้สถานศึกษา มีความสะดวกในการจอดรถ ใกล้ศูนย์การค้า เป็นร้านที่รู้จักกันโดยทั่วไป โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 4.03 3.98 3.89 3.61 และ 3.55 ตามลำดับ

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ใกล้แหล่งบันเทิง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้านมีดังนี้

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการจัดรายการขายเทปหรือซีดี เพลงราคาพิเศษ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีตารางจัดอันดับอัลบั้มขายดี มีการสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของรางวัล มีการแจกของแถม และมีการจัดกิจกรรมพบศิลปินเปิดอัลบั้มใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 3.84 3.65 3.60 3.60 และ 3.55 ตามลำดับ

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ เป็นผู้สนับสนุนรายการวิทยุ และมีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และ 3.10 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านบุคคล

นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้านมีดังนี้

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี พนักงานขายพูดจาสุภาพ พนักงานขายเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเพลงเป็นอย่างดี และพนักงานขายมีจำนวนมากพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 4.19 4.03 และ 3.50 ตามลำดับ

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานขายแต่งกายสุภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้านมีดังนี้

ทุกปัจจัยนักศึกษาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีเครื่องเล่นให้ทดลองฟัง มีอากาศเย็นสบาย เป็นสถานที่ที่สะอาด มีเนื้อที่ของร้านกว้างขวาง มีแสงสว่างที่เพียงพอ และมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 4.01 4.01 3.87 3.84 และ 3.76 ตามลำดับ

- ปัจจัยด้านกระบวนการ

นักศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยรายละเอียดของปัจจัยแต่ละด้านมีดังนี้

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การจัดหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลงให้หาได้โดยง่าย มีป้ายบอกราคาเทปหรือซีดีที่ชัดเจน มีป้ายบอกหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลง จัดชั้นวางเทปหรือซีดีเพลงให้ดูและหยิบได้สะดวก จัดพื้นที่ได้สะดวกในการเดินไปมาในร้านได้ง่าย และเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 4.33 4.30 4.27 4.15 และ 3.96 ตามลำดับ

ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีระบบการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

ส่วนที่ 3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาศรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

นักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่มีคุณภาพเสียงที่ชัดเจนมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการมีถุงใส่ที่มีลวดลายสวยงามน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านราคา

นักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่นมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการขายเทปหรือซีดีตามราคาปกเทปหรือซีดีเพลงน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย

นักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องการใกล้ที่พักอาศัยและมีความสะดวกในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนนักศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องการมีความสะดวกในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และนักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

นักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องการมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลดมีค่าเฉลี่ย

มากที่สุด ส่วนนักศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องการจัดรายการขายเทปหรือซีดีเพลง ราคาพิเศษมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และนักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านบุคคล

นักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายมีอัตราขายไม่ตรีที่ดีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด นักศึกษาเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายมีจำนวนมากพอมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายแต่งกายสุภาพมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

นักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องการมีเครื่องเล่นให้ทดลองฟังมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด นักศึกษาเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องการมีแสงสว่างที่เพียงพอมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษาเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่องการตกแต่งร้านที่สวยงามมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านกระบวนการ

นักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการจัดหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลงให้หาได้โดยง่ายมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการมีระบบการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตน้อยที่สุด

โดยรวมเฉลี่ยนักศึกษาทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 7 (ลำดับสุดท้าย) คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

นักศึกษาทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และอายุ 20 - 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่มีคุณภาพเสียงที่ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการมีถุงใส่ที่มีลวดลายสวยงามมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 22 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยเรื่องเทปหรือซีดีเพลงมีบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดอยู่เสมอมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการมีเพลงของ

ศิลปินให้เลือกหลายค่ายเพลงและการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์มีค่าเฉลี่ย
น้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านราคา

นักศึกษาทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาที่มีอายุ
น้อยกว่า 20 ปี และอายุ 20 - 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องราคาเทปหรือซีดีเพลงถูกกว่าเมื่อเทียบกับ
ที่อื่นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการขายเทปหรือซีดีตามราคาปกเทปหรือซีดี
เพลงมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 22 ปีให้ความสำคัญในเรื่องการมีเทปหรือ
ซีดีเพลงราคาพิเศษจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องราคาเทปหรือซีดีเพลงเท่า
กับที่อื่นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย

นักศึกษาทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดย
นักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และอายุ 20 - 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องการมีความสะดวกในการ
เดินทางมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด
ส่วนนักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 22 ปีให้ความสำคัญในเรื่องการมีความสะดวกในการเดินทางและเป็น
ร้านที่รู้จักกันโดยทั่วไปมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงและมี
ความสะดวกในการจอดรถมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

นักศึกษาทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดย
นักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องการมีการจัดรายการขายเทปหรือซีดีเพลง
ราคาพิเศษมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด นักศึกษาที่มีอายุ 20 - 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องการการมีระบบสมาชิกเพื่อ
รับส่วนลดมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีค่า
เฉลี่ยน้อยที่สุด นักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 22 ปีให้ความสำคัญในเรื่องการมีตารางจัดอันดับอัลบั้ม
ขายดีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและให้ความสำคัญในเรื่องการสะสมอดซื้อเพื่อแลกของรางวัลมีค่าเฉลี่ย
น้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านบุคคล

นักศึกษาทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาที่มี
อายุน้อยกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายมีธรรมาศัยไมตรีที่ดีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และ
ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายแต่งกายสุภาพและพนักงานขายมีจำนวนมากพอมีค่าเฉลี่ยน้อย
ที่สุด นักศึกษาที่มีอายุ 20 - 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายมีธรรมาศัยไมตรีที่ดีมีค่าเฉลี่ยมาก

ที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายแต่งกายสุภาพมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด นักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายมีอภยาศัยไมตรีที่ดีและพนักงานขายเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเพลงเป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายแต่งกายสุภาพและพนักงานขายมีจำนวนมากพอมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

นักศึกษาทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และอายุ 20 - 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องการมีเครื่องเล่นให้ทดลองฟังมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการตกแต่งร้านที่สวยงามมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องการมีแสงสว่างที่เพียงพอมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการมีเนื้อที่ของร้านกว้างขวางและการตกแต่งร้านที่สวยงามมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านกระบวนการ

นักศึกษาทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาทุกช่วงอายุมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการจัดหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลงให้หาได้โดยง่ายมากที่สุด และนักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และอายุ 20 - 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องการมีระบบการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตได้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 22 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องจัดชั้นวางเทปหรือซีดีเพลงให้ดูและหยิบได้สะดวก เวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อและการมีระบบการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตได้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

โดยรวมเฉลี่ยนักศึกษาทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาทุกช่วงอายุที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 7 (ลำดับสุดท้าย) คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ของนักศึกษาที่มีอายุ 20 - 22 ปีที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 6 (ลำดับสุดท้าย) คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และของนักศึกษาที่มีอายุมากกว่า 22 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 7 (ลำดับสุดท้าย) คือ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย

ส่วนที่ 3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของ นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามสาขาวิชา

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

นักศึกษาในทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดย นักศึกษาในทุกสาขาวิชามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่มีคุณภาพเสียงที่ชัดเจนมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการมีวงใส่ที่มีลวดลายสวยงาม น้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านราคา

นักศึกษาในทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาใน ทุกสาขาวิชามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องราคาเทปหรือซีดีเพลงถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่นมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการขายเทปหรือซีดีตามราคาปกเทปหรือซีดีเพลง น้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย

นักศึกษาในทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาในทุกสาขาวิชามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการมีความสะดวกในการเดินทาง มากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

นักศึกษาในทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาในทุกสาขาวิชามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการมีการจัดรายการขายเทปหรือซี ดีเพลงราคาพิเศษมากที่สุด และนักศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพและสาขาวิชาสังคม ศาสตร์ให้ความสำคัญในเรื่องการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีค่าน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษา ในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้ความสำคัญในเรื่องการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการเป็นผู้สนับสนุนรายการวิทยุมีค่าน้อยที่สุด

- ปัจจัยด้านบุคคล

นักศึกษาในทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษา ในทุกสาขาวิชามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายมีอัตราขายไมตรีที่ดีมากที่สุด และ นักศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพและสาขาวิชาสังคมศาสตร์ให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานขายแต่งกายสุภาพมีค่าน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายมีจำนวนมากพอมีค่าน้อยที่สุด

- **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

นักศึกษาในทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาในทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญในเรื่องการมีเครื่องเล่นให้ทดลองฟังมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องการตกแต่งร้านที่สวยงามน้อยที่สุด

- **ปัจจัยด้านกระบวนการ**

นักศึกษาในทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพให้ความสำคัญในเรื่องการมีป้ายบอกราคาเทปหรือซีดีที่ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาสังคมศาสตร์และสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้ความสำคัญในเรื่องการจัดหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลงให้หาได้โดยง่ายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และนักศึกษาในทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญในเรื่องการมีระบบการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตน้อยที่สุด

โดยรวมเฉลี่ยนักศึกษาทุกสาขาวิชาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาทุกสาขาวิชาที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ และที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 7 (ลำดับสุดท้าย) คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

- **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์**

นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่มีคุณภาพเสียงที่ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการมีถุงใส่ที่มีลวดลายสวยงามน้อยที่สุด

- **ปัจจัยด้านราคา**

นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องราคาเทปหรือซีดีเพลงถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการขายเทปหรือซีดีตามราคาปกเทปหรือซีดีเพลงมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- **ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย**

นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องการมีความสะดวกในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- **ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องการมีการจัดรายการขายเทปหรือซีดีเพลงราคาพิเศษมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- **ปัจจัยด้านบุคคล**

นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และนักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายแต่งกายสุภาพมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 4,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานขายมีจำนวนมากพอน้อยที่สุด

- **ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ**

นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องการมีเครื่องเล่นให้ทดลองฟังมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และนักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่องการตกแต่งร้านที่สวยงามมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่องการมีแสงสว่างที่เพียงพอมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

- **ปัจจัยด้านกระบวนการ**

นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องการจัดหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลงให้หาได้โดยง่ายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญในเรื่องมีระบบการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิตได้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

โดยรวมเฉลี่ยนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า

หรือเท่ากับ 4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่ 7 (ลำดับสุดท้าย) คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 องค์ประกอบ (7P's) และแนวคิดเกี่ยวกับตัวกำหนดคุณภาพของบริการ โดยจากการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้ ดังนี้

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ

พบว่าปัจจัยต่างๆตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 องค์ประกอบ(7P's) มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยเรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้ ปัจจัยที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากโดยมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่หนึ่งคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ลำดับที่สองคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ลำดับที่สามคือ ปัจจัยด้านบุคคล ลำดับที่สี่คือ ปัจจัยด้านราคา ลำดับที่ห้าคือ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ลำดับที่หกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และลำดับที่เจ็ด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านกระบวนการ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาและมีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่นๆ คือ การจัดหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลงให้หาได้โดยง่าย รองลงมาเป็นการมีป้ายบอกราคาเทปหรือซีดีเพลงที่ชัดเจนและมีป้ายบอกหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาและมีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่นๆ คือ การมีเครื่องเล่นให้ทดลองฟัง รองลงมาเป็นการมีอากาศที่เย็นสบายและเป็นสถานที่ที่สะอาด

ปัจจัยด้านบุคคล ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาและมีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่นๆ คือ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี รองลงมาเป็นพนักงานขายพูดจาสุภาพและพนักงานขายเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเพลงเป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาและมีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่นๆ คือ ราคาเทปหรือซีดีเพลงถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่น รองลงมาเป็นการมีเทปหรือซีดีเพลงราคาพิเศษจำหน่าย

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาและมีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่นๆ คือ มีความสะดวกในการเดินทาง รองลงมาเป็นใกล้ที่พักอาศัยและใกล้สถานศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาและมีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่นๆ คือ การจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่มีคุณภาพเสียงที่ชัดเจน รองลงมาเป็นเทปหรือซีดีเพลงที่มีบรรจุกัณฑ์ที่ทำให้แน่ใจว่าเป็นของใหม่และการมีเทปหรือซีดีเพลงที่ทันสมัยวางจำหน่ายอยู่เสมอ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของนักศึกษาและมีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่นๆ คือ มีการจัดรายการขายเทปหรือซีดีเพลงราคาพิเศษ รองลงมาเป็นการมีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด

จากทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 องค์ประกอบ การตลาดบริการจะประกอบไปด้วยการตลาด 3 ประเภท คือ

1. External Marketing ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
2. Internal Marketing ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคล
3. Interactive Marketing ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการ

จากการตลาดบริการที่ประกอบด้วยการตลาด 3 ประเภทดังกล่าว สามารถพิจารณาได้ว่า นักศึกษาให้ความสำคัญกับการตลาดประเภท Interactive Marketing มากที่สุดโดยพิจารณาจากการมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการเป็นลำดับที่ 1 และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพเป็นลำดับที่ 2 รองลงมาเป็นการตลาดประเภท Internal Marketing โดยพิจารณาจากการมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคคลเป็นลำดับที่ 3 และต่อมาเป็นการตลาดประเภท External Marketing โดยพิจารณาจากการมีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับที่ 4 ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายเป็นลำดับที่ 5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับที่ 6 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับที่ 7

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง การมีแนวเพลงให้เลือกหลายประเภท และการมีเพลงของศิลปินให้เลือกหลายค่ายเพลง มีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “พฤติกรรมกรเลือกซื้อเพลงสากลลิขสิทธิ์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่” ของ ปิยะ ธนาภรณ์ พบว่า สิ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในด้านผลิตภัณฑ์และสถานที่จัดจำหน่าย คือ ตัวศิลปินผู้ร้อง และร้านที่มีจำนวนเทปให้เลือกมาก

จากการศึกษายังพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการจัดกิจกรรมพบศิลปินเปิดอัลบั้มใหม่และการมีตารางจัดอันดับอัลบั้มขายดี มีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยเรื่อง “ธุรกิจเทปเพลงปี 44 : ปรับตัวรับกระแส” ของบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ที่เห็นว่าผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์การตลาดโดยการประชาสัมพันธ์นักร้องในค่ายเพลงและอัลบั้มเพลงใหม่ให้ลูกค้าได้ทราบความเคลื่อนไหวของศิลปินและเพลงที่ลูกค้าชื่นชอบอย่างสม่ำเสมอ

แนวคิดเกี่ยวกับตัวกำหนดคุณภาพของบริการ

แนวคิดในการจัดการคุณภาพบริการ (Managing Service Quality) คือการทำให้คุณภาพของบริการเท่ากับความคาดหวังของลูกค้า (Expected Service) โดยลูกค้าจะเลือกผู้ขายโดยอาศัยปัจจัยต่างๆ หลังจากรับบริการ ดังนั้นตัวกำหนดคุณภาพของบริการที่สอดคล้องตามแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษา คือ

1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผลลัพธ์หรือบริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง จากการศึกษพบว่าเทปหรือซีดีเพลงที่มีคุณภาพเสียงที่ชัดเจนและมีบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้แน่ใจว่าเป็นของใหม่ นักศึกษามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก
2. ความรับผิดชอบ (Responsiveness) ต้องให้บริการด้วยความเต็มใจและรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ จากการศึกษพบว่าพนักงานขายที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี และพนักงานขายมีจำนวนมากพอ เป็นปัจจัยที่นักศึกษามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก
3. ความแน่นอน (Assurance) พนักงานที่ให้บริการต้องมีความรู้ความสามารถและความสุภาพ จากการศึกษพบว่าพนักงานขายพูดจาสุภาพและพนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับเพลงเป็นอย่างดี เป็นปัจจัยที่นักศึกษามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก
4. ความเอาใจใส่ (Emphathy) พนักงานที่ให้บริการต้องเอาใจใส่ต่อลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี จากการศึกษพบว่าพนักงานขายที่มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี เป็นปัจจัยที่นักศึกษามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก
5. ความสนใจทางด้านวัตถุ (Tangible) เป็นการสนับสนุนการให้บริการด้านการจัดหาเครื่องอำนวยความสะดวก จากการศึกษพบว่ากรณีมีเครื่องเล่นให้ทดลองฟังเป็นปัจจัยที่นักศึกษามีค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท มีที่พักอาศัยเป็นหอพักของมหาวิทยาลัย และใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะเดินทาง ดังนั้นจึงพบว่าแหล่งของร้านขายเทปหรือซีดีเพลงที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อจึงเป็นร้านที่ตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และแหล่งของร้านขายเทปหรือซีดีเพลงที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อ คือ แผงกเทปหรือซีดีเพลงในแมกโคร (makro) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเทป Cassette โดยมีเกณฑ์ในการเลือกซื้อลำดับที่ 1 คือ ซื้อทุกประเภทที่ฟังแล้วชอบ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการมีเงินใส่ที่มีลวดลายสวยงามมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องการจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่ถูกต้องตามลิขสิทธิ์อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการขายเทปหรือซีดีเพลงตามราคาปกเทปหรือซีดีเพลงมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง)

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการอยู่ใกล้แหล่งบันเทิงมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องการเป็นร้านที่รู้จักกันโดยทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง) นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องการจัดกิจกรรมพบศิลปินเปิดอัลบั้มใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานแต่งกายสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง) แต่เมื่อจำแนกตามเพศพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวในระดับมาก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการตกแต่งร้านที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับมาก)

ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการมีระบบการจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับสุดท้าย (ความสำคัญระดับปานกลาง) แต่เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวในระดับปานกลาง แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทราบว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน แต่ให้ความสำคัญโดยรวมเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในทุกปัจจัย ดังนั้นผู้ประกอบการควรทำการวางแผนการตลาดและปรับปรุงการให้บริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดและทำให้เกิดการซื้อซ้ำ โดยมุ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเทปหรือซีดีเพลงของนักศึกษารวมถึงความต้องการในแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านกระบวนการ นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ การจัดหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลงให้หาได้โดยง่าย มีป้ายบอกราคาเทปหรือซีดีเพลงที่ชัดเจน มีป้ายบอกหมวดหมู่ของเทปหรือซีดีเพลง จัดชั้นวางเทปหรือซีดีเพลงให้หยิบและดูได้สะดวก จัดพื้นที่ภายในร้านให้เดินไปมาได้สะดวก และเวลาเปิด-ปิดของร้านสะดวกต่อการเลือกซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงระบบงานบริการและความเป็นระเบียบของร้านอยู่เสมอ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าจากการให้ได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ การมีเครื่องเล่นให้ทดลองฟัง มีอากาศเย็นสบาย เป็นสถานที่ที่สะอาด มีเนื้อที่ของร้านกว้างขวาง มีแสงสว่างที่เพียงพอ และการตกแต่งร้านที่สวยงาม ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้มีบรรยากาศที่ดีและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ปัจจัยด้านบุคคล นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ พนักงานขายมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี พุดจาสุภาพ และเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับเพลงเป็นอย่างดี ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจ้างบุคคลที่มีใจรักในงานบริการ (Service Mind) และการอบรมพัฒนาบุคคลให้เห็นความสำคัญของงานบริการอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการสร้างให้ลูกค้า

เกิดความรู้สึกให้เป็นที่ยอมรับว่าพนักงานขายเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ มีความพร้อมทั้งในด้านบุคลิกภาพ กิริยามารยาท และความรู้ความสามารถที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

ปัจจัยด้านราคา นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ราคาเทปหรือซีดีเพลงถูกกว่าเมื่อเทียบกับที่อื่น และการมีเทปหรือซีดีเพลงราคาพิเศษจำหน่าย ดังนั้นผู้ประกอบการอาจตั้งราคาขายตามคู่แข่ง โดยผู้ประกอบการอาจให้ความสำคัญในการสร้างความแตกต่างในการให้บริการที่มีคุณภาพเหนือคู่แข่งแทนการแข่งขันในด้านราคาก็ได้

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ มีความสะดวกในการเดินทาง ใกล้ที่พักอาศัย ใกล้สถานศึกษา และมีความสะดวกในการจอดรถ ดังนั้นทำเลที่ตั้งของสถานที่จัดจำหน่ายควรตั้งอยู่ใกล้กับห้องพักของ เพราะนักศึกษาส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในห้องพัก มีระบบการคมนาคมที่ดีและมีบริเวณให้ลูกค้าจอดรถได้สะดวกเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ การจำหน่ายเทปหรือซีดีเพลงที่มีคุณภาพเสียงที่ชัดเจน เทปหรือซีดีเพลงมีบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้แน่ใจว่าเป็นของใหม่ และการมีเทปหรือซีดีเพลงที่ทันสมัยวางจำหน่ายอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการเลือกเทปหรือซีดีเพลงที่จะนำมาวางจำหน่ายว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ มีการตรวจสอบบรรจุภัณฑ์ของเทปหรือซีดีก่อนที่จะนำมาวางจำหน่ายให้กับลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าได้รับผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ มีการจัดรายการขายเทปหรือซีดีเพลงราคาพิเศษ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด มีการสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของรางวัลและมีการแจกของแถม ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์เครื่องมือในการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้า ซึ่งประกอบไปด้วยการลดราคา การแลกของรางวัล แจกรางวัลและของแถม นอกจากนี้การสร้างลูกค้าสัมพันธ์โดยอาศัยระบบสมาชิก ยังเป็นการช่วยทำให้เกิดการซื้อซ้ำของลูกค้าในระยะยาวได้ด้วย