

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด สามารถสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท/เดือน มีอายุการทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน มากกว่า 5-10 ปี หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนพนักงานในบริษัท

มากกว่า 50-100 คน มีการจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศและต่างประเทศ โดยมีระยะเวลาที่สถานประกอบการดำเนินกิจการ ทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 5-10 ล้านบาท รูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด (ไทย)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางด้านพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน มากที่สุด รองลงมา 50,001-200,000 บาท/เดือน มีการจัดซื้อผลิตภัณฑ์กับแหล่งผลิตฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ จำนวน 2-3 ราย มากที่สุด รองลงมา จำนวน 1 ราย บุคคลที่มีอำนาจหรือมีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ มากที่สุด รองลงมา ผู้จัดการโรงงาน แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์มาจากพนักงานขายที่เข้าเสนอขายที่สถานประกอบการ มากที่สุด รองลงมา สมุดรายนการค้า สมุดโทรศัพท์หน้าเหลือง ความถี่ในการซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ต่อปี มากกว่า 12 ครั้งขึ้นไป มากที่สุด รองลงมา 1-3 ครั้ง ปัจจัยที่คิดว่าสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ด้านราคา มากที่สุด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ มีการวางแผนการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ เมื่อสต็อกเหลือประมาณ 1 เดือน มากที่สุด รองลงมา เมื่อสติ๊กเกอร์หมด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (4.14) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (4.09) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4.04) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (3.85) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (4.09) ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่ตั้งชื่อ (4.49) คุณภาพของฉลากบรรจุภัณฑ์ เช่น ด้านความสวยงาม ความคงทนและแบบผลิตภัณฑ์ (4.38) มีการรับประกันการคืนสินค้า (4.37) สินค้าผลิตจากโรงงานที่น่าเชื่อถือ (4.15) มีความหลากหลายของฉลากบรรจุภัณฑ์ (3.90) และปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าผลิตจากโรงงานที่มีชื่อเสียง (3.27)

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (4.14) ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า และแจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา (4.43) ราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน (4.38) มีระยะเวลาในการให้สินเชื่อ (3.98) มีวงเงินสินเชื่อ (3.89) และมีส่วนลดเงินสด (3.71)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (4.04) ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.69) สามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) (4.61) สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้กับสถานประกอบการ (3.58) มีตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ (3.29)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ลาบบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก (3.85) ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ (4.53) พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี (4.47) การบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ (4.46) มีการให้ส่วนลด ทรัพย์สินซื้อเป็นไปตามที่กำหนด (3.90) มีการจัดโปรโมชั่นสินค้าลดราคาและของแถม (3.53) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร แผ่นพับ ฯลฯ (3.14) การโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ (2.89)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ จำแนกตาม การ
จัดจำหน่าย ทุนจดทะเบียนธุรกิจ ยอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์

ตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตนิคมอุตสาหกรรม
จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การจำแนก	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย
การจัดจำหน่ายในประเทศ	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ	4.65
การจัดจำหน่าย ต่างประเทศ	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ	4.57
การจัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ	- คุณภาพของฉลากบรรจุภัณฑ์ เช่น ด้านความสวยงาม - ความคงทน และแบบผลิตภัณฑ์	4.44
ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท	คุณภาพของฉลากบรรจุภัณฑ์ เช่น ด้านความสวยงาม ความคงทน และแบบผลิตภัณฑ์	5.00
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 5-10 ล้านบาท	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ	4.53
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 10-20 ล้านบาท	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ	4.66
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 20-50 ล้านบาท	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ	4.58
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 50-100 ล้านบาท	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ	4.40
ทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป	คุณภาพของฉลากบรรจุภัณฑ์ เช่น ด้านความสวยงาม ความคงทน และแบบผลิตภัณฑ์	4.21
ยอดซื้อไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ	4.55
ยอดซื้อ 50,001-200,000 บาท/เดือน	มีการรับประกันการคืนสินค้า	4.64
ยอดซื้อ 200,0001-500,000 บาท/เดือน	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ	4.28
ยอดซื้อมากกว่า 500,000 บาท/เดือน	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ	4.16

จากตารางที่ 40 พบว่า การศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการพบว่าหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มการจัดจำหน่ายสินค้าให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดจำหน่ายในประเทศและจัดจำหน่าย ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับจำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทส ให้ความสำคัญกับคุณภาพของฉลากบรรจุภัณฑ์ เช่น ด้านความสวยงาม ความคงทน และแบบผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก

หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มทุนจดทะเบียนธุรกิจให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ ไม่เกิน 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับคุณภาพของฉลากบรรจุภัณฑ์ เช่น ด้านความสวยงาม ความคงทน และแบบผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก ส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า

5-10 ล้านบาท มากกว่า 10-20 ล้านบาท และมากกว่า 20-50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับจำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 50-100 ล้านบาท ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ให้ความสำคัญกับจำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ เป็นลำดับแรก และส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับคุณภาพของฉลากบรรจุภัณฑ์ เช่น ด้านความสวยงาม ความคงทน และแบบผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก

หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มยอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับจำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ เป็นลำดับแรก ส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ 50,001-200,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับการรับประกันการคืนสินค้า เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ 200,001-500,000 บาท/เดือน และมากกว่า 500,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ให้ความสำคัญกับจำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ เป็นลำดับแรก

ตารางที่ 41 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลลากบรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

การจำแนก	ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย
การจัดจำหน่ายในประเทศ	ราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน	4.57
การจัดจำหน่าย ต่างประเทศ	-ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า -ราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน -แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา	4.35
การจัดจำหน่ายในประเทศและ ต่างประเทศ	-ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า -แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา	4.44
ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท	แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา	4.75
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 5-10 ล้านบาท	-ราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน -แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา	4.53
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 10-20 ล้านบาท	-ราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน -แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา	4.27
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 20-50 ล้านบาท	แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา	4.59
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 50-100 ล้านบาท	แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา	4.50
ทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป	ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า	4.29
ยอดซื้อไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน	-ราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน -แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา	4.50
ยอดซื้อ 50,001-200,000 บาท/เดือน	ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า	4.42
ยอดซื้อ 200,0001-500,000 บาท/เดือน	ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า	4.42
ยอดซื้อมากกว่า 500,000 บาท/เดือน	แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา	4.50

จากตารางที่ 41 พบว่า การศึกษาปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มการจัดจำหน่ายสินค้าให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดจำหน่ายในประเทศ ให้ความสำคัญกับราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดจำหน่าย ต่างประเทศ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญกับ ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า ราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน และแจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา เป็นลำดับแรก และส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า และแจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา เป็นลำดับแรก

หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มทุนจดทะเบียนธุรกิจให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียน ไม่เกิน 5 ล้านบาท มากกว่า 20-50 ล้านบาท และมากกว่า 50-100 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับ แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา เป็นลำดับแรก และส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 5-10 ล้านบาท และมากกว่า 10-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับ ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า และแจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา มีส่วนลดเงินสด เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญกับ ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า เป็นลำดับแรก

หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มยอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับ ราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน และแจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา เป็นลำดับแรก และส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มากกว่า 500,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับ แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ 50,001-200,000 บาท/เดือน และ 200,001-500,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญกับราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า เป็นลำดับแรก

ตารางที่ 42 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การจำแนก	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย
การจัดจำหน่ายในประเทศ	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.69
การจัดจำหน่าย ต่างประเทศ	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.71
การจัดจำหน่ายในประเทศและ ต่างประเทศ	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.67
ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	5.00
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 5-10 ล้านบาท	สามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร)	4.76
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 10-20 ล้านบาท	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.53
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 20-50 ล้านบาท	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.70
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 50-100 ล้านบาท	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.85
ทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท ขึ้นไป	-สามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) -ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า -ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.64
ยอดซื้อไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.77
ยอดซื้อ 50,001-200,000 บาท/เดือน	สามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร)	4.60
ยอดซื้อ 200,001-500,000 บาท/เดือน	สามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร)	4.42
ยอดซื้อมากกว่า 500,000 บาท/เดือน	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	4.83

จากตารางที่ 42 พบว่า การศึกษาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มการจัดจำหน่ายสินค้าให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดจำหน่ายในประเทศ จัดจำหน่าย ต่างประเทศ และจัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า เป็นลำดับแรก

หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มทุนจดทะเบียนธุรกิจให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ ไม่เกิน 5 ล้านบาท มากกว่า 10-20 ล้านบาท มากกว่า 20-50 ล้านบาท และ มากกว่า 50-100 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า เป็นลำดับแรก ส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 5-10 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับสามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) เป็นลำดับแรก และส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับสามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า เป็นลำดับแรก

หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มยอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน และ มากกว่า 500,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า เป็นลำดับแรก และส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ 50,001-200,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับสามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ 200,001-500,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด ให้ความสำคัญกับสามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) เป็นลำดับแรก

ตารางที่ 43 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลลดาบรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การจำแนก	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย
การจัดจำหน่ายในประเทศ	พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ	4.65
การจัดจำหน่าย ต่างประเทศ	พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ	4.64
การจัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ	พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี	4.45
ทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท	-พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ -พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี	5.00
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 5-10 ล้านบาท	พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ	4.60
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 10-20 ล้านบาท	-พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี -การบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ	4.66
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 20-50 ล้านบาท	พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี	4.52
ทุนจดทะเบียน มากกว่า 50-100 ล้านบาท	พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ	4.60
ทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป	การบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ	4.42
ยอดซื้อ ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน	พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ	4.61
ยอดซื้อ 50,001-200,000 บาท/เดือน	พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ และสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ	4.60

ตารางที่ 43 (ต่อ)

การจำแนก	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย
ยอดซื้อ 200,0001-500,000 บาท/เดือน	การบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ	4.00
ยอดซื้อมากกว่า 500,000 บาท/เดือน	การบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ	4.66

จากตารางที่ 43 พบว่า การศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มการจัดจำหน่ายสินค้าให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดจำหน่ายในประเทศ และจัดจำหน่าย ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำและสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ให้ความสำคัญกับ พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นลำดับแรก

หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มทุนจดทะเบียนธุรกิจให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ ไม่เกิน 5 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำและสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นลำดับแรก ส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 5-10 ล้านบาท และมากกว่า 50-100 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำและสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ เป็นลำดับแรก ส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 10-20 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับ พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี และการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ เป็นลำดับแรก และส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 20-50 ล้านบาท ให้ความสำคัญกับ พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจ มากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ เป็นลำดับแรก

หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มยอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด โดยหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน และ 200,001-500,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำและสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ เป็นลำดับแรก ส่วนหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มากกว่า 500,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ เป็นลำดับแรก ยกเว้นหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ 50,001-200,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ เป็นลำดับแรก

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์

จากการศึกษา พบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม พบปัญหา มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (4.42) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4.41) ปัญหาด้านราคา (4.06) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (4.04) เรียงตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของวัตถุดิบไม่คงที่ และการบริการการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษาด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ (4.51) ฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์เกิดปัญหาตัวอักษรไม่ได้มาตรฐาน (4.50) ฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์เกิดปัญหาขนาดไม่ตรงมาตรฐาน (4.48) กาวของวัตถุดิบไม่ตรงตามมาตรฐาน (4.46) ฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์เกิดปัญหาสีไม่ได้มาตรฐาน (4.42) วัตถุดิบไม่ตรงตามมาตรฐาน (4.42) ไม่มีการรับประกันตัวสินค้า เช่น ไม่รับประกันฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ที่ไม่มีคุณภาพ (4.36) ฉลากบรรจุภัณฑ์ของสติ๊กเกอร์เกิดปัญหารอยขีดข่วนบนฉลาก (4.34) การผสมของงานคนละแบบในบรรจุภัณฑ์ (4.32) และฉลากบรรจุภัณฑ์เกิดปัญหาการเหลื่อมของสี (4.31)

ปัญหาด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.06) ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการแจ้งเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า (4.44) กิรราคาสินค้าผิด (4.40) ราคาสินค้าไม่คงที่ (4.27) มีการเปลี่ยนแปลงราคาบ่อย (4.20) ระยะเวลาการให้เครดิตสั้น (3.87) ไม่มีส่วนลดหรือไม่ มีลดราคาเมื่อจ่ายเงินสด (3.62) และวงเงินสินเชื่อต่ำ (3.60)

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.41) ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ การบริการจัดส่งล่าช้า ไม่สามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา (4.65) การส่งมอบสินค้าไม่ครบจำนวนตามที่กำหนดไว้ (4.53) ไม่สะดวกในการติดต่อ (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) (4.50) การส่งสินค้าผิดสถานที่ (4.36) สินค้าได้รับความเสียหายระหว่างการขนส่ง (4.43) และไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าทาง โทรสาร, อินเทอร์เน็ต ได้ (4.10)

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (4.04) ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ (4.56) พนักงานขายไม่สามารถตอบปัญหาหรือแก้ไขปัญหาได้ (4.51) พนักงานขายที่ติดต่อไม่สุภาพ (4.40) ไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้า (4.20) ไม่มีการลดราคา (3.67) ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดและของแถม (3.54) และไม่มีการประชาสัมพันธ์ (3.43)

ตารางที่ 44 สรุปปัจจัยและปัญหาย่อยที่มีความสำคัญอันดับแรก ของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ปัจจัย	ปัญหา
ผลิตภัณฑ์	จำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ ตรงตามที่สั่งซื้อ (4.49) (มาก)	- คุณภาพของวัตถุดิบไม่คงที่ - การบริการหลังการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษา, การติดตามผลงาน, และการสร้างความพึงพอใจ (4.51) (มากที่สุด)
ราคา	- ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า - แจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา (4.43) (มาก)	ไม่มีการแจ้งเปลี่ยนแปลงราคา ล่วงหน้า (4.44) (มาก)
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4.69) (มากที่สุด)	การบริการจัดส่งล่าช้า ไม่สามารถส่งสินค้าได้ตรงเวลา (4.65) (มากที่สุด)
การส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำ (4.53) (มากที่สุด)	พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ (4.56) (มากที่สุด)

อภิปรายผล

ในการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้ระเบียบวิธีการศึกษา ใช้ทฤษฎีและแนวคิด ปัจจัยทางการตลาด และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยทุกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ของหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านจำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพล แซ่ลิ้ม (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นกระดาษลูกฟูกของบริษัทผลิตกล่องกระดาษลูกฟูกในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นกระดาษลูกฟูกผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพของกระดาษ ขนาดความหนาของแผ่นกระดาษลูกฟูกมีค่าตามมาตรฐาน มีการรับประกันสินค้า และสีของกระดาษคงที่ ในระดับมาก ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าสินค้าที่ผลิตจากโรงงานที่มีชื่อเสียงให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้ายซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพล แซ่ลิ้ม (2548) และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อัมพร จงรัตนกุล (2548) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกระดาษ Double A แบบ Delivery ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญในเรื่องของความเรียบของกระดาษ ความขาวของกระดาษ ความหนา กระดาษไม่ติดเครื่อง และก็ไม่สอดคล้องกับ สุวัฒน์ เมฆพฤษาวาส์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเม็ดพลาสติกโพลีไทรีนของโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญมากที่สุดคือการรับประกันสินค้ารองลงมาคือมาตรฐานคุณภาพพลาสติก โรงงานอุตสาหกรรมพลาสติกไม่ได้ยึดถือตราสินค้า

ปัจจัยด้านราคา

ในด้านราคา พบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้าและแจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพล แซ่ลิ้ม (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นกระดาษลูกฟูกของบริษัทผลิตกล่องกระดาษลูกฟูกในจังหวัดสมุทรสาครพบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาสินค้าและความคงที่ของราคาแจ้งราคาขายก่อนทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงในระดับมาก ในเรื่องการมีส่วนลดเงินสดให้ความสำคัญเป็นลำดับสุดท้าย และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อำพร จงรัตนกุล (2548) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกระดาษ Double A แบบ Delivery ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านราคาของผู้บริโภคพอใจมากมาจากความรู้สึกไม่แพงเมื่อเทียบประโยชน์ที่ได้รับเสมอ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า หน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพล แซ่ลิ้ม (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นกระดาษลูกฟูกของบริษัทผลิตกล่องกระดาษลูกฟูกในจังหวัดสมุทรสาครพบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้าในระดับมาก และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อำพร จงรัตนกุล (2548) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อกระดาษ Double A แบบ Delivery ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าทางด้านการจัดจำหน่ายโดยความสะดวกในการซื้อกระดาษผ่านทางโทรศัพท์ผ่าน Call Center

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำและสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุพรรณ เมฆพุกยววงศ์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเม็ดพลาสติกโพลีสไตรีนของโรงงานอุตสาหกรรมพลาสติกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าข้อมูลด้านเทคนิค การบริการก่อนและหลังการขาย และการแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่ง และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วีระพล แซ่ลี้ม (2548) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แผ่นกระดาษลูกฟูกของบริษัทผลิตกล่องกระดาษลูกฟูกในจังหวัดสมุทรสาครพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้ส่วนลดเมื่อมีการสั่งซื้อในปริมาณมาก ๆ ในแต่ละครั้งตามที่กำหนดในระดับมาก เรื่องการโฆษณาในสมุดหน้าเหลืองลำดับสุดท้าย

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ มีข้อค้นพบดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า บริษัทขนาดเล็กที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 5-10 ล้านบาท มากกว่า 10-20 ล้านบาท มากกว่า 20-50 ล้านบาท มากกว่า 50-100 ล้านบาท และมียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์มากกว่า 200,001 บาท/เดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านจำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ตรงตามที่สั่งซื้อ เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทขนาดเล็กที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 5 ล้านบาท และบริษัทขนาดกลางที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป มีการจัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพของฉลากบรรจุภัณฑ์ เช่น ด้านความสวยงาม ความคงทนและแบบผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

พบว่า บริษัทขนาดเล็กที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจมากกว่า 5-20 ล้านบาท มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน มีการจัดจำหน่ายต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน และแจ้งราคาขายทุกครั้งเมื่อมีการปรับราคา ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทขนาดกลางที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป และยอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ 50,001-500,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า ในระดับมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่า บริษัทขนาดเล็กที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจไม่เกิน 5 ล้านบาท มากกว่า 10-100 ล้านบาท มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน 50,001-200,000 บาท/เดือน มากกว่า 500,000 บาท/เดือน และทุกกลุ่มการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ในระดับมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทขนาดเล็กที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 5-10 ล้านบาท บริษัทขนาดกลางที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป และยอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ 200,001-500,000 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านสามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่า บริษัทขนาดเล็กที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจไม่เกิน 5 ล้านบาท มากกว่า 5-10 ล้านบาท มากกว่า 50-100 ล้านบาท บริษัทขนาดกลางที่มีทุนจดทะเบียนธุรกิจมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป มียอดการสั่งซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ไม่เกิน 50,000 บาท/เดือน 50,001-200,000 บาท/เดือน 200,001-500,000 บาท/เดือน และมีการจัดจำหน่ายในประเทศ จัดจำหน่าย ต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านพนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำและสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ ในระดับมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทขนาดเล็กที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 10-20 ล้านบาท มากกว่า 20-50 ล้านบาท มีการจัดจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในด้านพนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ สถานประกอบการควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุดและระดับมากโดยการแก้ไขปัญหาทุกปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ว่าปัญหาที่พบนั้นจะมีค่าเฉลี่ยในระดับมากหรือน้อยก็ตาม โดยมีข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

สถานประกอบการผลิตฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ควรให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ โดยการจัดพนักงานไว้คอยตรวจสอบจำนวนหรือชนิดของฉลากบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามที่ลูกค้าสั่งซื้อ สร้างมาตรฐานคุณภาพของวัตถุดิบให้คงที่ มีการรับประกันการคืนสินค้าในกรณีสินค้าไม่ตรงตามข้อตกลงร่วมกัน มีการให้บริการการขาย ได้แก่ การให้คำปรึกษาด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์กับลูกค้า และให้มีความระมัดระวังในการพิมพ์งานให้สีไม่มีการเสื่อมของสีหรือในกรณีที่สีเกิดการเสื่อมก็ต้องอยู่ในค่าที่ลูกค้ายอมรับได้ เป็นสถานประกอบการที่มีภาพลักษณ์น่าเชื่อถือ

ด้านราคา

สถานประกอบการผลิตฉลากบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ควรให้ความสำคัญกับการให้ราคาที่เป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า มีการให้ส่วนลดเมื่อลูกค้าชำระเงินเป็นเงินสด และในส่วนของปัญหาด้านราคา ได้แก่ ไม่มีการแจ้งเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า ดังนั้นควรสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้รับทราบการเปลี่ยนแปลงราคา รวมทั้งควรมีการเพิ่มระยะเวลาและวงเงินเครดิตให้มากยิ่งขึ้นอย่างเหมาะสม ตามจำนวนและปริมาณ โดยเฉลี่ยที่สั่งซื้อของแต่ละบริษัท

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สถานประกอบการผลิตผลากบรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในด้านของความเร็วในการจัดส่งสินค้า และสามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) ในส่วนของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีการจัดพนักงานไว้คอยตรวจสอบวางแผนเกี่ยวกับการสั่งซื้อและติดตามผลการส่งมอบสินค้า ให้ตรงตามเวลาและครบตามจำนวนตามที่ลูกค้าสั่งซื้อไว้ และมีการจัดพนักงานและเครื่องมือทางการตลาด อย่างเช่น โทรศัพท์ โทรสาร และอินเทอร์เน็ต ให้มีความพร้อมเพื่อสนับสนุนการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สถานประกอบการผลิตผลากบรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ควรให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ในส่วนการให้บริการของพนักงานขายควรจัดอบรมให้ความรู้ทั้งในด้านตัวผลิตภัณฑ์ ทักษะในการขาย และมีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร ประชาสัมพันธ์ทางการตลาดเพื่อเป็นการเพิ่มยอดการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้า