บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 31-30 ปี และมีอาชีพอิสระมากที่สุด โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสบู่และแชมพูสมุนไพร

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพร และส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์สบู่สมุนไพรใช้สบู่อาบน้ำ (ก้อน) สบู่สมุนไพรชนิดอาบน้ำ (เหลว) สบู่สมุนไพรล้างหน้าชนิดก้อน และสบู่สมุนไพรล้างหน้าชนิดเหลวในช่วงราคา 50-99 บาท มากที่สุด ส่วนผลิตภัณฑ์แชมพูสมุนไพรที่ใช้มากที่สุดคือแชมพูสมุนไพร ครีมนวดผมสมุนไพร และครีมหมักผมสมุนไพร ราคาอยู่ในช่วง 50-99 บาท เช่นเดียวกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรโดยการแนะนำจาก เพื่อนมากที่สุด โดยมีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรมากที่สุด 1 ครั้งต่อเดือน โดยมีเหตุผลที่เลือกใช้สบู่และแชมพูสมุนไพร มากที่สุด คือ อยากทดลองใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่ใช้สบู่และแชมพูสมุนไพร เพื่อสุขภาพผิวที่ดี และตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรด้วยตัวเอง สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพร คือ ห้างสรรพสินค้า วิธีซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพร คือ ดูจากสรรพคุณ ในด้านรายการส่งเสริมการขายที่ต้องการมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่สุดคือ ลดราคา ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรมากที่สุดจากสื่อโฆษณาประเภทโทรทัศน์ การใช้สบู่และแชมพูสมุนไพร ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด พบว่า ได้เปลี่ยนยี่ห้อไปเรื่อยๆ โดยมีเหตุผลเพื่ออยากลองยี่ห้อใหม่ และใช้สบู่สมุนไพรมากที่สุด คือ สบู่น้ำผึ้ง ส่วนแชมพูสมุนไพรที่ใช้มากที่สุดคือ แชมพูสมุนไพรมะกรูด-ว่านหางจระเข้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว และ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีหลายระดับราคาให้เลือก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และมีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น และ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร และมีการจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับ สมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพและไม่ได้รับรองมาตรฐานการผลิตจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และ ประเภทผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหามากที่สุดคือ ราคาต่อชิ้นแพงเกินไป รองลงมาคือ ป้ายราคาไม่ชัดเจน และราคาสินค้าไม่คงที่

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ หาซื้อได้ยาก รองลงมาคือ ไม่มีบริการส่งสินค้า และไม่มีสถานที่วางจำหน่ายให้ผู้ซื้อพิจารณาหยิบจับได้ง่ายและสะดวกเพียงพอ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานให้บริการไม่เพียงพอ รองลงมาคือ พนักงานขาดความเชี่ยวชาญ/ ขาดความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่จำเป็น และเอกสารแนะนำสินค้าแนะนำความรู้ยังไม่เพียงพอ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิวและผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และ มีหลายระดับราคาให้เลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และ มีส่วนลดราคา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และมีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร และมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถมเป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถมเป็นต้น และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร

ตารางที่ 64 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย (4.01)	สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ (3.98)
ด้านราคา	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.09)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.01)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	หาซื้อได้ง่าย (3.92)	หาซื้อได้ง่าย (3.90)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีพนักงานขายให้บริการ (3.85)	มีพนักงานขายให้บริการ (3.83)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา อายุ 21-30 ปี อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว และมีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (มอก) และ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือผลิตโดยแพทย์/เภสัชกร/ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสมุนไพร รองลงมาคือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย และ มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ และผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า เหมือนกัน

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือมีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีส่วนลดราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือมีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีหลายระดับราคาให้เลือก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือมีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีหลายระดับราคาให้เลือก และความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิตมีค่าเฉลี่ย เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนในใบเสร็จรับเงิน รองลงมาคือ ความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต และมีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และมีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี และ อายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง รองลงมาคือหาซื้อได้ง่ายสินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และมีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ และสั่งซื้อได้ทางเว็ปไซต์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร รองลงมาคือ มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ และมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่ายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งผลิตวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และมีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งผลิตวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการและ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร เท่ากัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 65 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ				
	อายุไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย (4.02)	สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ (4.07)	ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย (3.83)	มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ (4.20)	ผลิตโดยแพทย์/เภสัชกร/ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสมุนไพร (3.93)
ด้านราคา	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.13)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.04)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (3.95)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.24)	มีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนในใบเสร็จรับเงิน (3.93)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	หาซื้อได้ง่าย (3.91)	หาซื้อได้ง่าย (3.91	หาซื้อได้ง่าย (3.86)	หาซื้อได้ง่าย (4.09)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง (3.71)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีพนักงานขายให้บริการ และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร (3.83)	มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น (3.89)	ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งผลิตวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ (3.77)	มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำสินค้าแจกฟรีทุกศูนย์จำหน่าย (4.04)	มีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ (3.79)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย รองลงมาคือ ความสวยงามของ ผลิตภัณฑ์ และความชัดเจนและครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มี คุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว และ มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว และประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา และอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือมีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีหลายระดับราคาให้เลือก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือความหลากหลายของ วิธีการชำระเงิน เช่น เงินสด บัตรเครดิต และมีรายละเอียดราคาสินค้าอย่างชัดเจนในใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และมีการแจ้งราคาสินค้าล่วงหน้า

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีหลายระดับราคาให้เลือก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือมีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีส่วนลดราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ ต่อรองราคาได้ และมีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีส่วนลดราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา และอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง 3 อันดับแรก คือ มีแหล่งขายหลายแหล่ง ทำให้สะดวกในการหาซื้อ รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ หาซื้อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีแหล่งขายหลายแหล่ง ทำให้สะดวกในการหาซื้อ รองลงมาคือ หาซื้อได้ง่าย และทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง และสินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ มีแหล่งขายหลายแหล่ง ทำให้สะดวกในการหาซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ และทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และมีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือ มีการจัดรายการพิเศษลดราคา และ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งผลิตวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย 3 อันดับแรก คือให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งผลิตวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และมีการจัดงานและออกบูธแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนปัจจัยประสมา รตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	อาชีพ					
	นักศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	อาชีพอิสระ	พนักงานบริษัทเอกชน
ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย (4.01)	ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย (3.85)	ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย (3.64)	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (มอก) (4.13)	มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ (4.01)	สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ (4.24)
ด้านราคา	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.09)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (3.85)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (3.54)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.10)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.17)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.01)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	หาซื้อได้ง่าย (3.96)	หาซื้อได้ง่าย (3.85)	หาซื้อได้ง่าย (3.86)	มีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ (3.96)	หาซื้อได้ง่าย (4.03)	สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ (3.89)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร (3.83)	มีพนักงานขายให้บริการ (3.71)	ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งผลิตวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ (3.46)	มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น (4.01)	มีพนักงานขายให้บริการ (3.86)	มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น (3.96)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

5.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท และมากกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 15,001-20,000 ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน รองลงมาคือ ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว และประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ รองลงมาคือ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ผลิตโดยแพทย์/เภสัชกร/ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสมุนไพร รองลงมาคือ ประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย และผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ รองลงมาคือ มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ และประเภทของผลิตภัณฑ์หลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท 15,001 – 20,000 และมากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไปให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีหลายระดับราคาให้เลือก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีส่วนลดราคา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือหาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือสินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และมีแหล่งขายหลายแหล่ง ทำให้สะดวกในการหาซื้อ และทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และ มีแหล่งขายหลายแหล่ง ทำให้สะดวกในการหาซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง รองลงมาคือ มีแหล่งขายหลายแหล่ง ทำให้สะดวกในการหาซื้อ และหาซื้อไดง่าย สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และมีการจัดการส่งสินค้าให้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง รองลงมาคือ มีแหล่งขายหลายแหล่ง ทำให้สะดวกในการหาซื้อ หากซื้อได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และมีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น และมีการจัดรายการพิเศษลดราคา มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำแจกฟรี และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร รองลงมาคือ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งผลิตวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ และมีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ และมีการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (มอก) และผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว (3.96)	ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย (3.95)	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (มอก) (4.04)	ผลิตโดยแพทย์/เภสัชกร/ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสมุนไพร (4.14)	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (มอก) (4.19)
ด้านราคา	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (3.98)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (3.96)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.17)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.23)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.11)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	หาซื้อได้ง่าย (3.87)	หาซื้อได้ง่าย (3.89)	หาซื้อได้ง่าย (4.06)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง (3.82)	ทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง (4.00)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร (3.83)	มีพนักงานขายให้บริการ (3.78)	มีพนักงานขายให้บริการ (3.98)	มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร (3.96)	มีพนักงานขายให้บริการ (4.00)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

5.5 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือปวช. อนุปริญญาหรือปวส. และปริญญาตรี ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย รองลงมาคือ มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ รองลงมาคือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย และผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและ ไม่ระคายเคืองผิว

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาอนุปริญญาตรีหรือปวส. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว รองลงมาคือ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ และประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว และมีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (มอก) รองลงมาคือ ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย และผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และผลิตโดยแพทย์/เภสัชกร/ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสมุนไพร และสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน และมีหลายระดับราคาให้เลือก และต่อรองราคาได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน และมีส่วนลดราคา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และ มีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ และ ทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ มีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ และ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และมีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ มีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อและทำเลที่ตั้งของสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และสินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ รองลงมาคือ หาซื้อได้ง่าย และมีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร และมีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ รองลงมาคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ และมีพนักงานขายให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร
รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น รองลงมาคือ มีพนักงานขายให้บริการ และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ และ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร

ผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น แหล่งผลิตวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ และมีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรอันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัย	ระดับการศึกษาสูงสุด				
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	อนุปริญญา หรือ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์หลากหลาย (4.22)	มีเครื่องหมายองค์การอาหารและยาแสดงบนหีบห่อ (3.88)	ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว (4.11)	สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ (3.96)	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ (มอก) (4.34)
ด้านราคา	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.41)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (3.69)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.18)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (3.99)	ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.48)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	หาซื้อได้ง่าย (4.00)	หาซื้อได้ง่าย (3.69)	หาซื้อได้ง่าย (4.17)	หาซื้อได้ง่าย (3.82)	สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ (4.10)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร และมีการแจกตัวอย่างเพื่อทดลองใช้ (4.00)	มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร (3.68)	มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น (4.04)	มีพนักงานขายให้บริการ (3.82)	มีพนักงานขายให้บริการ (4.10)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผล

การศึกษาศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้กล่าวถึงประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) กล่าวคือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและไม่ระคายเคืองผิว และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐพาณี เติมสิริพจน์ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องของคุณภาพและสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิบูลย์ อสัมภินพงศ์ (2543) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่อง ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอันดับแรกด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาติดชัดเจน และมีหลายระดับราคาให้เลือก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวิบูลย์ อสัมภินพงศ์ (2543) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าด้านราคา ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาที่เหมาะสมใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งที่มีในร้าน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอันดับแรกด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง ราคามาตรฐาน และสอดคล้องกับผลการศึกษา ของพิทักษ์ ยมจินดา(2546)ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ในอำเภอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เมือง ที่พบว่าด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง มาตรฐานของราคา แต่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐพาณี เติมสิริพจน์ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านราคา ในเรื่อง ของราคาต่อขวด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย รองลงมาคือ สินค้ามีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และมีแหล่งขายหลายแหล่งทำให้สะดวกในการหาซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐพาณี เติมสิริพจน์ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่อง หาซื้อง่ายสินค้ามีจำหน่ายสม่ำเสมอ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิบูลย์ อสัมภินพงศ์ (2543) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าด้านช่องทางกการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะดวกในการสั่งซื้อ การจัดส่งสินค้ารวดเร็ว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาล เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอันดับแรกด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง และสอดคล้องกับผลการศึกษา ของพิทักษ์ ยมจินดา(2546)ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ในอำเภอเมือง ที่พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่อง ทำเลที่ตั้งของศูนย์จำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านนี้ในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีพนักงานขายให้บริการ รองลงมาคือ มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม เป็นต้น และ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร และมีการจัดประชุมให้ความรู้เกี่ยวกับ สมุนไพรแก่ลูกค้าโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐพาณี เติมสิริพจน์ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูผสมสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา และมีของแถมเป็นต้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ไพฑูรย์ ตั้งยืนยง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

(2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของโรงพยาบาล เจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจอันดับแรกด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่อง มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์และประโยชน์ของสมุนไพร แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา ของพิทักษ์ ยมจินดา (2546)ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อควบคุมน้ำหนักตราเฮอร์บาไลฟ์ ในอำเภอเมือง ที่พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในเรื่องความเพียงพอของการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิบูลย์ อสัมภินพงศ์ (2543) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่อง พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้านพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้สบู่สมุนไพรมากกว่าแชมพูสมุนไพร โดยนิยมใช้สบู่สมุนไพรชนิดสบู่อาบน้ำก้อน ราคา 50 บาทมากที่สุด และแชมพูสมุนไพร ราคา 80 บาท มีความถี่ในการซื้อมากที่สุดคือ 1 ครั้งต่อเดือน และมีเหตุผลที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรมากที่สุดคือ อยากทดลองใช้ โดยวัตถุประสงค์ในการใช้เพื่อความสวยงามของตัวเอง และส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรด้วยตัวเอง โดยมีวิธีการซื้อสบู่และแชมพูสมุนไพร ดูจากสรรพคุณ สำหรับรายการส่งเสริมการขายที่ต้องการมากที่สุดคือ การลดราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่การใช้สบู่และแชมพูสมุนไพรจะเปลี่ยนยี่ห้อไปเรื่อยๆ และเหตุผลที่เปลี่ยนยี่ห้อมากที่สุดคือ อยากลองยี่ห้อใหม่

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับมาก โดยพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่อาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก

และพบว่าระดับการศึกษามัธ ยมศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับน้อย ในขณะที่ระดับการศึกษาอื่นให้ความสำคัญในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่ อาชีพอื่นๆ ให้ความ สำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่อาชีพอื่นๆ ให้ความ สำคัญในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพรับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับ น้อย ในขณะที่อาชีพอื่นๆ ให้ ความสำคัญในระดับมาก

สำหรับปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบมากที่สุดในแต่ละด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ พบปัญหามากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าเชื่อถือ ด้านราคา พบปัญหามากที่สุด คือ ราคาต่อชิ้นแพงเกินไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบปัญหามากที่สุด คือ หาซื้อได้ยาก ด้านการส่งเสริมการตลาด พบปัญหามากที่สุดคือ พนักงานให้บริการไม่เพียงพอ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรควรให้ความสำคัญทุกขั้นตอนในการผลิต โดยเฉพาะในเรื่องของคุณภาพและสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ให้มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีรูปแบบของสินค้าที่ขายโดยการรับประกันคุณภาพของสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคได้เกิดความมั่นใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ และควรมีการวิจัยทางการตลาดสบู่และแชมพูได้รับมาตรฐานการรับรองของกระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการขายสินค้า

นอกจากนี้ควรจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นที่ดึงดูดใจของลูกค้า งานออกแบบที่สร้าง เช่นภาพลักษณ์ใหม่ให้กับแชมพูสมุนไพร สื่อถึงส่วนผสมสำคัญ คือสมุนไพร ใส่ความเป็นส า ก ล เพื่อมุ่งกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นและวันทำงาน บรรจุภัณฑ์ขวดควรคำนึงถึงความสะดวกในการหยิบจับใช้งานสะดวก บรรจุภัณฑ์กล่องทำมาจากกระดาษเพื่อปกป้องสินค้าในการขนส่งโลโก้ควรออกแบบให้สะท้อนถึงลักษณะของสมุนไพรเพื่อช่วยใช้ในการจดจำผลิตภัณฑ์ได้ง่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านราคา ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพร ควรกำหนดราคาหลายระดับให้มีความเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพสินค้า จัดให้มีป้ายแสดงราคาติดกับผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นอย่างชัดเจน รักษาระดับราคาต่อหน่วยให้คงที่ และให้มีมาตรฐานเดียวกันในทุกที่ที่จัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์สบู่และแชมพูสมุนไพรควรพิจารณาความครอบคลุมในการจัดจำหน่าย พิจารณาทำเลที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย โดยอาจพิจารณาจากคนกลางในการจัดจำหน่าย หรือเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตสู่คนกลาง/ตัวแทนขาย หรือผู้ค้าปลีกเพื่อให้ถึงผู้บริโภค หรืออาจใช้ช่องทางที่ผู้ผลิตขายสินค้าโดยตรงให้ผู้บริโภค โดยการใช้พนักงานขาย นอกจากนั้นควรมีการจัดวางสินค้าตามแหล่งขายสินค้าสมุนไพรในสถานที่ต่าง ๆ เช่น ร้านจำหน่ายสินค้าสมุนไพรโดยเฉพาะ ห้างสรรพสินค้าหรือตามร้านสะดวกซื้อให้มากขึ้น และมีสินค้าอย่างสม่ำเสมอนอกจากนั้นควรใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางอินเตอร์ให้มากขึ้น โดยมีบริการส่งสินค้าให้ ผู้บริโภคถึงบ้าน/ที่ทำงาน เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเลือกซื้อตามความต้องการของผู้บริโภค

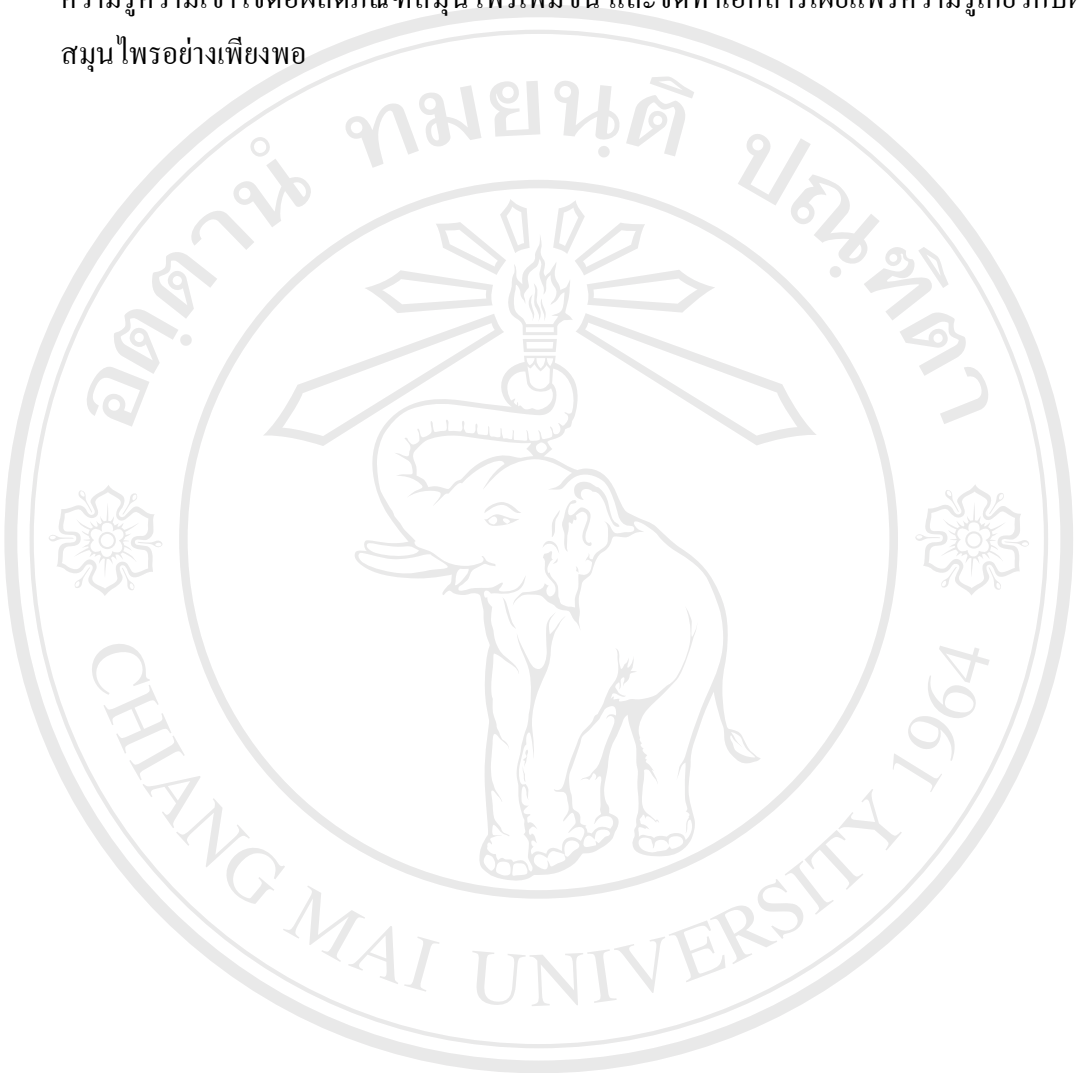
ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเน้นการขายโดยพนักงานขายเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายโดยตรง หรือพ่อค้าคนกลางโดยตรงเพื่อสาธิต อธิบายถึงคุณประโยชน์ต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ มีการส่งเสริมการตลาดโดยใช้พนักงานขาย ทำการเสนอขายจัดให้มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา จดหมายตรง สิ่งพิมพ์ (ใบปลิว) หรือการจัดแสดง ณ จุดซื้อ

นอกจากนั้นควรทำการส่งเสริมการขายโดยการกระตุ้นผู้บริโภค เช่น ลด แลก แจก แถม หรือกระตุ้นพนักงาน เช่น การให้รางวัลย การประกวดยอดขาย เป็นต้น

นอกจากนั้นควรมีเอกสารแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่จัดจำหน่าย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิต และเอกสารแนะนำการใช้หรือการเลือกสบู่และแชมพูให้ตรงกับความต้องการ เช่น เลือกตามลักษณะผิวของเรา และตามอวัยวะที่ใช้ถ้าเป็นผิวหน้าควรใช้สบู่ที่อ่อนที่สุดและโดยทั่วไปควรเป็นสบู่ที่ไม่ใส่สารฆ่าเชื้อ การเลือกซื้อจะดูจากชื่อประเภทผลิตภัณฑ์ เลือกผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากผู้ผลิตที่น่าเชื่อถือได้ มีระบบการผลิตที่ทันสมัย มีระบบการควบคุมคุณภาพและการรับรองคุณภาพ ตลอดจนการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต เช่น ความสำคัญของวัตถุดิบ และสถานที่เป็นแหล่งกำเนิดของวัตถุดิบ จัดให้พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไว้คอยให้คำแนะนำ หากมีไม่เพียงพอควรจัดการฝึกอบรมพนักงานให้มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ความรู้ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพิ่มขึ้น และจัดทำเอกสารเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างเพียงพอ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved