

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อหรือเคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพ โสด จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน รายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ซื้อจากโชว์รูมจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่ตั้งอยู่ในย่านชุมชน เหตุผลในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ เนื่องจากมีความทนทาน โอกาสในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ซื้อตามความจำเป็นต้องใช้ ราคาประมาณที่มักซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ 1,000 – 5,000 บาทต่อชิ้น วิธีซื้อ คือ ซื้อด้วยเงินสด ชอบซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้สัก คิดว่าเฟอร์นิเจอร์ไม้สักทนทานที่สุด สวยที่สุด แพงที่สุด ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในห้องรับแขกบ่อยที่สุด และเคยซื้อเตียงและตู้เสื้อผ้ามากที่สุด

##### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้

จากการศึกษาการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุดตามลำดับ

ผลการศึกษาแสดงรายละเอียดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้าน ดังนี้

##### 2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความ

คงทนถาวร ให้ความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ สะดวกในการใช้สอย ประโยชน์ใช้สอยมีมาก ใช้เทคโนโลยีที่ทำให้สีสวยงาม ไม่ซีดง่าย ไม่ผุ หรือขึ้นราง่าย สีกันสวยงาม สะดวกในการจัดเก็บ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบหลากหลายให้เลือก ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก ผลิตภัณฑ์ดูไม่ล้าสมัย มีบริการขนส่ง ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างไม่ซ้ำแบบใคร สามารถสั่งผลิตภัณฑ์ตามความต้องการได้ น้ำหนักของตัวผลิตภัณฑ์ และให้ระดับความสำคัญในระดับน้อย ต่ำหรือของของผู้ผลิต

## 2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้ระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ สามารถต่อรองราคาได้ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน ราคาขายที่เท่ากันในทุกแห่งที่มีขาย สามารถผ่อนชำระได้ หรือซื้อด้วยบัตรเครดิต

## 2.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการออกใบรับประกันสินค้าให้ พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว พนักงาน/ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ การลดราคาหรือแถมสินค้า การให้คำแนะนำจากพนักงาน/ผู้ขาย การแถมอุปกรณ์ตกแต่ง เช่น ช้อนโต๊ะอาหาร แคมฟู้ปู้โต๊ะ มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่าย และการลดแลกแจกแถม การออกงานแสดงสินค้า และ นิทรรศการ มีบัตรสมาชิกให้ และสามารถนำบัตรสมาชิกไปซื้อสินค้าโดยให้ส่วนลด ผู้ผลิตจ้างแรงงานในท้องถิ่นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน และให้ระดับความสำคัญในระดับน้อย เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง มีเว็บไซต์ของกิจการ

## 2.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลายๆร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน การจัดสถานที่จำหน่ายสวยงาม สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน เวลาเปิด-ปิดของร้านจำหน่าย สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ

ให้ระดับความสำคัญปัจจัยย่อยในระดับน้อย เรียงตามลำดับ ดังนี้ จำหน่ายอยู่ในร้านค้าสมัยใหม่ ประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือซูเปอร์เซ็นเตอร์ สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์

**การให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศ และรายได้**

จากผลการศึกษาสามารถสรุปการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามเพศ และรายได้ ได้ดังนี้

#### **จำแนกตามเพศ**

##### **ด้านผลิตภัณฑ์**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีความคงทน ถาวร ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านยี่ห้อของผู้ผลิต เพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับน้อย ปัจจัยด้านใช้เทคโนโลยีที่ทำให้สวยงาม ไม่ซีดง่าย ไม่ผุ หรือขึ้นราง่าย เพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

##### **ด้านราคา**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ด้านราคาโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยทางด้านสามารถผ่อนชำระได้ หรือซื้อด้วยบัตรเครดิต เพศชายให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก

##### **ด้านการจัดจำหน่าย**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ เพศชายให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านเวลาปิด-เปิดของร้านจำหน่าย เพศชายให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง เพศชายให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านพนักงาน/ผู้ขายมีอัตราที่ยี่ดี เพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านมีเว็บไซต์ของกิจการ เพศชายให้ความสำคัญในระดับน้อย ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก ปัจจัยด้านการออกไปรับประกันสินค้าให้ และมีบริการซ่อมแซมหลังการขาย เพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

### จำแนกตามรายได้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทและที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมากเหมือนกัน ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ถาวร ในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านยี่ห้อของผู้ผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับน้อย ปัจจัยด้านสะดวกในการใช้สอย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

#### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทและที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้านราคาโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทและที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ด้านสถานที่โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยด้านสามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์ จำหน่ายอยู่ในร้านค้า สมัยใหม่ประเภทไฮเปอร์มาร์เก็ต หรือซูเปอร์เซ็นเตอร์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับน้อย

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทและที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยด้านมีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับน้อย ปัจจัยด้านพนักงาน/ผู้ขายมีอริยาสัยที่ดี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านมีเว็บไซต์ของกิจการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับน้อย ปัจจัยด้านมีการออกใบรับประกันสินค้าให้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญในระดับมาก

### ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ผลการศึกษาแสดงรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

All rights reserved



### 3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์มีแมลง มอด ปลวก กัดกินได้ง่าย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ดี สีของผลิตภัณฑ์ถลอก หรือซีดเร็ว ผลิตภัณฑ์เสียหาย/แตกหัก ผลิตภัณฑ์ฟู หรือขึ้นราง่าย ผลิตภัณฑ์เก่าเร็ว ผลิตภัณฑ์มีน้ำหนักรวมทำให้เคลื่อนย้ายลำบาก ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบให้เลือกน้อย ผลิตภัณฑ์มีขนาดให้เลือกน้อย ไม่มีบริการขนส่ง พบปัญหาในระดับน้อย ต่อยี่ห้อของผู้ผลิตไม่มีชื่อเสียง

### 3.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาไม่เท่ากัน ในแหล่งขายต่างๆ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ เฟอร์นิเจอร์ไม่มีราคาแพง ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ไม่มีหลายระดับราคาให้เลือก พบปัญหาในปัจจัยย่อยในระดับน้อย ต่อ ไม่มีระบบขายแบบผ่อนชำระ หรือซื้อด้วยบัตรเครดิต

### 3.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ สถานที่ที่จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม่มีจำนวนน้อย หาซื้อยาก สถานที่จำหน่ายไม่มีที่จอดรถ สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกลบ้าน/ที่ทำงาน การจัดสถานที่ไม่สวยงาม ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายมองเห็นไม่ชัดเจน สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกลแหล่งธุรกิจ เวลาเปิด-ปิดของร้านที่จำหน่ายไม่สะดวกต่อผู้ซื้อ ในระดับความสำคัญในระดับน้อย ดังนี้ ไม่สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์

### 3.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้ พนักงาน/ผู้ขายอหิชาสัยไม่ดี พนักงานให้บริการช้า พนักงาน/ผู้ขายไม่มีความน่าเชื่อถือ ไม่มีการลดราคาหรือแถมสินค้า มีการให้คำแนะนำจากพนักงาน/ผู้ขาย ไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายและการลด แลก แจกแถม ไม่มีการแถมอุปกรณ์ตกแต่ง เช่น เบาะรองนั่ง ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น ไม่มีการโฆษณาให้รู้จักร้านค้า ไม่มีการออกงานแสดงสินค้า นิทรรศการ

## อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาคำถามถึงความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่ายตามลำดับ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาคม สุภางค์เฒ่า (2539) ที่ได้ทำการศึกษาคำแนะนำธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ตามลำดับ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐจิตติศักดิ์ (2543) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ซึ่งก็ยังคงถือว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาเป็นปัจจัย 2 อันดับแรกที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

ผลการศึกษาของเทอดฉัตร งามเลิศรัตน์ (2544) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคจะนิยมซื้อเครื่องสุขภัณฑ์จากร้านที่มีสินค้าหลากหลายให้เลือกทั้งรูปแบบและชนิด มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้า และจำหน่ายสินค้าในราคาถูก การชำระเงิน ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกที่จะชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดมากกว่าสินเชื่อ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ คุณภาพสินค้า ราคาสินค้า และรูปแบบและสีสันทันของ ผลิตภัณฑ์ ในด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อสุขภัณฑ์แบบประหยัด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ถาวร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยดี

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความคงทนถาวรของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาคม สุภางค์เฒ่า (2539) ที่ได้ทำการศึกษาคำแนะนำธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญด้านคุณภาพเป็น

อันดับแรก ส่วนผลการศึกษาของ ณิชฎกิจ เลิศศักดิ์ดาเดช (2543) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการรับประกันสินค้า ความคงทนในการใช้งาน การบริการซ่อมแซม ในระดับมากที่สุด ผลการศึกษาของเทอดฉัตร งามเลิศรัตน์ (2544) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ของผู้บริโภคมากที่สุด คือ คุณภาพของสินค้า รองลงมา คือ รูปแบบและสีสันทัน

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาของ ณิชฎกิจ เลิศศักดิ์ดาเดช (2543) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในเรื่องการให้ข้อมูลเกี่ยวกับระดับราคาของสินค้าในระดับมากที่สุด

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการที่สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลายๆ ร้าน เพื่อสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อาคม สุภางค์เผ่า (2539) ที่ได้ทำการศึกษาการดำเนินธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ เลือกทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนและย่านธุรกิจ รองลงมาคือ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ส่วนผลการศึกษาของ ณิชฎกิจ เลิศศักดิ์ดาเดช (2543) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับสำคัญมากต่อปัจจัยย่อยในด้านการจัดจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า ร้านขายเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการออกไปรับประกันสินค้าให้ รองลงมา คือ พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยดี ส่วนการศึกษาของ อาคม สุภางค์เผ่า พบว่า ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ใช้วิธีส่งเสริมการขายเรียงตามลำดับ ดังนี้ ให้ส่วนลดเปอร์เซ็นต์แก่ลูกค้า การผ่อนชำระเป็นงวด ส่วนผลการศึกษาของ ณิชฎกิจ เลิศศักดิ์ดาเดช (2543) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้



ความสำคัญในระดับมากต่อการโฆษณา การส่งเสริมการขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์

### ข้อค้นพบ

ผลการศึกษการให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้พบว่า

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับมาก ในปีจ้ย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีแมลง มอด ปลวก กัดกินได้ง่าย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ไม่ดี สีของผลิตภัณฑ์ถลอก หรือซีดเร็ว และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อยี่ห้อของผู้ผลิตไม่มีชื่อเสียง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปีจ้ย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความคงทน ถาวร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความสะดวกในการใช้สอย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปีจ้ย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความคงทน ถาวร และ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เหมือนกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปีจ้ย่อยด้านความสะดวกในการใช้สอย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปีจ้ย่อยด้านยี่ห้อของผู้ผลิต ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับน้อย

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปีจ้ย่อยด้านราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาไม่เท่ากันในแหล่งขายต่างๆ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ และให้ความสำคัญในระดับน้อย ในปีจ้ย่อยด้านไม่มีระบบขายผ่อนชำระ หรือซื้อด้วยบัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปีจ้ย่อยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับน้อย ในปีจ้ย่อยด้านสามารถผ่อนชำระได้ หรือซื้อด้วยบัตรเครดิต ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

**ด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์มีน้อย หาซื้อยาก สถานที่จำหน่ายไม่มีที่จอดรถ และสถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกลบ้าน/ที่ทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยด้านสามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยด้านเวลาเปิด-ปิดของร้านจำหน่าย และสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้แหล่งธุรกิจ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจัยย่อยด้านสถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลายๆ ร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก และทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน เหมือนกัน

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านพนักงาน/ผู้ขายอัธยาศัยไม่ดี พนักงานให้บริการช้า พนักงาน/ผู้ขายไม่มีความน่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านการออกใบรับประกันสินค้าให้ พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี และมีบริการซ่อมแซมหลังการขาย ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญในระดับน้อย ในปัจจัยย่อยด้านการมีเว็บไซต์ของกิจการ และมีการโฆษณาอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านการออกใบรับประกันสินค้าให้ มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย และ พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในปัจจัยย่อยด้านพนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านพนักงานให้บริการที่รวดเร็ว และมีบริการซ่อมแซมหลังการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน

10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ในปัจจัยย่อยด้านมีเว็บไซต์ของกิจการ และมีการโฆษณาอย่าง ต่อเนื่อง ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด สูงกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีพิถีพิถันในการเลือกมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย

เหตุผลในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของผู้ตอบแบบสอบถามจะเน้นที่ความทนทาน คุณเป็นธรรมชาติ มีการออกแบบสวยงาม สินค้ามีรูปแบบหลากหลายให้เลือก ดูมีรสนิ่ม มักมีราคาถูก มีแบบทันสมัยให้เลือก หากพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการที่ผลิตภัณฑ์มีความคงทน ถาวร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดต่อราคาที่มีความเหมาะสมกับกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการที่สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลายๆ ร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการมีการออกไปรับประกันสินค้าให้ พนักงาน/ผู้ขายมีทัศนคติที่ดี มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ผู้ตอบ แบบสอบถามที่เป็นเพศชาย และเพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ถาวร ฉะนั้นผู้ประกอบการต้องผลิตสินค้าที่มีสีสันสวยงาม ไม่ซีดง่าย ไม่ผุ หรือขึ้นราง่าย มีรูปแบบและขนาดหลากหลายให้เลือก ผลิตภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างไม่ซ้ำแบบใคร ดูไม่ล้าสมัย มีความสะดวกในการใช้สอยและจัดเก็บ ประโยชน์ในการใช้สอยมีมาก มีบริการขนส่ง สามารถส่งผลิตภัณฑ์ตามความต้องการได้ และควรขอ มอก. หรือ จัดทำ ISO 9002 ด้านขบวนการผลิต เพื่อเป็นหลักประกันด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค

**ตลาดด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรจัดให้มีป้ายแสดงสินค้าที่ชัดเจน มีราคาขายที่เท่ากันในทุกแหล่งที่มีขาย สามารถต่อรองราคาได้ และสามารถผ่อนชำระได้ หรือซื้อได้ด้วยบัตรเครดิต

**ด้านสถานที่จัดจำหน่าย** ในการเลือกสถานที่จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการเลือกสถานที่ตั้งร้านอยู่ในโซนที่มีสถานที่จัดจำหน่ายใกล้เคียงกัน หลายๆ ร้าน นอกจากนี้ควรมีที่จอดรถอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อจัดสถานที่ให้สวยงามสังเกตเห็นชัดเจน ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** การให้บริการของพนักงานขายเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ พนักงานขายควรที่มีอัธยาศัยดี ให้บริการรวดเร็ว มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า สามารถให้ข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจที่ถูกต้อง นอกจากนี้ควรมีการรับประกันสินค้า หรือบริการหลังการขาย

**ผู้บริโภคที่เป็นเพศชาย** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ถาวร มีคุณภาพ มีความสะดวกในการใช้สอย

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สามารถต่อรองราคาได้ มีหลายระดับราคาให้เลือก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกัน หลายๆ ร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัด

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว มีการออกไปรับประกันสินค้าให้ พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี

**ผู้บริโภคที่เป็นเพศหญิง** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ทนทาน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ใช้เทคโนโลยีที่ทำให้สีสวยงาม ไม่ซีดง่าย ไม่ผุ หรือขึ้นราง่าย

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สามารถต่อรองราคาได้ มีหลายระดับราคาให้เลือก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลายๆ ร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการออกใบรับประกันสินค้า ให้ มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี

**ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ทนทาน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ประโยชน์ใช้สอยมีมาก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีหลายระดับราคาให้เลือก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลายๆ ร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการออกใบรับประกันสินค้า ให้ มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี

**ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ทนทาน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สะดวกในการใช้สอย

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สามารถต่อรองราคาได้ มีหลายระดับราคาให้เลือก



ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกัน หลายๆร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถ สะดวก ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยดี พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย

**ผู้บริโภคที่เป็นชายและมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีความคงทน ถาวร ประโยชน์ใช้สอยมีมาก คุณภาพของผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีหลายระดับราคาให้เลือก สามารถต่อรองราคาได้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกัน หลายๆร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถ สะดวก การจัดสถานที่จำหน่ายสวยงาม

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการออกใบรับประกันสินค้า ให้ พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว พนักงาน/ผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ

**ผู้บริโภคที่เป็นชายและมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีความคงทน ถาวร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ สะดวกในการใช้สอย

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สามารถต่อรองราคาได้ มีป้ายแสดงราคาสินค้าที่ชัดเจน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกัน หลายๆร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย

**ผู้บริโภคที่เป็นหญิงและมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ถาวร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอยมีมาก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีหลายระดับราคาให้เลือก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลายๆร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการออกใบรับประกันสินค้า ให้ มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี

**ผู้บริโภคที่เป็นหญิงและมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท** ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน ถาวร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ สะดวกในการใช้สอย

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สามารถต่อรองราคาได้ มีหลายระดับราคาให้เลือก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายอยู่ในโซนเดียวกันหลายๆร้าน เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ และเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้ชัดเจน สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงาน/ผู้ขายมีอัธยาศัยที่ดี พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย

### ข้อจำกัดของการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.0 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 57.0 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.0 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 31.0 เป็นโสด ร้อยละ 63.5 มีสมาชิกในครอบครัว 4 – 6 คน ร้อยละ 53.0 มีสมาชิกในครอบครัว 1 – 3 คน ร้อยละ 41.5 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 45.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ร้อยละ 51.5 จากข้อจำกัดดังกล่าวซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยหนุ่มสาว มีอาชีพรับจ้างไม่ว่าจะเป็นบริษัทเอกชนหรือข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีสถานโสด หรือเป็นครอบครัวขนาดเล็ก รายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน เป็นผู้มีการศึกษา ซึ่งเป็นเพียงตัวแทนกลุ่มหนึ่งของสังคมเท่านั้น ไม่ใช่ตัวแทนของประชากรทั้งหมดอย่างแท้จริง ฉะนั้นการนำผลการศึกษารุ่นนี้ไปใช้จึงต้องคำนึงถึงข้อจำกัดเหล่านี้ด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved