

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย ซึ่งเป็นเจ้าของบ้านในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เคยซื้อกระจกประกอบสำเร็จภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 30 – 39 ปี ร้อยละ 42.0 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 37.5 มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 44.0 มีเป้าหมายในการเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จโดยมุ่งประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 86.0 โดยหาข้อมูลในการเลือกซื้อจากการสอบถามร้านค้าโดยตรง ร้อยละ 70.0 บุคคลในครอบครัวเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 69.5 และมีลักษณะการตัดสินใจซื้อร่วมกับบุคคลในครอบครัว ร้อยละ 70.0

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดคือ สินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน วัสดุที่นำมาใช้เป็นวัสดุที่มีคุณภาพดี ช่างมีความชำนาญในการทำงาน ช่างมีความรู้และความสามารถในการแนะนำสินค้า มีการให้คำแนะนำด้านการใช้งานและการดูแลรักษา และมีบริการหลังการขาย ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีการรับประกันอุปกรณ์ที่นำมาใช้ประกอบ สินค้ามีหลายรูปแบบให้เลือก และสินค้า

มีหลายขนาดให้เลือก และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ความมีชื่อเสียงของร้านค้า

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านราคาในระดับมากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก มีการให้เครดิต ราคาถูกกว่าร้านอื่น และมีหลายระดับราคาให้เลือก

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุดคือ ร้านค้ามีที่จอดรถเพียงพอ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ร้านค้าอยู่ในแหล่งชุมชน ง่าย เดินทางไป – มาสะดวก และติดต่อร้านค้าได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร เป็นต้น และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยคือ ร้านค้ามีหลายสาขา

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุดคือ อรรถาศัยของพนักงานขาย พนักงานขายมีความรู้และความสามารถในการแนะนำสินค้า และมีการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ มีการลดราคา และเจ้าของร้านเป็นผู้ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงทำให้มีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ มีการให้ของแถม มีบ้านที่ติดตั้งงานเสร็จแล้วให้ดูเป็นตัวอย่าง การได้รับคำแนะนำจากเพื่อน หรือคนรู้จัก และการได้รับคำแนะนำจากผู้รับเหมา หรือเจ้าของโครงการ และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยคือ มีการโฆษณาร้านค้าผ่านสื่อท้องถิ่น เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การแข่งขันกีฬาการกุศล เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ปัจจัยหลักที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จในจังหวัด เชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยหลักด้านราคา และการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

ส่วนที่ 4 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จในจังหวัด เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 31 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จในจังหวัด
เชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง ประกอบสำเร็จ	จำแนกตามอายุ			
	20 – 29 ปี n = 17	30 – 39 ปี n = 84	40 – 49 ปี n = 70	50 ปีขึ้นไป n = 25
1. เป้าหมายในการเลือกซื้อ เครื่องประกอบสำเร็จ	มุ่งประโยชน์ใช้ สอย	มุ่งประโยชน์ใช้ สอย	มุ่งประโยชน์ใช้ สอย	มุ่งประโยชน์ใช้ สอย
2. แหล่งข้อมูลในการเลือกซื้อ เครื่องประกอบสำเร็จ	สอบถามจาก ร้านค้าโดยตรง	สอบถามจาก ร้านค้าโดยตรง	สอบถามจาก ร้านค้าโดยตรง	ประสบการณ์ เดิมที่เคหะชื่อของ ตัวเอง
3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ	บุคคลใน ครอบครัว	บุคคลใน ครอบครัว	บุคคลใน ครอบครัว	บุคคลใน ครอบครัว
4. ลักษณะการตัดสินใจซื้อ เครื่องประกอบสำเร็จ	ตัดสินใจซื้อ ร่วมกับบุคคลใน ครอบครัว	ตัดสินใจซื้อ ร่วมกับบุคคล ในครอบครัว	ตัดสินใจซื้อ ร่วมกับบุคคลใน ครอบครัว	ตัดสินใจซื้อ ร่วมกับบุคคลใน ครอบครัว
5. ด้านผลิตภัณฑ์	วัสดุที่นำมาใช้ เป็นวัสดุที่มี คุณภาพดี	สินค้ามีความ ทนทาน มีอายุ การใช้งานที่ ยาวนาน	วัสดุที่นำมาใช้ เป็นวัสดุที่มี คุณภาพดี	สินค้ามีความ ทนทาน มีอายุ การใช้งานที่ ยาวนาน

ตารางที่ 31 (ต่อ) สรุปปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จในจังหวัด เชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง ประกอบสำเร็จ	จำแนกตามอายุ			
	20 – 29 ปี n = 17	30 – 39 ปี n = 84	40 – 49 ปี n = 70	50 ปีขึ้นไป n = 25
6. ด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ	ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ
7. ด้านการจัดจำหน่าย	ร้านค้าอยู่ในแหล่ง ชุมชน หาง่าย เดินทางไป - มา สะดวก	ร้านค้ามีที่จอดรถ เพียงพอ	ร้านค้ามีที่จอด รถเพียงพอ	ร้านค้ามีที่จอด รถเพียงพอ
8. ด้านการส่งเสริม การตลาด	อัยยาศัยของ พนักงานขาย	อัยยาศัยของ พนักงานขาย	อัยยาศัยของ พนักงานขาย	อัยยาศัยของ พนักงานขาย

ตารางที่ 32 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จในจังหวัด เชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่อง ประกอบสำเร็จ	จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท n = 7	20,000 – 30,000 บาท n = 57	30,001 – 40,000 บาท n = 33	สูงกว่า 40,000 บาท n = 22
1. เป้าหมายในการเลือกซื้อ เครื่องประกอบสำเร็จ	มุ่งประโยชน์ใช้ สอย	มุ่งประโยชน์ใช้ สอย	มุ่งประโยชน์ใช้ สอย	มุ่งประโยชน์ใช้ สอย
2. แหล่งข้อมูลในการเลือก ซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ	สอบถามจาก ร้านค้าโดยตรง	สอบถามจาก ร้านค้าโดยตรง	สอบถามจาก ร้านค้าโดยตรง	ประสบการณ์ เดิมที่เคยซื้อของ ตัวเอง
3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบ สำเร็จ	บุคคลใน ครอบครัว	บุคคลใน ครอบครัว	บุคคลใน ครอบครัว	บุคคลใน ครอบครัว

ตารางที่ 32 (ต่อ) สรุปปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จในจังหวัด เชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ	จำแนกตามรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 20,000 บาท n = 7	20,000 – 30,000 บาท n = 57	30,001 – 40,000 บาท n = 33	สูงกว่า 40,000 บาท n = 22
4. ลักษณะการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จ	ตัดสินใจซื้อร่วมกับบุคคลในครอบครัว	ตัดสินใจซื้อร่วมกับบุคคลในครอบครัว	ตัดสินใจซื้อร่วมกับบุคคลในครอบครัว	ตัดสินใจซื้อร่วมกับบุคคลในครอบครัว
5. ด้านผลิตภัณฑ์	สินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน	ช่างมีความรู้และความสามารถในการแนะนำสินค้า	วัสดุที่นำมาใช้เป็นวัสดุที่มีคุณภาพดี	วัสดุที่นำมาใช้เป็นวัสดุที่มีคุณภาพดี และสินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน
6. ด้านราคา	มีหลายระดับราคาให้เลือก	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
7. ด้านการจัดจำหน่าย	ร้านค้าอยู่ในแหล่งชุมชน หาได้ง่าย เดินทางไป-มาสะดวก	ร้านค้ามีที่จอดรถเพียงพอ	ร้านค้ามีที่จอดรถเพียงพอ	ร้านค้ามีที่จอดรถเพียงพอ
8. ด้านการส่งเสริมการตลาด	อรรถาศัยของพนักงานขาย	พนักงานขายมีความรู้และความสามารถในการแนะนำสินค้า	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อกระจกประกอบสำเร็จเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จารุวรรณ เจริญสุข (2544) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้: กรณีศึกษา บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ จากบริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด เป็นอันดับแรก

ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมาก คือ มีการรับประกันอุปกรณ์ที่นำมาใช้ประกอบ สินค้ามีหลายรูปแบบให้เลือก และสินค้ามีหลายขนาดให้เลือก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุริย์ ไพโรจน์ธีระรัชต์ (2545) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างของร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในจังหวัดลำพูน ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องสินค้ามีหลายขนาด และหลายรูปแบบ ในระดับมาก

ในปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากคือ มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก มีการให้เครดิต ราคาถูกกว่าร้านอื่น และมีหลายระดับราคาให้เลือก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จารุวรรณ เจริญสุข (2544) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาในเรื่อง ระดับราคาของสินค้า มีการให้เครดิต หรือส่วนลดในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุริย์ ไพโรจน์ธีระรัชต์ (2545) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาในเรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกในระดับมาก

ในปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากคือ ร้านค้าอยู่ในแหล่งชุมชน หาง่าย เดินทางไป – มาสะดวก และติดต่อร้านค้าได้หลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ โทรสาร เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุริย์ ไพโรจน์ธีระรัชต์ (2545) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่ เดินทางไป – มาสะดวกในระดับมาก และในการศึกษารั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับน้อยคือ ร้านค้ามีหลายสาขา ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ จารุวรรณ เจริญสุข (2544) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องมี

สาขาหลายแห่งในระดับมาก เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วร้านจำหน่ายและติดตั้งกระจกประกอบสำเร็จ มักจะเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว แต่บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด เป็นกิจการบริษัทขนาดใหญ่ และเป็นที่ยู่อัจจึงทำให้การมีร้านค้าหลายสาขามีความสำคัญมากกว่าร้านค้าเล็กๆ เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

ในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยในระดับปานกลางคือ มีการให้ของแถม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จารุวรรณ เจริญสุข (2544) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการให้ของแถมในระดับปานกลาง

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จ โดยมีเป้าหมายโดยมุ่งประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 86.0 ซึ่งทำการหาข้อมูลการเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จจากการสอบถามร้านค้าโดยตรง ร้อยละ 70.0

2. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จคือ บุคคลในครอบครัว และผู้ตอบแบบสอบถามมักจะทำการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จร่วมกับบุคคลในครอบครัว

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับอายุการใช้งานของสินค้ามากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเล็งเห็นถึงประโยชน์ของสินค้าในด้านความคุ้มค่า นั่นคือเมื่อตัดสินใจซื้อสินค้าไปแล้ว ต้องสามารถใช้ได้ในระยะเวลาที่ยาวนาน มีความคงทน ไม่เสื่อมสภาพ หรือเสียหายไปในระยะเวลาอันสั้น

4. ปัจจัยด้านราคา

ผู้บริโภคที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่องระดับของราคาที่มีให้เลือกหลายระดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มแรกให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก โดยยอมที่จะจ่ายเงินในจำนวนที่มากขึ้น หากคุ้มค่ากับคุณภาพของสินค้าที่ได้รับ ต่างจากผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่เน้นเรื่องราคาเป็นหลัก โดยจะเลือกจากราคาที่ตนมีกำลังซื้อมากที่สุดที่จะจ่ายได้

5. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการที่ร้านค้ามีที่จอดรถเพียงพอ แสดงให้เห็นว่าการอำนวยความสะดวกในเรื่องที่จอดรถเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก เนื่องจากการติดต่อซื้อ - ขายกันในแต่ละครั้งอาจให้เวลานาน การอำนวยความสะดวกในเรื่องสถานที่จอดรถจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะทำการซื้อสินค้าจากร้านใด

6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้บริโภคทุกกลุ่มให้ความสำคัญในเรื่องอรรถาธิบายของพนักงานขาย รวมถึงความรู้และความสามารถในการแนะนำสินค้าของพนักงานขาย แสดงให้เห็นว่าพนักงานขายมีผลอย่างมากต่อการเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภค

ตารางที่ 33 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อกระจกประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
1	สินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน	4.83 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
2	วัสดุที่นำมาใช้เป็นวัสดุที่มีคุณภาพดี	4.80 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
3	อรรถาธิบายของพนักงานขาย	4.78 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
4	ช่างมีความชำนาญในการทำงาน	4.77 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
5	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.76 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านราคา
6	ช่างมีความรู้และความสามารถในการแนะนำสินค้า	4.75 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
7	พนักงานขายมีความรู้และความสามารถในการแนะนำสินค้า	4.69 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
8	ร้านค้ามีที่จอดรถเพียงพอ	4.62 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 33 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
9	มีการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้า	4.57 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
10	มีการให้คำแนะนำด้านการใช้งานและการดูแลรักษา	4.56 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
10	มีบริการหลังการขาย	4.56 (มากที่สุด)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากตารางที่ 40 พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นผู้จำหน่ายและติดตั้งเครื่องประกอบสำเร็จจึงควรให้ความสำคัญแก่ปัจจัยทั้งสองด้านนี้เป็นพิเศษ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องประกอบสำเร็จในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ โดยที่ให้ความสำคัญในเรื่องความทนทาน และอายุการใช้งานของสินค้ามากที่สุด ดังนั้น ผู้จำหน่ายและติดตั้งเครื่องประกอบสำเร็จจึงควรเน้นการพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้มีความทนทาน และมีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น โดยที่ในการผลิตเครื่องประกอบสำเร็จแต่ละครั้งควรใช้วัสดุ และอุปกรณ์ที่มีคุณภาพดี ซึ่งประกอบโดยช่างผู้ชำนาญการ เพื่อให้ได้สินค้าที่มีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน รวมถึงควรมีการแนะนำสินค้า และการใช้งานด้านต่าง ๆ อย่างละเอียดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องในวิธีการใช้งาน และเมื่อติดตั้งงานให้ลูกค้าเสร็จแล้วควรมีบริการหลังการขาย เช่น บริการติดตามแก้ไขงานเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งานขึ้นในภายหลัง

ข้อเสนอแนะสำหรับเจ้าของกิจการจำหน่าย และติดตั้งกระจกประกอบสำเร็จ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ จึงได้มีการจัดทำข้อเสนอแนะเรียงตามลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องความทนทาน และอายุการใช้งานของสินค้า วัสดุที่นำมาใช้เป็นวัสดุที่มีคุณภาพดี ช่างมีความชำนาญในการทำงานในระดับมากที่สุด ดังนั้น เจ้าของร้านจำหน่ายและติดตั้งกระจกประกอบสำเร็จควรพัฒนาปรับปรุงและรักษาคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ ในด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต้องมีความคงทนถาวรในการใช้งาน ควรมีการเลือกวัสดุที่นำมาใช้ประกอบที่มีคุณภาพดี เพื่อยืดอายุการใช้งานของสินค้า รวมถึงในการผลิตแต่ละครั้งควรใช้ช่างที่มีความชำนาญในการทำงาน เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน หรือเกิดความเสียหายแก่สินค้าที่ทำการผลิตได้ อีกทั้งควรมีการแจ้งแก่ลูกค้าให้ทราบถึงอายุการใช้งานของสินค้าด้วย และควรติดตามประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าว่าพอใจกับสินค้าที่ทางร้านส่งมอบให้หรือไม่ เพื่อนำมาใช้พัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการของทางร้านต่อไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องอรรถาธิบายของพนักงานขายมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้ และความสามารถในการแนะนำสินค้า ดังนั้น เจ้าของร้านจำหน่ายและติดตั้งกระจกประกอบสำเร็จควรอบรมให้ความรู้แก่พนักงานขายในการแนะนำสินค้า อยู่ตลอดเวลา และควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงานขายที่มีมนุษยสัมพันธ์ มีใจรักในงานบริการ (Service mind) ตลอดจนเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการขายสินค้า เพื่อให้พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างชัดเจน อีกทั้งควรมีการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการขาย ทั้งนี้เนื่องจากการใช้พนักงานขายถือเป็นการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญมากวิธีหนึ่งที่จะสามารถสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจ ที่นำไปสู่การซื้อซ้ำ และความจงรักภักดีต่อร้านค้าได้ในที่สุด

ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ดังนั้น เจ้าของร้านจำหน่ายและติดตั้งกระจกประกอบสำเร็จควรกำหนดนโยบายแนวระดับราคา (Price lining policy) คือ กำหนดราคาสินค้าที่จำหน่ายไว้หลายระดับราคาสำหรับคุณภาพสินค้าที่แตกต่างกัน โดยกำหนดราคาสูงสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพสูง ราคาปานกลางสำหรับ

สินค้าที่มีคุณภาพในระดับปานกลาง และราคาต่ำสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพค่อนข้างต่ำ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ เนื่องจากลูกค้าแต่ละรายมีความต้องการสินค้าที่แตกต่างกัน รวมถึงปัจจัยทางด้านอำนาจซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งการเพิ่มทางเลือกให้ลูกค้าโดยใช้นโยบายแนวระดับราคาที่แตกต่างกันตามคุณภาพของสินค้านั้นจะทำให้ร้านค้าเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความเพียงพอของที่จอดรถของร้านค้ามากที่สุด ดังนั้น เจ้าของร้านจำหน่ายและติดตั้งกระจกประกอบสำเร็จควรอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่จอดรถ เนื่องจาก บางครั้งในการติดต่อซื้อ – ขายกันนั้นอาจต้องใช้ระยะเวลา หากทางร้านมีการให้บริการที่จอดรถอย่างเพียงพอก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และอาจถือเป็นข้อได้เปรียบทางการค้า เมื่อลูกค้านำไปเปรียบเทียบกับร้านที่ไม่มีที่จอดรถ ซึ่งลูกค้าก็มักจะเลือกใช้บริการร้านค้าที่สามารถจอดรถได้สะดวก ปลอดภัยมากกว่าร้านที่ไม่มีที่จอดรถ หรือมีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการทำการตลาดกับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม

ผู้บริโภคที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท เป็นผู้บริโภคกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด ซึ่งทำการเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จโดยมุ่งประโยชน์ใช้สอย เป็นหลัก และมักจะทำการหาข้อมูลการเลือกซื้อกระจกประกอบสำเร็จจากการสอบถามร้านค้าโดยตรง โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญคือ สินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน วัสดุที่นำมาใช้ประกอบเป็นวัสดุที่มีคุณภาพดี ช่างมีความชำนาญในการทำงาน ร้านค้ามีที่จอดรถเพียงพอ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มีการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้า และอรรถาธิบายของพนักงานขาย ดังนั้นผู้จำหน่ายและติดตั้งกระจกประกอบสำเร็จควรผลิตสินค้าโดยใช้วัสดุที่มีคุณภาพดี เพื่อความคงทนของสินค้า ใช้ช่างที่มีความชำนาญในการทำงานเพื่อให้สินค้าที่ผลิตเสร็จมีคุณภาพดี ควรมีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ความสามารถในการแนะนำสินค้าอยู่ตลอดเวลา รวมถึงการคัดเลือกพนักงานขายที่มีใจรักในการทำงาน มีอรรถาธิบายที่ดีต่อลูกค้า และควรทำการเสนอขายโดยจุดเด่นในเรื่องประโยชน์ใช้สอยของสินค้ามากที่สุด รวมถึงเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อร้านค้าได้ง่าย และสะดวกขึ้น

ผู้บริโภคมียุ่ 30 – 39 ปี

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมียุ่ 30 – 39 ปี ทำการเลือกซื้อการเลือกซื้อกระจก ประกอบสำเร็จ โดยมุ่งประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก และมักจะทำการหาข้อมูลการเลือกซื้อกระจก ประกอบสำเร็จจากการสอบถามร้านค้าโดยตรง โดยให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ บัจจัยด้านการจัดจำหน่าย บัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และบัจจัยด้านราคา ตามลำดับ ซึ่งบัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคมียุ่ให้ว่ความสำคัญคือ สินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน วัสดุที่นำมาใช้เป็นวัสดุที่มีคุณภาพดี มีบริการหลังการขาย ร้านค้ามีที่จอดรถเพียงพอ พนักงานขายมีความรู้และความสามารถในการแนะนำสินค้า และราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ ดังนั้นผู้จำหน่ายและติดตั้งกระจกประกอบสำเร็จควรใช้วัสดุที่มีคุณภาพดีในการผลิตสินค้า รวมถึงให้คำแนะนำในการใช้งานเพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้งานได้อย่างถูกต้อง และเป็นการยืดอายุการใช้งานของสินค้า ร้านค้าควรมีที่จอดรถเพียงพอเพื่อให้ลูกค้าที่มาติดต่อซื้อ – ขายสามารถจอดรถได้อย่างสะดวก ปลอดภัย ควรมีการตั้งราคาสินค้าไว้หลายระดับราคาตามคุณภาพของสินค้าที่แตกต่างกัน ควรทำการเสนอขายสินค้าโดยมุ่งที่ประโยชน์ใช้สอยของสินค้าเป็นหลัก และเมื่อส่งมอบงานให้ลูกค้าเรียบร้อยแล้วควรมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงควรมีบริการติดตามแก้ไขปัญหาเมื่อลูกค้าเกิดปัญหาจากการใช้งาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved