

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร และศึกษาปัญหาที่พบในการเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 200 คน กลุ่มอายุ 19-35 ปีมากที่สุด ร้อยละ 82.5 จบการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีมากที่สุดร้อยละ 25.0 มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อย 70.0 มีอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 82.5

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี และ ส่วนที่ 3 ปัญหาในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

สามารถสรุปผลได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้งหมดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ได้แก่ ราคา ผลិតภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรีทั้งหมดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ได้แก่ ราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ มีฉลากบอกวันหมดอายุ และรายละเอียดบอกส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่พบที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว ไม่มีฉลากแสดง

ความรู้ทางการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน และไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน

ปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน และ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์

ปัญหาด้านราคาที่พบที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน และ ราคาไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด และการจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่หยิบง่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่พบที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย สถานที่จำหน่ายไกลบ้าน และการจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ไม่ชัด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด การโฆษณา และมีตัวอย่างให้ทดลองใช้

ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดที่พบที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ ไม่มีพนักงานขายประจำให้คำแนะนำ และไม่มีข้อความที่ใช้ในการโฆษณา

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกอายุ พบว่า ปัจจัยที่ทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัญหาที่พบในการซื้อ กลุ่มอายุ 19-35 ปี และมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ตามตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
12-18 ปี	-การมีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ -คุณภาพผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	-
19-35 ปี	-คุณภาพผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุ ของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	-ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว
36-50 ปี	-มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	-
มากกว่า 50 ปี	-สารเคมีที่มีการศึกษาระบุว่าทำให้ชุ่มชื้นขึ้น -มีส่วนผสมของสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ -ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่าง ไปด้วยกัน -คุณภาพผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน	-ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก -ไม่มีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ -คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามฉลาก -ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -รายละเอียดบนฉลาก ไม่บอกส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -ไม่มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจําแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มรายได้ 5,001-10,000 บาท 10,001-15,000 บาท 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัญหาที่พบในการซื้อที่กลุ่มรายได้ 5,001-10,000 บาท 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ตามตารางที่ 5.2)

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์ จําแนกตามรายได้

รายได้	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
5,001-10,000 บาท	-มีส่วนผสมของสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ -คุณภาพผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน	-ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว
10,001-15,000 บาท	-คุณภาพผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	-
15,001-20,000 บาท	-ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกัน	-
20,001-25,000 บาท	-ยี่ห้อผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก -กลิ่นของผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -มีหลายขนาดให้เลือก	-ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก -ไม่ชอบกลิ่นของผลิตภัณฑ์
25,001-30,000 บาท	-ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกัน -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน	-ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

รายได้	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
มากกว่า 30,000 บาท	<ul style="list-style-type: none"> -มีส่วนผสมของสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ -ยี่ห้อผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก -การมีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ -เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย -ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกัน -มีหลายขนาดให้เลือก -รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลสุขภาพผิวหนังอย่างชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ -ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก -ไม่มีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ -เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ผลิตในประเทศไทย -คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามฉลาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกตามอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัท เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน และอื่น ๆ ได้แก่ รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัญหาที่พบในการซื้อที่กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และแม่บ้าน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ตามตารางที่ 5.3)

ตาราง 5.3 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
พนักงานบริษัท	-คุณภาพผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	-ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	-มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	
รับราชการ	-สารเคมีที่มีการศึกษาระบุว่าทำให้ชุ่มชื้นขึ้น -ยี่ห้อผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก -การมีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ -ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกัน -คุณภาพผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน	-ไม่มีสารเคมีระบุว่าทำให้ชุ่มชื้น -ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก -ไม่มีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ -คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามฉลาก -ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -รายละเอียดบนฉลาก ไม่บอกส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -ไม่มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน

ตาราง 5.3 (ต่อ)

อาชีพ	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
พนักงาน งานรัฐ วิสาห กิจ	<ul style="list-style-type: none"> -สารเคมีที่มีการศึกษาระบุว่าทำให้ชุ่มชื้นขึ้น -ยี่ห้อผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก -กลิ่นของผลิตภัณฑ์ -ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกัน -คุณภาพผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -มีหลายขนาดให้เลือก -รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหนังอย่างชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -ไม่มีขนาดบรรจุที่หลากหลาย -รายละเอียดบนฉลาก ไม่บอกส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -ไม่มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหนังอย่างชัดเจน
แม่บ้าน	<ul style="list-style-type: none"> -สารเคมีที่มีการศึกษาระบุว่าทำให้ชุ่มชื้นขึ้น -มีส่วนผสมของสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ -การมีสถาบันมีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ -ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกัน -คุณภาพผลิตภัณฑ์ -มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหนังอย่างชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> -ไม่มีสารเคมีระบุทำให้ชุ่มชื้น -ไม่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ -ไม่มีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ -ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว -คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามฉลาก -ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน -ไม่มีขนาดบรรจุที่หลากหลาย -รายละเอียดบนฉลาก ไม่บอกส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -ไม่มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหนังอย่างชัดเจน
อื่น ๆ	<ul style="list-style-type: none"> -รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน -มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหนังอย่างชัดเจน 	-

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 12-18 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา และปัญหาที่พบในการซื้อคือกลุ่มอายุ 12-18 ปี และมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านราคา (ตามตารางที่ 5.4)

ตาราง 5.4 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านราคา จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านราคา	ปัญหาด้านราคา
12-18 ปี	-ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	-ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
มากกว่า 50 ปี	-	-ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยด้านราคา และปัญหาที่พบในการซื้อคือกลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านราคา (ตามตารางที่ 5.5)

ตาราง 5.5 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านราคา จำแนกตามรายได้

รายได้	ปัจจัยด้านราคา	ปัญหาด้านราคา
20,001-25,000 บาท	-มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	-ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
25,001-30,000 บาท	-มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	-

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ และแม่บ้าน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านราคา และปัญหาที่พบในการซื้อของกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ และแม่บ้าน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านราคา (ตามตารางที่ 5.6)

ตาราง 5.6 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านราคา	ปัญหาด้านราคา
นักเรียน/นักศึกษา	-	-ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	-ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
แม่บ้าน	-มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	-ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน -ราคาไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 12-18 ปี และ มากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย – และปัญหาที่พบในการซื้อกลุ่มอายุ มากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ตามตารางที่ 5.7)

ตาราง 5.7 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
12-18 ปี	-ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	-
มากกว่า 50 ปี	- การมีสินค้าวางขายตลอดเวลา	-สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถไม่สะดวก -ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัญหาที่พบในการซื้อ กลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ตามตารางที่ 5.8)

ตาราง 5.8 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

รายได้	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
20,001-25,000 บาท	-สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก	-สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถไม่สะดวก
25,001-30,000 บาท	-ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	-การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ไม่ชัด
มากกว่า 30,000 บาท	-	-สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถไม่สะดวก -ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย -ไม่มีการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน หรือ ไปรษณีย์ -ไม่มีสินค้าวางขายทั่วไป

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ตามตารางที่ 5.9)

ตาราง 5.9 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
นักเรียน / นักศึกษา	-	-
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-สถานที่ที่จำหน่ายใกล้บ้าน -ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	-สถานที่จำหน่ายไกลบ้าน

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุ 12-18 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด และปัญหาที่พบในการซื้อกลุ่มอายุ 12-18 ปี และมากกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ตามตารางที่ 5.10)

ตาราง 5.10 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

อายุ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด
12-18 ปี	-การโฆษณา -การส่งเสริมการตลาด	-ไม่มีการโฆษณา / การโฆษณาน้อย -ไม่มีการสาธิตวิธีการใช้
มากกว่า 50 ปี	-	-ไม่มีการโฆษณา / การโฆษณาน้อย -ไม่มีพนักงานขายประจำให้คำแนะนำ -ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ -ไม่มีการสาธิตวิธีการใช้

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัญหาที่พบในการซื้อ กลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ตามตารางที่ 5.11)

ตาราง 5.11 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

รายได้	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด
20,001-25,000 บาท	-มีการสาธิตการใช้ -มีตัวอย่างให้ทดลองใช้	-ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
25,001-30,000 บาท	-การโฆษณา	-ไม่มีพนักงานขายประจำให้คำแนะนำ
มากกว่า 30,000 บาท	-	-ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัญหาที่พบในการซื้อ กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ และแม่บ้าน ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ตามตารางที่ 5.12)

ตาราง 5.12 แสดงสรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด
นักเรียน/นักศึกษา	-การโฆษณา -การส่งเสริมการตลาด	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-การโฆษณา	-ไม่มีพนักงานขายประจำให้คำแนะนำ -ไม่มีการสาธิตวิธีการใช้
แม่บ้าน	-	-ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ -ไม่มีการสาธิตวิธีการใช้

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความนิยมต่อตราสินค้าของครีมบำรุงผิวหน้า 3 อันดับแรก ได้แก่ OLAY PONDS และ NIVEA ตามลำดับ

จากการศึกษา พบว่า ความถี่ในการซื้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อครีมบำรุงผิวหน้าที่ซื้อมากที่สุดคือ ซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง และซื้อจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด และวัตถุประสงค์ในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้ามาใช้เพื่อต้องการเพิ่มความชุ่มชื้นให้กับผิวหน้ามากที่สุด

จากการศึกษา พบว่า การเปลี่ยนแปลงราคาของครีมบำรุงผิวหน้าต่อผู้ตอบแบบสอบถามของตราสินค้าที่ใช้ประจำมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ ส่วนใหญ่ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มาก และหากตราสินค้าที่ใช้ประจำไม่มีวางจำหน่ายขณะนั้น ส่วนใหญ่จะไม่ซื้อตราสินค้าอื่นแทน

เหตุผลเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพตราสินค้าเดิม ส่วนกลุ่มที่ซื้อตราสินค้าอื่นแทน เหตุผลเพราะใช้ได้เหมือน ๆ กัน

ส่วนการส่งเสริมการขายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจมากที่สุด คือ การมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ และยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมสินค้าที่ผลิตในประเทศ

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่พบในการเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว

ปัญหาด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าเป็นอันดับแรก คือ ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน

ปัญหาการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าเป็นอันดับแรก คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าเป็นอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร และปัญหาที่พบในการเลือกซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี อภิปรายผลได้ดังนี้

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิรฐาพร ชีระเกียรติกิจवालและคณะ¹ ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการรับรู้ตำแหน่งและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตรयीหือคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ คือ ด้านเนื้อผลิตภัณฑ์ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พรประภา ชื่อสมศักดิ์² พบว่า

¹ จิรฐาพร ชีระเกียรติกิจवाल และคณะ, “การศึกษาการรับรู้ตำแหน่งทางการตลาดและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภค” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา.

<http://www2.acc.chula.ac.th/~mbarsch/data/22.htm> (20 พฤศจิกายน 2547)

² พรประภา ชื่อสมศักดิ์, “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทำให้หน้าขาวของสตรี เป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีความปลอดภัยในการใช้ไม่เกิดการแพ้ และทาแล้วไม่เหนียวเหนอะหนะ ซึมซาบเร็ว

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก คือ มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พรประภา ชื่อสมศักดิ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก คือ การส่งเสริมการขาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พรประภา ชื่อสมศักดิ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญความน่าเชื่อถือของผู้ทำการโฆษณาสินค้า ความน่าสนใจของโฆษณา ข้อความที่ใช้ในการโฆษณา การลงโฆษณาในวารสาร โฆษณาที่มีความถี่สูงทางโทรทัศน์ วิทยู มีการรับประกันคุณภาพหรือหากไม่พอใจยินดีคืนเงิน การลดราคาสินค้า การแจกของตัวอย่าง และการให้คูปองส่วนลด การให้คำแนะนำของพนักงานขายและการสาธิตการใช้สินค้า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป

ข้อค้นพบ

จากการศึกษา พบว่า ตราสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมนำใช้น้อยกว่าตราสินค้าอื่น ๆ ได้แก่ ESTEE LAUDER EUCERIN LANCOME และ PAN COSMETIC

ส่วนสถานที่จัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อน้อย ได้แก่ ร้านเครื่องสำอางโดยเฉพาะ ผลจากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ผู้จัดจำหน่ายหรือบริษัทผู้ผลิตควรจำหน่ายหรือผลิตผลิตภัณฑ์ตราสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อให้มีวางขายในท้องตลาดตลอดเวลา

บริษัทผู้ผลิตครีมบำรุงผิวหน้าควรผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพผลิตภัณฑ์ดีหรือพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ เนื่องจากมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและผู้ตอบแบบสอบถามยังเลือกที่ไม่ซื้อตราสินค้าอื่นแทนเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพของตราสินค้าเดิม

แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับทราบข้อมูลน้อย ได้แก่ วิทยู หนังสือพิมพ์ แผ่นป้ายโฆษณา

การส่งเสริมการขายที่ได้รับความสนใจน้อย ได้แก่ การให้คูปองส่วนลด การให้ของแถม ไม่จำเป็นต้องจัดการส่งเสริมการขายด้านนี้

ครีมบำรุงผิวหน้าที่มีแหล่งผลิตในประเทศได้รับความนิยมซื้อสูงกว่าครีมบำรุงผิวหน้าที่มีแหล่งผลิตจากต่างประเทศ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ในลำดับแรก ดังนี้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.13 แสดงระดับความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือนและอาชีพ

	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
12-18 ปี	คุณภาพผลิตภัณฑ์	ไม่มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน
19-35 ปี	คุณภาพผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว
36-50 ปี	มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน
มากกว่า 50 ปี	ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกัน	ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก
ต่ำกว่า 5,000 บาท	การมีสถาบันมีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ	ไม่มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน
5,001-10,000 บาท	คุณภาพผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว
10,001-15,000 บาท	มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน
15,001-20,000 บาท	ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกัน	คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามฉลาก
20,001-25,000 บาท	กลิ่นของผลิตภัณฑ์	ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก
25,001-30,000 บาท	ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกัน	ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน
มากกว่า 30,000 บาท	มีส่วนผสมของสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ	ไม่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ
นักเรียน/นักศึกษา	คุณภาพผลิตภัณฑ์	ไม่มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน
พนักงานบริษัท	คุณภาพผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน

ตารางที่ 5.13 (ต่อ)

	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
รับราชการ	ยี่ห้อผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	ไม่มีสารเคมีระบุว่าทำให้ชุ่มชื้น
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	สารเคมีที่มีการศึกษาระบุว่าทำให้ชุ่มชื้นขึ้น	ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน
แม่บ้าน	คุณภาพผลิตภัณฑ์	ไม่มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหนังอย่างชัดเจน
อื่น ๆ : รับจ้างทั่วไป	รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน	ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก

จากตารางที่ 5.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหนัง ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ กลุ่มรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานบริษัท แม่บ้าน ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มอายุ 12-18 ปี 36-50 ปี พบปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม่ฉลากแสดงความรู้ด้านการดูแลรักษาผิวหนัง และไม่บอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท 25,001-30,000 บาท พบปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม่ฉลากแสดงความรู้ด้านการดูแลรักษาผิวหนัง และไม่บอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอาชีพ นักเรียนหรือนักศึกษา เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน พบปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม่ฉลากแสดงความรู้ด้านการดูแลรักษาผิวหนัง และไม่บอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน

ตารางที่ 5.14 แสดงระดับความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือนและอาชีพ

	ปัจจัยด้านราคา	ปัญหาด้านราคา
12-18 ปี	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
19-35 ปี	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
36-50 ปี	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
มากกว่า 50 ปี	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
ต่ำกว่า 5,000 บาท	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
5,001-10,000 บาท	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
10,001-15,000 บาท	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	ราคาไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์
15,001-20,000 บาท	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
20,001-25,000 บาท	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
25,001-30,000 บาท	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
มากกว่า 30,000 บาท	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
นักเรียน/นักศึกษา	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
พนักงานบริษัท	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน

ตารางที่ 5.14 (ต่อ)

	ปัจจัยด้านราคา	ปัญหาด้านราคา
รับราชการ	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	ราคาไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
แม่บ้าน	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน
อื่น ๆ : รับจ้างทั่วไป	มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน

จากตารางที่ 5.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุให้ความสำคัญในลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ไม่เกิน 10,000 บาท 20,001-มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน กลุ่มอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน และรับจ้างทั่วไป บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยมีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ รายได้ และอาชีพ พบปัญหาย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน

ตารางที่ 5.15 แสดงระดับความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือนและอาชีพ

	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
12-18 ปี	ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย
19-35 ปี	การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด	ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย
36-50 ปี	ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ไม่ชัด
มากกว่า 50 ปี	การมีสินค้าวางขายตลอดเวลา	ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย
ต่ำกว่า 5,000 บาท	ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	ไม่มีสินค้าวางขายทั่วไป
5,001-10,000 บาท	การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด	สถานที่จำหน่ายไกลบ้าน
10,001-15,000 บาท	ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย
15,001-20,000 บาท	ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย
20,001-25,000 บาท	สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก	สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถไม่สะดวก
25,001-30,000 บาท	ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ไม่ชัด
มากกว่า 30,000 บาท	ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถไม่สะดวก
นักเรียน/นักศึกษา	ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย
พนักงานบริษัท	ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	สถานที่จำหน่ายไกลบ้าน
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	สถานที่ที่จำหน่ายใกล้บ้าน	ไม่มีสินค้าวางขายทั่วไป
รับราชการ	สถานที่ที่จำหน่ายใกล้บ้าน	สถานที่จำหน่ายไกลบ้าน
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	สถานที่ที่จำหน่ายใกล้บ้าน	สถานที่จำหน่ายไกลบ้าน
แม่บ้าน	การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่หยิบง่าย	ไม่มีสินค้าวางขายทั่วไป
อื่น ๆ : รับจ้างทั่วไป	การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด	สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถไม่สะดวก

จากตารางที่ 5.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 12-18 ปี 36-50 ปี ให้ความสำคัญในลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ ผลลัพธ์ที่มีจำหน่ายทั่วไป กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 25,001-มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ ผลลัพธ์ที่มีจำหน่ายทั่วไป กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว ราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้บ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ พบปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ ผลลัพธ์ที่มีจำหน่ายขาดตลาดบ่อย ยกเว้นกลุ่มอายุ 36-50 ปี พบปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ไม่ชัดเจน กลุ่มรายได้ 10,001-20,000 บาท พบปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ผลลัพธ์ที่มีจำหน่ายขาดตลาดบ่อย และกลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท พบปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สถานที่ที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถไม่สะดวก กลุ่มอาชีพ พนักงานบริษัท ราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบปัญหาย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้บ้าน

ตารางที่ 5.16 แสดงระดับความสำคัญลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ รายได้ต่อเดือนและอาชีพ

	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด
12-18 ปี	การโฆษณา	ไม่มีการโฆษณา / การโฆษณาน้อย
19-35 ปี	การส่งเสริมการตลาด	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
36-50 ปี	การโฆษณา	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
มากกว่า 50 ปี	การแสดงสินค้า ณ จุดขาย	ไม่มีการโฆษณา / การโฆษณาน้อย
ต่ำกว่า 5,000 บาท	การโฆษณา	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
5,001-10,000 บาท	การส่งเสริมการตลาด	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
10,001-15,000 บาท	การโฆษณา	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
15,001-20,000 บาท	มีตัวอย่างให้ทดลองใช้	ไม่มีพนักงานขายประจำให้คำแนะนำ
20,001-25,000 บาท	มีการสาธิตการใช้	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
25,001-30,000 บาท	การโฆษณา	ไม่มีพนักงานขายประจำให้คำแนะนำ
มากกว่า 30,000 บาท	การโฆษณา	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
นักเรียน/นักศึกษา	การโฆษณา	ไม่มีการโฆษณา / การโฆษณาน้อย
พนักงานบริษัท	การส่งเสริมการตลาด	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	การโฆษณา	ไม่มีข้อความที่ใช้ในการโฆษณา
รับราชการ	การโฆษณา	ไม่มีข้อความที่ใช้ในการโฆษณา
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	การโฆษณา	ไม่มีพนักงานขายประจำให้คำแนะนำ
แม่บ้าน	การแสดงสินค้า ณ จุดขาย	ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้
อื่น ๆ : รับจ้างทั่วไป	การโฆษณา	ไม่มีการโฆษณา / การโฆษณาน้อย

จากตารางที่ 5.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 12-18 ปี 36-50 ปี ให้ความสำคัญในลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ การโฆษณา กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท 25,001-มากกว่า 30,000 บาท ให้

ความสำคัญในลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ การโฆษณา กลุ่มอาชีพ นักเรียนหรือนักศึกษา เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว รัฐบาล พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญในลำดับแรกของปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ การโฆษณา

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุ 12-18 ปี และมากกว่า 50 ปี พบปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาหรือการโฆษณาน้อย กลุ่มอายุ 19-50 ปี พบปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ กลุ่มรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท – 15,000 บาท 20,001-25,000 บาท มากกว่า 30,000 พบปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ กลุ่มอาชีพ นักเรียนหรือนักศึกษา รับจ้างทั่วไป พบปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาหรือโฆษณาน้อย พนักงานบริษัท แม่บ้าน พบปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ เจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว รัฐบาล พบปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้า ได้แก่ ไม่มีข้อความที่ใช้ในการโฆษณา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหนัง และปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหนังของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ดังนี้

ตารางที่ 5.17 ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหนัง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ความสำคัญของปัจจัยต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหนัง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับค่าเฉลี่ย
คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.60	มากที่สุด
มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	4.58	มากที่สุด
รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน	4.45	มาก
มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหนังอย่างชัดเจน	4.45	มาก
ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลาย ๆ อย่างไว้ด้วยกันเช่น ทำให้ผิวขาวให้ความชุ่มชื้น	4.37	มาก
มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	4.33	มาก
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	4.28	มาก
การส่งเสริมการตลาด	4.23	มาก
มีส่วนผสมของสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ	4.22	มาก
สารเคมีที่มีการศึกษาระบุว่าทำให้ชุ่มชื้นขึ้น เช่น Vitamin E เป็นต้น	4.21	มาก
การมีสถาบันมีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ	4.20	มาก
การโฆษณา	4.14	มาก
ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	4.06	มาก
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด	4.06	มาก
มีตัวอย่างให้ทดลองใช้	3.99	มาก
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่หยิบง่าย	3.99	มาก
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	3.98	มาก
การมีสินค้าวางขายตลอดเวลา	3.98	มาก

ตารางที่ 5.17 ร(ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ความสำคัญของปัจจัยต่อการตัดสินใจซื้อ ครีมบำรุงผิวหน้า	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับค่าเฉลี่ย
มีหลายขนาดให้เลือก	3.94	มาก
สถานที่ที่จำหน่ายใกล้บ้าน	3.89	มาก
การแสดงสินค้า ณ จุดขาย	3.86	มาก
มีการสาธิตการใช้	3.85	มาก
กลิ่นของผลิตภัณฑ์	3.78	มาก
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย	3.77	มาก
พนักงานขาย	3.77	มาก
สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก	3.44	น้อย
การจัดส่งสินค้าถึงบ้าน หรือ ไปรษณีย์	3.00	น้อย
เป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ	2.98	น้อย

จากตารางที่ 5.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าโดยรวม ที่มีค่าเฉลี่ย ตามลำดับ ดังนี้ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าในระดับมาก ได้แก่ รายละเอียดบนฉลาก ส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน มีฉลากแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติ ๆ อย่างไรด้วยกัน มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด มีส่วนผสมของสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ และสารเคมีที่มีการศึกษาระบุว่าทำให้ชุ่มชื้นขึ้น การมีสถาบันมีชื่อเสียงรับรองคุณภาพการโฆษณา ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีตัวอย่างให้ทดลองใช้ การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่หยิบง่าย ยี่ห้อผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก การมีสินค้าวางขายตลอดเวลา มีหลายขนาดให้เลือก สถานที่ที่จำหน่ายใกล้บ้าน การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีการสาธิตการใช้ กลิ่นของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในประเทศไทย และพนักงานขาย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าในระดับน้อย ได้แก่ การจัดส่งสินค้าถึงบ้าน หรือ ไปรษณีย์ และเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ

ตารางที่ 5.18 ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าของสตรี

ปัญหาในการซื้อ	ความสำคัญของปัญหาที่พบในการซื้อครีมบำรุงผิวหน้า	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับค่าเฉลี่ย
ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว	4.49	มาก
ไม่มีฉลากแสดงความรู้ทางการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน	4.29	มาก
ไม่มีฉลากบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน	4.27	มาก
รายละเอียดบนฉลาก ไม่บอกส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน	4.20	มาก
คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามฉลาก	4.16	มาก
ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน	4.05	มาก
ไม่มีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ	4.04	มาก
ไม่มีสารเคมีระบุว่าทำให้ชุ่มชื้น เช่น Vitamin E เป็นต้น	3.99	มาก
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก	3.98	มาก
ราคาไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์	3.97	มาก
ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	3.85	มาก
ไม่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ	3.85	มาก
ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย	3.84	มาก
ไม่มีพนักงานขายประจำให้คำแนะนำ	3.80	มาก
สถานที่จำหน่ายไกลบ้าน	3.78	มาก
ไม่มีข้อความที่ใช้ในการโฆษณา	3.74	มาก
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ไม่ชัด	3.73	มาก
ไม่มีการแสดงสินค้า ณ จุดขาย	3.73	มาก
ไม่มีการสาธิตวิธีการใช้	3.71	มาก
ไม่มีการโฆษณา / การโฆษณาน้อย	3.70	มาก
ไม่มีขนาดบรรจุที่หลากหลาย	3.65	มาก
ไม่ชอบกลิ่นของผลิตภัณฑ์	3.64	มาก
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่หยิบยาก	3.60	มาก

ตารางที่ 5.18 (ต่อ)

ปัญหาในการซื้อ	ความสำคัญของปัญหาที่พบในการซื้อ ครีมบำรุงผิวหน้า	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับค่าเฉลี่ย
ไม่มีสินค้าวางขายทั่วไป	3.55	มาก
สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถไม่สะดวก	3.32	น้อย
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ผลิตในประเทศ	3.28	น้อย
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้นำเข้าจากต่างประเทศ	2.98	น้อย
ไม่มีการจัดส่งสินค้าถึงบ้าน หรือ ไปรษณีย์	2.97	น้อย

จากตารางที่ 5.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบในการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อครีมบำรุงผิวหน้าโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ย ตามลำดับ ดังนี้ ปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเพียงอย่างเดียว ไม่หลากหลายแสดงความรู้ทางด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน ไม่หลากหลายบอกวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ชัดเจน รายละเอียดบนฉลาก ไม่บอกส่วนผสม วิธีการใช้ชัดเจน คุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่เป็นไปตามฉลาก ไม่มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ชัดเจน ไม่มีสถาบันที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพ ไม่มีสารเคมีระบุว่าทำให้ชุ่มชื้น ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก ราคาไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ ไม่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ ไม่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพร สารสกัดจากธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายขาดตลาดบ่อย ไม่มีพนักงานขายประจำให้คำแนะนำ สถานที่จำหน่ายไกลบ้าน ไม่มีข้อความที่ใช้ในการโฆษณา การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ไม่ชัด ไม่มีการแสดงสินค้า ณ จุดขาย ไม่มีการสาธิตวิธีการใช้ ไม่มีการโฆษณาหรือการโฆษณาน้อย ไม่มีขนาดบรรจุที่หลากหลาย ไม่ชอบกลิ่นของผลิตภัณฑ์ การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่หยิบยาก ไม่มีสินค้าวางขายทั่วไป ปัญหาที่พบที่มีผลในระดับน้อย ได้แก่ สถานที่ที่จำหน่ายมีที่จอดรถไม่สะดวก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ผลิตในประเทศ และไม่มีการจัดส่งสินค้าถึงบ้านหรือไปรษณีย์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ผู้ศึกษาพบว่าในด้านผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อครีมบำรุงผิวหน้าและปัญหาต่าง ๆ ที่พบเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

ตราสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความนิยมน้อย ผู้จัดจำหน่ายจึงไม่ควรทำการสั่งสินค้าเข้ามาเก็บเพื่อจำหน่ายในปริมาณมาก ๆ จึงจะไม่เกิดการขาดทุนในการจัดจำหน่ายสินค้า

ในด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทผู้ผลิตควรผลิตสินค้าที่มีคุณสมบัติหลากหลาย เช่น ทำให้ผิวหน้าขาว เพิ่มความชุ่มชื้นและรักษาผิวหนังที่เกิบนใบหน้า เป็นต้น ควรมีฉลากบอกวันหมดอายุ ผลิตภัณฑ์ ฉลากแสดงความรู้ด้านการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน ฉลากแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ส่วนผสมและวิธีการใช้ให้ชัดเจน

ในด้านราคา บริษัทผู้ผลิตควรติดป้ายแสดงราคาให้ชัดเจน และตั้งราคาให้เหมาะสม ควรตั้งราคาผลิตภัณฑ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่ควรเปลี่ยนแปลงราคาบ่อย

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทผู้ผลิตควรให้มีพนักงานออกสำรวจดูว่าสินค้ามีการวางขายในตลาดอย่างทั่วถึงและมีจำหน่ายตลอดเวลาไม่ขาดตลาด ส่วนร้านจำหน่ายสินค้าควรจัดวางสินค้าให้ลูกค้ามองเห็นได้อย่างชัดเจน และหยิบได้ง่าย

ในการส่งเสริมการตลาด บริษัทผู้ผลิตควรนำสินค้าตัวอย่างให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้ โดยให้มีพนักงานขายประจำคอยให้คำแนะนำสินค้าแก่ลูกค้า มีการแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีการสาธิตการใช้สินค้า จัดให้มีการโฆษณามากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศน้อย แต่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมากกว่าจะเป็นสิ่งสินค้านำเข้าจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่าย ผู้บริโภคสนใจกับคุณภาพ ต้องมีฉลากบอกวันหมดอายุ ควรมีฉลากแสดงความรู้ทางการดูแลรักษาผิวหน้าอย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์ใดที่คุณภาพไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ผู้ประกอบการไม่ควรนำมาจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า การส่งเสริมการขายด้านการให้คูปองส่วนลด เห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อย ดังนั้น ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องไปทุ่มงบประมาณการจัดการส่งเสริมการขายด้านนี้ แต่ควรจะทำสินค้าตัวอย่างออกมาให้เพียงพอต่อความต้องการทดลองใช้สินค้าให้มากขึ้น หรืออาจจะมีการลดราคาสินค้าในบางช่วงเวลาหรือบางเทศกาลในรอบปี เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคให้ซื้อ หรือมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบอื่น เช่น มีของแถมที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลน้อยคือ วิทยุ ดังนั้น ไม่จำเป็นต้องทุ่มงบประมาณสำหรับการทำโฆษณาในด้านนี้ แต่ผู้บริโภครับทราบข้อมูลทางโทรทัศน์

มากที่สุด ผู้ประกอบการควรรู้วิธีสร้างสร้งงานโฆษณาออกมาที่สามารถสื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยตรง

ห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์เซ็นเตอร์ ยังเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่น่าสนใจในการวางจำหน่ายครีมบำรุงผิวหน้า เพื่อสอดคล้องกับการใช้ชีวิตสมัยใหม่ซึ่งเร่งรีบและต้องการความสะดวกในการซื้อหา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved