

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการโรงเคลือบสั้ม จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศเพศชาย มีอายุ 30 – 39 ปี ส่วนใหญ่ตำแหน่งหน้าที่เป็นเจ้าของโรงเคลือบ มีประสบการณ์ในการทำงาน 1 – 2 ปี มากที่สุด การศึกษาสูงสุดปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ตำแหน่งของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อ คือ เจ้าของ โดยมีจำนวนผู้ตัดสินใจในการสั่งซื้อน้ำยาเคลือบสั้ม จำนวน 1 คน ระยะเวลาในการประกอบกิจการโรงเคลือบสั้ม 1-2 ปี ส่วนใหญ่ลักษณะของกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ลักษณะของบริการรับเคลือบสั้มของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย จำนวนผู้จำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้ำยาเคลือบสั้มมากที่สุด คือ จำนวน 2 ราย ปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวันน้อยกว่า 20 ตันต่อวัน ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้น้ำยาเคลือบสั้มยี่ห้อซีตราชาชนันท์ มากที่สุด และยี่ห้อของน้ำยาเคลือบสั้มที่ใช้ปัจจุบัน คือ ซีตราชาชนันท์ มากที่สุดเหมือนกัน สาเหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อในปัจจุบัน คือ คุณภาพของสินค้า ส่วนใหญ่ทราบแหล่งข้อมูลของน้ำยาเคลือบสั้มจากพนักงานขายเข้ามาติดต่อโดยตรง และนโยบายในการจัดซื้อน้ำยาเคลือบสั้ม คือ คำนึงถึงคุณภาพของน้ำยา ส่วนปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดซื้อน้ำยาเคลือบสั้มมากที่สุด คือ การแข่งขันในธุรกิจเคลือบสั้ม และปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการจัดซื้อน้ำยาเคลือบสั้มมากที่สุด คือ วัตถุประสงค์ของทางลูกค้าสั้ม โดยวิธีการชำระเงินชำระภายใน 90 วัน มีความถี่ในการสั่งซื้อน้ำยาเคลือบสั้ม มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน และปริมาณที่สั่งซื้อน้ำยาเคลือบสั้มต่อครั้ง (หน่วย : ถัง 200 ลิตร) มากที่สุด คือ 1-4 ถัง โดยคุณสมบัติของน้ำเคลือบสั้มที่ซื้อ คือ เงามจัดและเงาธรรมชาติ

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบส้วมของผู้ประกอบการโรงเคลือบส้วม

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบส้วมในระดับมาก เรียงลำดับ คือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การรับประกันคุณภาพสินค้า รองลงมา เคลือบแล้วไม่เหนียว และอายุการเก็บรักษา

**ปัจจัยด้านราคา** โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ราคาของน้ำยาเคลือบ รองลงมา มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง วงเงินสินเชื่อ และ ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ส่งสินค้าถูกต้อง รองลงมา มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว และมีบริการส่งสินค้าถึงโรงงานเท่ากัน และส่งตรงเวลานัดหมาย

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ และพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ เท่ากัน รองลงมา พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า และพนักงานมีความสุภาพ

## ส่วนที่ 3 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบส้วม

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบส้วมในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และพบปัญหาในระดับน้อย เรียงลำดับ คือ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก อันดับแรก คือ อายุการเก็บรักษาไม่นาน และไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า เท่ากัน

**ปัญหาด้านราคา** โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก คือ ราคาไม่คงที่

**ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย** โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย อันดับแรก คือ ไม่มีส่วนลด

**ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการโรงเคลือบสั้ม จำแนกตามเพศ ตำแหน่งหน้าที่ ลักษณะของกิจการ ลักษณะของการให้บริการ และตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน**

**4.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการโรงเคลือบสั้ม จำแนกตามเพศ**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ การรับประกันคุณภาพสินค้า ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ อายุการเก็บรักษา

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ ราคาของน้ำยาเคลือบ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ราคาของน้ำยาเคลือบ และวงเงินสินเชื่อ

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ ส่งสินค้าถูกต้อง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด คือ ส่งตรงเวลานัดหมาย

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด คือ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ

**4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการโรงเคลือบสั้ม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่**

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของโรงเคลือบให้ความสำคัญที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ การรับประกันคุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการ โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เคลือบแล้วไม่เหนียว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดูแล โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เคลือบแล้วไม่เหนียว และการรับประกันคุณภาพ เท่ากัน

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของ โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ราคาของน้ำยาเคลือบ และมีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการ โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ วงเงินสินเชื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดูแล โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดราคาของน้ำยาเคลือบ

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของ โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ส่งสินค้าถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการ โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน และส่งตรงเวลตามนัดหมาย เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดูแล โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน และมีบริการขนส่งที่รวดเร็ว เท่ากัน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของ โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการ โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดูแล โรงเกลือให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ การมีของแถม เช่น ซี 10 ถึง แกรม 1 ถึง พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า พนักงานมีความสุภาพ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ และพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ เท่ากัน

#### 4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบส้วมของ

ผู้ประกอบการโรงเคลือบส้วม จำแนกตามลักษณะของกิจการ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การรับประกันคุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เคลือบแล้วไม่เหนียว และการรับประกันคุณภาพ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เคลือบแล้วไม่เหนียว และการรับประกันคุณภาพ เท่ากัน

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาของน้ำยาเคลือบ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาของน้ำยาเคลือบ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาของน้ำยาเคลือบ มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง และวงเงินสินเชื่อ เท่ากัน

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ส่งสินค้าถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว ส่งสินค้าถูกต้อง และส่งตรงเวลานัดหมาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า และพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ การมีของแถม เช่น ชื้อ 10 ถึง แกรม 1 ถึง พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ และพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ

#### 4.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการโรงเคลือบสั้ม จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการเคลือบสั้มที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ การรับประกันคุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการให้บริการเคลือบสั้มแก่สวนสั้มทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ความเงาสูง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการรับเคลือบสั้มของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ มีความปลอดภัย และการรับประกันคุณภาพสินค้า

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกลักษณะของการให้บริการ เคลือบสั้มที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง และให้บริการเคลือบสั้มแก่สวนสั้มทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ราคาของน้ำยาเคลือบ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการรับเคลือบสั้มของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการเคลือบสั้มที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ส่งสินค้าถูกต้อง และส่งตรงเวลานัดหมาย เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการให้บริการเคลือบสั้มแก่สวนสั้มทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน และมีบริการขนส่งที่รวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการรับเคลือบสั้มของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ส่งสินค้าถูกต้อง

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการเคลื่อนที่แบบสวมที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการให้บริการเคลื่อนที่แบบสวมแก่สวนสวมทั่วไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ การมีของแถม เช่น ซื่อ 10 ถึง แกรม 1 ถึง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของการให้บริการรับเคลื่อนที่แบบสวมของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้

#### 4.5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลื่อนที่แบบสวมของผู้ประกอบการโรงเคลื่อนที่แบบสวม จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลื่อนที่) ต่อวัน

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต(เคลื่อนที่) น้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ อายุการเก็บรักษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต(เคลื่อนที่) 21-40 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ การรับประกันคุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต(เคลื่อนที่) มากกว่า 40 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ความเงาสูง

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต(เคลื่อนที่) น้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน และปริมาณการผลิต(เคลื่อนที่) มากกว่า 40 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ราคาของน้ำยาเคลื่อนที่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต(เคลื่อนที่) 21-40 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต น้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน และปริมาณการผลิต 21-40 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ ส่งสินค้าถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต(เคลื่อน) มากกว่า 40 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน และมีบริการขนส่งที่รวดเร็ว

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต(เคลื่อน) น้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และความถี่ในการเยี่ยมชมของพนักงานขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต (เคลื่อน) 21-40 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ พนักงานมีความสุภาพ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ และพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปริมาณการผลิต (เคลื่อน) มากกว่า 40 ต้นต่อวัน ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนด

**ส่วนที่ 5 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลื่อนสัมมาจำหน่าย**  
จำแนกตามเพศ ตำแหน่งหน้าที่ ลักษณะของกิจการ ลักษณะของการให้บริการ และตามปริมาณการผลิต(เคลื่อน)ต่อวัน

**5.1 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลื่อนสัมมาจำหน่าย**  
จำแนกตามเพศ

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ อายุการเก็บรักษาและเคลื่อนแล้วไม่เหนียวเท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ อายุการเก็บรักษา

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ราคาไม่คงที่ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง

**ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด อันดับแรก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า



**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย อันดับแรก คือ ไม่มีส่วนลด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีส่วนลด

**5.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบส้วมของผู้ประกอบการโรงเคลือบส้วม จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่**

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของโรงเคลือบพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการ โรงเคลือบพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ความเงา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดูแลโรงเคลือบพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีความปลอดภัย

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของโรงเคลือบพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการ โรงเคลือบพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยอันดับแรก คือ ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดูแลโรงเคลือบพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง

**ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของโรงเคลือบ ผู้จัดการโรงเคลือบ และ ผู้ดูแลโรงเคลือบ พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของโรงเคลือบพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ไม่มีส่วนลด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้จัดการ โรงเคลือบพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยอันดับแรก คือ ไม่มีส่วนลด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ดูแลโรงเคลือบพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อยอันดับแรก คือ ไม่มีของแถม/หรือไม่น่าสนใจ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า พนักงานไม่มีความสุข พนักงานขายไม่มีความน่าเชื่อถือ/ความรับผิดชอบ พนักงานขายไม่สามารถให้คำปรึกษาได้ และการเขียนเขียนของพนักงานขายไม่สม่ำเสมอ

### 5.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของ

ผู้ประกอบการโรงเคลือบสั้ม จำแนกตามลักษณะของกิจการ

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ อายุการเก็บรักษาไม่นาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ เคลือบแล้วเหนียว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นบริษัท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ความเงา น้อยและอายุการเก็บรักษาไม่นาน

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการ เป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาไม่คงที่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ให้วงเงินสินเชื่อ น้อย และระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสั้น เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นบริษัท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ให้ วงเงินสินเชื่อ น้อย และระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสั้น เท่ากัน

**ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า ส่งสินค้าไม่ถูกต้อง และส่งไม่ตรงเวลานัดหมาย เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นบริษัท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ ไม่มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน และ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า เท่ากัน

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็น เจ้าของคนเดียว พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ไม่มีส่วนลด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย อันดับแรก คือ ไม่มีส่วนลด ไม่มีของแถม/หรือของแถมไม่น่าสนใจ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า พนักงานไม่มีความสุขภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะของกิจการเป็นบริษัท พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ พนักงานขายไม่มีความน่าเชื่อถือ/ความรับผิดชอบ

#### 4.4 ปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการโรงเคลือบสั้ม จำแนกตาม ลักษณะของบริการ

**ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะการให้บริการเคลือบสั้มที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีการรับประกัน คุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะการให้บริการเคลือบสั้มแก่สวนสั้มทั่วไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ความเงาไม่สวย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะการให้บริการ ให้บริการรับเคลือบสั้มของสวนตัวเอง และบุคคลภายนอกด้วย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ อายุการเก็บรักษาไม่นาน

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะการให้บริการเคลือบสั้มที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง และให้บริการรับเคลือบสั้มของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะการให้บริการเคลือบสั้มแก่สวนสั้มทั่วไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสั้น

**ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามทุกลักษณะการให้บริการพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะการให้บริการเคลือบสั้มที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะการให้บริการเคลือบสั้มแก่สวนสั้มทั่วไป พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีของแถม / หรือไม่น่าสนใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ลักษณะการให้บริการ รับเคลือบสั้มของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีส่วนลด

#### 4.5 ปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบส้มของ

ผู้ประกอบการโรงเคลือบส้ม จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน

**ปัญหาด้านผลิตภัณ์** ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวันน้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ อายุการเก็บรักษาไม่นาน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) 21-40 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) มากกว่า 40 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ ความเงาอ่อน

**ปัญหาด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวันน้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง และให้วงเงินสินเชื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) 21-40 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง และระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) มากกว่า 40 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย อันดับแรก คือ ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า และระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า

**ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวันน้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) 21-40 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้าและส่งสินค้าไม่ถูกต้อง

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) มากกว่า 40 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) มากกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่น

**ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวันน้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ไม่มีส่วนลด

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) 21-40 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับน้อย อันดับแรก คือ ไม่มีส่วนลด และพนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ปริมาณการผลิต (เคลือบ) มากกว่า 40 ต้นต่อวัน พบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก อันดับแรก คือ พนักงานขายไม่มีความน่าเชื่อถือ/ความรับผิดชอบ

### อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบส้มของผู้ประกอบการโรงเคลือบส้ม อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวถึง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในเรื่องการรับประกันคุณภาพของสินค้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรีัญญา เมืองสุวรรณ (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ที่ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คุณภาพของสินค้า และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สมบัติ ยะสินธุ์ (2547) ที่ศึกษาพฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิบูลย์ อสัมภินพงศ์ (2543) ที่ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านขายยาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าน้ำยาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในด้านความปลอดภัย และการเปลี่ยนคืนสินค้าหมดอายุและสินค้าชำรุด

**ด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่องราคาของน้ำยาเคลือบ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สมบัติ ยะสินธุ์ (2547) ที่ศึกษา พฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีัญญา เมืองสุวรรณ (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ที่ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก ในเรื่อง ส่งสินค้าถูกต้อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีัญญา เมืองสุวรรณ (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ที่ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สมบัติ ยะสินธุ์ (2547) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของร้าน และเดินทางไปซื้อสะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในเรื่อง พนักงานมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ สอดคล้องกับการศึกษาของวิบูลย์ อสัมภินพงศ์ (2543) ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านขายยาต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมาก คือ พนักงานขายมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขาย และสอดคล้องกับการศึกษาของ สมบัติ ยะสินธุ์ (2547) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้จำหน่ายมีความรู้และสามารถแนะนำสินค้าได้ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีัญญา เมืองสุวรรณ (2546) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ที่ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ วิทยุ การให้ส่วนลด การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า จำนวนผู้ตัดสินใจในการสั่งซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ 1 คน โดยระยะเวลาในการประกอบกิจการ โรงเล็บบนล้อของผู้ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดคือ 3-4 ปี ส่วนใหญ่ลักษณะกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ลักษณะของบริการเล็บบนล้อที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเองและบริการเล็บบนล้อบุคคลภายนอกด้วย โดยจำนวนผู้ที่จำหน่ายที่ซื้อน้ำยาเล็บบนล้อมากที่สุด คือ 2 ราย นโยบายในการจัดซื้อน้ำยาเล็บบนล้อที่น้อยที่สุด คือ พนักงานแนะนำ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดซื้อน้ำยาเล็บบนล้อ น้อยที่สุดคือ เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง สาเหตุที่เลือกซื้อน้อยที่สุด คือ สั่งได้ตลอดเวลา สำหรับปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลต่อการจัดซื้อน้ำยาเล็บบนล้อที่น้อยที่สุดคือ ขั้นตอนการจัดซื้อไม่ยุ่งยาก ความถี่ในการสั่งซื้อที่พบน้อยคือ 1 ครั้งต่อเดือน 2 ครั้งต่อเดือน และไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาล โดยปริมาณที่สั่งซื้อน้ำยาเล็บบนล้อต่อครั้งน้อยที่สุดคือ 11-15 ถัง

จากการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเล็บบนล้อของผู้ประกอบการเล็บบนล้อ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเล็บบนล้อโดยรวมในระดับมาก โดยพบว่าปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเล็บบนล้อในระดับน้อย คือ ตรายี่ห้อ ส่วนผสมของน้ำยา และขนาดของบรรจุภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด

ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเล็บบนล้อโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ราคาของน้ำยาเล็บบนล้อ มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง วงเงินสินเชื่อ และระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเล็บบนล้อโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเล็บบนล้อในระดับมากที่สุดและมาก อันดับสุดท้าย คือ สั่งได้ตลอดเวลา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเล็บบนล้อโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ มีการชิงโชค การโฆษณา และการให้เป่ารางวัลเมื่อซื้อถึงยอดที่กำหนด และความถี่ในการเยี่ยมชมของพนักงานขาย

ส่วนปัญหาพบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสั้ม ที่พบมากที่สุดในแต่ละด้าน 3 อันดับแรก ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า อายุการเก็บรักษาไม่นาน รองลงมา เคลือบแล้วเหนียว และความเงาน้อย ด้านราคา ได้แก่ ราคาไม่คงที่ รองลงมา ให้อายุเงินสินเชื่อน้อย และ ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า รองลงมา สิ่งสินค้าไม่ถูกต้อง และส่งไม่ตรงเวลานัดหมาย ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่มีส่วนลด รองลงมา พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า และ ไม่มีของแถม/หรือไม่น่าสนใจ

สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการเคลือบสั้ม และปัญหาที่พบจากการซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ ตำแหน่งหน้าที่ ลักษณะของกิจการ ลักษณะของการให้บริการ และตามปริมาณการผลิต(เคลือบ) ต่อวัน มีข้อค้นพบดังแสดงในตารางที่ 72 - 81

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการเคลือบสั้ม จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	- การรับประกันคุณภาพสินค้า (4.79)	-อายุการเก็บรักษา (4.73)
ด้านราคา	-ราคาของน้ำยาเคลือบ (4.31)	-ราคาของน้ำยาเคลือบ - วงเงินสินเชื่อ (3.73)
ด้านการจัดจำหน่าย	-มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว (4.69)	-ส่งตรงเวลานัดหมาย (4.55)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-พนักงานสามารถให้คำปรึกษาได้ (4.34)	-พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ (4.55)



ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ปัจจัย	เจ้าของโรงเคลือบ	ผู้จัดการโรงเคลือบ	ผู้ดูแลโรงเคลือบ
ด้านผลิตภัณฑ์	- การรับประกันคุณภาพสินค้า (4.65)	-เคลือบแล้วไม่เหนียว (4.89)	-เคลือบแล้วไม่เหนียว -การรับประกันคุณภาพ (4.75)
ด้านราคา	-ราคาของน้ำยาเคลือบ -มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (4.13)	- วงเงินสินเชื่อ (4.11)	-ราคาของน้ำยาเคลือบ (4.89)
ด้านการจัดจำหน่าย	- ส่งสินค้าถูกต้อง (4.70)	-มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน -ส่งตรงเวลานัดหมาย (4.56)	-มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน -มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว (5.00)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ (4.43)	-พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ (4.67)	-การมีของแถม เช่น ซื่อ 10 ถึง แกรม 1 ถึง -พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า -พนักงานมีความสุภาพ -พนักงานมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ -พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ (4.00)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ปัจจัย	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัท
ด้านผลิตภัณฑ์	- การรับประกันคุณภาพสินค้า (4.43)	-เคลือบแล้วไม่เหนียว -การรับประกันคุณภาพ (5.00)	-เคลือบแล้วไม่เหนียว -การรับประกันคุณภาพ (5.00)
ด้านราคา	-ราคาของน้ำยาเคลือบ (4.11)	- ราคาของน้ำยาเคลือบ (4.25)	-ราคาของน้ำยาเคลือบ -มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง -วงเงินสินเชื่อ (4.25)
ด้านการจัดจำหน่าย	- ส่งสินค้าถูกต้อง (4.71)	-มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน -มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว -ส่งสินค้าถูกต้อง -ส่งตรงเวลานัดหมาย (4.50)	-มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน (4.88)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า -พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ (4.43)	-การมีของแถม เช่น ซื่อ 10 ถึง แกรม 1 ถึง -พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า -พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ -พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ (4.75)	-พนักงานมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ (4.13)

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ประกอบการเคลือบสั้ม จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ

ปัจจัย	เคลือบสั้มที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง	ให้บริการเคลือบสั้มแก่สวนสั้มทั่วไป	รับเคลือบสั้มของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย
ด้านผลิตภัณฑ์	- การรับประกันคุณภาพสินค้า (4.71)	ความเงาสสูง (4.86)	-มีความปลอดภัย -การรับประกันคุณภาพ (4.63)
ด้านราคา	-ราคาของน้ำยาเคลือบ (4.07)	- ราคาของน้ำยาเคลือบ (4.43)	-มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (4.26)
ด้านการจัดจำหน่าย	-ส่งสินค้าถูกต้อง -ส่งตรงเวลานัดหมาย (4.50)	-มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน -มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว (5.00)	-ส่งสินค้าถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 4.74)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.36)	การมีของแถม เช่น ชื้อ 10 ถัง แถม 1 ถัง (ค่าเฉลี่ย 5.00)	คือ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.42)

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่เป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบส้มของผู้ประกอบการเคลือบส้ม จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน

ปัจจัย	ปริมาณการผลิต(เคลือบ) น้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน	ปริมาณการผลิต(เคลือบ) 21-40 ต้นต่อวัน	ปริมาณการผลิต(เคลือบ) 21-40 ต้นต่อวัน
ด้านผลิตภัณฑ์	อายุการเก็บรักษา (4.75)	การรับประกันคุณภาพสินค้า (4.91)	ความเงาสูง (4.89)
ด้านราคา	ราคาของน้ำยาเคลือบ (4.05)	ราคาของน้ำยาเคลือบ (4.44)	มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (4.18)
ด้านการจัดจำหน่าย	ส่งสินค้าถูกต้อง (4.60)	ส่งสินค้าถูกต้อง (4.73)	มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงานและมีบริการขนส่งที่รวดเร็ว (5.00)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ในตัวสินค้า พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ และความถี่ในการเยี่ยมชมของพนักงานขาย (4.35)	พนักงานมีความสุภาพ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ และพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้ (4.55)	การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนด (4.56)

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย	เพศหญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	-อายุการเก็บรักษา -เคลือบแล้วไม่เหนียว (4.07)	-อายุการเก็บรักษา (4.45)
ด้านราคา	-ราคาไม่คงที่ (3.69)	-ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (3.55)
ด้านการจัดจำหน่าย	-มีบริการขนส่งที่ล่าช้า (3.93)	-มีบริการขนส่งที่ล่าช้า (4.55)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-ไม่มีส่วนลด (3.34)	-ไม่มีส่วนลด (3.82)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

ปัจจัย	เจ้าของโรงเคลือบ	ผู้จัดการโรงเคลือบ	ผู้ดูแลโรงเคลือบ
ด้านผลิตภัณฑ์	- ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (4.57)	- ความเงาน้อย (3.82)	- ไม่มีความปลอดภัย (3.82)
ด้านราคา	- ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (3.70)	- ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสั้น (3.33)	- ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (3.75)
ด้านการจัดจำหน่าย	- มีการขนส่งที่ล่าช้า (4.35)	- มีการขนส่งที่ล่าช้า (3.67)	- มีการขนส่งที่ล่าช้า (3.88)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	- ไม่มีส่วนลด (3.78)	- ไม่มีส่วนลด (3.11)	- ไม่มีของแถม/หรือไม่น่าสนใจ - พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า - พนักงานไม่มีความสุภาพ - พนักงานขายไม่มีความน่าเชื่อถือ/ความรับผิดชอบ - พนักงานขายไม่สามารถให้คำปรึกษาได้ - การเขียนเขียนของพนักงานขายไม่สม่ำเสมอ (3.13)

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามลักษณะของกิจการ

ปัจจัย	เจ้าของคนเดียว	ห้างหุ้นส่วน	บริษัท
ด้านผลิตภัณฑ์	- อายุการเก็บรักษาไม่นาน (4.18)	- เคลือบแล้วเหนียว (4.25)	- ความเงาน้อย - อายุการเก็บรักษาไม่นาน (4.38)
ด้านราคา	- ราคาไม่คงที่ (3.68)	- ให้งเงินสินเชื่อน้อย - ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสิ้น (4.00)	- ไม่มีการแข่งขันราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง - ให้งเงินสินเชื่อน้อย - ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสิ้น (3.50)
ด้านการจัดจำหน่าย	- มีบริการขนส่งที่ล่าช้า (4.18)	- มีบริการขนส่งที่ล่าช้า - ส่งสินค้าไม่ถูกต้อง - ส่งไม่ตรงเวลานัดหมาย (3.75)	- ไม่มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน - มีบริการขนส่งที่ล่าช้า (4.00)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	- ไม่มีส่วนลด (3.61)	- ไม่มีส่วนลด - ไม่มีของแถมหรือไม่น่าสนใจ - พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า - พนักงานไม่มีความสุภาพ (3.25)	- พนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ (3.25)

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ประกอบการเคลือบสี จำแนกตามลักษณะของการให้บริการ

ปัจจัย	เคลือบสีที่เป็นผลผลิตจากสวนตัวเอง	ให้บริการเคลือบสีแก่สวนสีทั่วไป	ให้บริการรับเคลือบสีของสวนตัวเองและบุคคลภายนอกด้วย
ด้านผลิตภัณฑ์	- ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (4.57)	- ความเงาน้อย (4.57)	- อายุการเก็บรักษาไม่นาน (4.57)
ด้านราคา	- ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (3.71)	- ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสั้น (3.57)	- ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (3.71)
ด้านการจัดจำหน่าย	- มีการขนส่งที่ล่าช้า (4.36)	- มีการขนส่งที่ล่าช้า (3.43)	- มีการขนส่งที่ล่าช้า (4.16)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า (3.50)	- ไม่มีของแถม/ไม่น่าสนใจ (3.57)	ไม่มีส่วนลด (3.58)



ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาที่พบเป็นลำดับแรกต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำยาเคลือบส้มของผู้ประกอบการเคลือบส้ม จำแนกตามปริมาณการผลิต (เคลือบ) ต่อวัน

ปัจจัย	น้อยกว่า 20 ต้นต่อวัน	21-40 ต้นต่อวัน	มากกว่า 40 ต้นต่อวัน
ด้านผลิตภัณฑ์	-อายุการเก็บรักษาไม่นาน (4.40)	ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า (4.27)	- ความเงาน้อย (4.57)
ด้านราคา	-ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (3.65)	- ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสิ้น (3.82)	ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสิ้น และระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสิ้น (3.22)
ด้านการจัดจำหน่าย	- มีการขนส่งที่ล่าช้า (4.30)	- บริการขนส่งที่ล่าช้าและส่งสินค้าไม่ถูกต้อง (4.00)	- มีการขนส่งที่ล่าช้า (3.78)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ไม่มีส่วนลด (4.30)	-ไม่มีส่วนลด และพนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัว สินค้า (3.00)	พนักงานขายไม่มีความน่าเชื่อถือ/ความรับผิดชอบ (3.56)

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสั้ม และปัญหาที่พบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงต่ำสุด

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัญหา
การรับประกันคุณภาพสินค้า	4.68	มากที่สุด	อายุการเก็บรักษาไม่นาน	4.18	มาก
ส่งสินค้าถูกต้อง	4.68	มากที่สุด	ไม่มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	4.18	มาก
มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน	4.60	มากที่สุด	มีบริการขนส่งที่ล่าช้า	4.10	มาก
มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว	4.60	มากที่สุด	เคลือบแล้วเหนียว	4.08	มาก
ส่งตรงเวลานัดหมาย	4.58	มากที่สุด	ความเงาต่ำ	4.05	มาก
เคลือบแล้วไม่เหนียว	4.55	มากที่สุด	ส่งสินค้าไม่ถูกต้อง	3.95	มาก
อายุการเก็บรักษา	4.50	มากที่สุด	ไม่มีความปลอดภัย	3.90	มาก
มีความปลอดภัย	4.38	มากที่สุด	ส่งไม่ตรงเวลานัดหมาย	3.88	มาก
ล้างเครื่องง่าย	4.38	มาก	ล้างเครื่องยาก	3.85	มาก
พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ	4.35	มาก	ไม่มีบริการส่งสินค้าถึงโรงงาน	3.83	มาก
พนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาได้	4.35	มาก	มีกลิ่นฉุนตกค้าง	3.80	มาก
ความเงาสูง	4.33	มาก	ใช้งานยาก ไม่สะดวก	3.65	มาก
ไม่มีกลิ่นฉุนตกค้าง	4.30	มาก	ราคาไม่คงที่	3.60	มาก
พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญ/มีความรู้ตัวสินค้า	4.28	มาก	ให้วงเงินสินเชื่อต่ำ	3.48	น้อย
ใช้งานง่าย สะดวก	4.25	มาก	ไม่มีส่วนลด	3.48	น้อย
ส่งสินค้าถูกต้องตามปริมาณที่สั่ง	4.23	มาก	ความยากในการทำงาน	3.45	น้อย
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.23	มาก	ฉลาดไม่มีการระงับวันหมดอายุ	3.43	น้อย
พนักงานมีความสุภาพ	4.18	มาก	ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง	3.43	น้อย
การมีของแถม เช่น ซ็้อ 10 ถัง แอม 1 ถัง	4.15	มาก	ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้าสั้น	3.40	น้อย

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสั้ม และปัญหาที่พบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสั้มของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงต่ำสุด (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัญหา
ราคาของน้ำยาเคลือบ	4.15	มาก	ปริมาณสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3.33	น้อย
โรงงานสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายได้ง่าย	4.13	มาก	พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า	3.25	น้อย
มีการออกไปส่งสินค้าและใบเสร็จรับเงินชัดเจนถูกต้อง	4.10	มาก	ไม่มีของแถม / หรือไม่น่าสนใจ	3.23	น้อย
การมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนด	4.08	มาก	มีการออกไปส่งสินค้า และใบเสร็จรับเงินไม่ชัดเจนถูกต้อง	3.20	น้อย
มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง	4.08	มาก	พนักงานขายไม่มีความน่าเชื่อถือ/ความรับผิดชอบ	3.20	น้อย
ฉลาดมีการระบุวันหมดอายุ	4.00	มาก	ส่งสินค้าไม่ถูกต้องตามปริมาณที่สั่ง	3.18	น้อย
ความยากง่ายในการทำงาน	3.98	มาก	พนักงานขายไม่สามารถให้คำปรึกษาได้	3.15	น้อย
สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต	3.90	มาก	ฉลาดไม่มีการระบุส่วนประกอบสินค้าหรือ/มีแต่ไม่ชัดเจน	3.13	น้อย
วงเงินสินเชื่อ	3.88	มาก	พนักงานไม่มีความสุขภาพ	3.13	น้อย
ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้า	3.78	มาก	โรงเคลือบไม่สามารถติดต่อกับผู้แทนจำหน่ายได้สะดวก	3.00	น้อย
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	3.68	มาก	ส่วนผสมของน้ำยาไม่เหมาะสม	2.88	น้อย
ฉลาดมีการระบุส่วนประกอบสินค้าชัดเจน	3.63	มาก	ไม่สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต	2.85	น้อย

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสี และปัญหาที่พบในการเลือกซื้อน้ำยาเคลือบสีของผู้ตอบแบบสอบถาม เรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดถึงต่ำสุด

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัญหา
ตั้งได้ทุกเวลา	3.50	มาก	ไม่มีเป่ารางวัล	2.78	น้อย
ส่วนผสมของน้ำยา	3.43	น้อย	กระบวนการสั่งซื้อยุ่งยาก	2.73	น้อย
ความถี่ในการเยี่ยมชมของพนักงานขาย	3.40	น้อย	ไม่สามารถสั่งได้ทุกเวลา	2.65	น้อย
การให้เป่ารางวัลเมื่อซื้อถึงยอดที่กำหนด	3.28	น้อย	การเยี่ยมชมของพนักงานขายไม่สม่ำเสมอ	2.65	น้อย
การโฆษณา	3.18	น้อย	ตราหือไม่เป็นที่รู้จัก	2.63	น้อย
ตราหือ	2.95	น้อย	ไม่มีการชิงโชค	2.55	น้อย
มีการชิงโชค	2.93	น้อย	ขนาดของบรรจุภัณฑ์ไม่มีให้เลือก	2.38	น้อยที่สุด
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด	2.48	น้อยที่สุด			

### ข้อเสนอแนะ

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การรับประกันคุณภาพสินค้า และปัญหาที่พบบนอันดับแรกคือ สีที่ผ่านการเคลือบแล้ว ไม่สามารถคงสภาพความสดและรสชาติได้นานเพียงพอ ดังนั้น ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเคลือบสี ควรให้ความสำคัญในเรื่องการรับประกันคุณภาพของสินค้าที่จำหน่าย เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่า สีที่ผ่านการเคลือบด้วยน้ำยาเคลือบสีแล้ว จะสามารถเก็บรักษาความสดไว้ได้นาน 10 – 14 วันในอุณหภูมิปกติ โดยไม่มีกลิ่นเหม็นบูดหรือเกิดการสั่นไถ่เสีย เพราะจะทำให้สินค้าเสียหายและชื่อเสียงของผู้ประกอบการ โรงเคลือบสีก็จะเสียหายด้วยเช่นกัน และควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์น้ำยาเคลือบให้เหนียวน้อยลง เพื่อให้สามารถทำงานได้ง่ายและแห้งไวขึ้นกว่าเดิม โดยไม่จำเป็นต้องอบสีในรางเคลือบด้วยความร้อนที่สูงเกินไป เพราะน้ำยาเคลือบสีที่มีความเหนียว จำเป็นต้องใช้ความร้อนสูงในการอบให้น้ำยาแห้ง และความร้อนจากการอบสีที่สูงเกิน 40 องศาเซลเซียสจะทำให้สีสุกและแข็ง ซึ่งจะมีผลต่ออายุการเก็บรักษาของสีโดยตรง นอกจากนี้ยังต้องมีการรับประกันคุณภาพด้านความปลอดภัย เช่น ได้การรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหาร

และยาหรือออย. เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจว่า ส้มที่ผ่านการเคลือบด้วยน้ำยาชนิดนี้แล้วสามารถบริโภคได้อย่างปลอดภัย และไม่เป็นอันตรายอย่างแท้จริง

**ด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาของน้ำยาเคลือบ และปัญหาที่พบบนอันดับแรกคือ ราคาไม่คงที่ ดังนั้น ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเคลือบส้ม ควรตั้งราคาให้เหมาะสมโดยคำนึงถึงต้นทุนของสินค้าที่แท้จริงและภาวะการแข่งขันในท้องตลาด หรืออาจตั้งราคาให้ลูกค้าเลือกตามคุณสมบัติของส่วนผสมพิเศษที่เพิ่มเติมลงไป เช่น การเพิ่มตัวยาป้องกันเชื้อรา หรือยาป้องกันโรคขอบวงเหี่ยว เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการโรงเคลือบแต่ละรายมีความต้องการที่แตกต่างกันไป เช่นบางรายต้องการคุณภาพเงาจัด สะดุดตา แต่ไม่ต้องการเก็บรักษานาน และราคาน้ำยาเคลือบไม่แพง ในขณะที่ผู้ประกอบการโรงเคลือบส้มบางรายอาจจะไม่ได้มองเรื่องราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดเป็นอันดับแรก แต่ต้องการน้ำยาที่มีคุณภาพสูงและผ่านการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยจาก ออย. เพราะต้องการทำส้มบรรจุกล่อง/กระเช้าของขวัญ หรือเป็นส้มไหว้เจ้าตามเทศกาลของชาวจีน ที่เน้นในเรื่องของคุณภาพความสดและรสชาติเป็นลำดับแรกๆ เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าหากทางมีจำเป็นต้องปรับราคาน้ำยาเคลือบ เนื่องจากต้นทุนสินค้าที่สูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนของวัตถุดิบ ราคากำหนดขนส่ง หรืออัตราแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลงไปก็สมควรแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า เพื่อลูกค้าจะได้วางแผนในการหาทางแก้ไข เช่นปรับราคาขายของส้มใหม่ หรือปรับราคาค่าบริการรับจ้างเคลือบให้เหมาะสมกับต้นทุนค่าน้ำยาเคลือบที่เพิ่มขึ้น หรือทางผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเคลือบส้ม อาจจะมีการขึ้นราคาเท่าให้กับลูกค้าที่มีการสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าหรือลูกค้าที่มีการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าโดยมีการกำหนดส่งสินค้าและตามจำนวนที่แน่นอนไว้ล่วงหน้า เป็นต้น

**ด้านการจัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การส่งสินค้าถูกต้องและครบถ้วน และปัญหาที่พบบนอันดับแรกคือ มีบริการขนส่งที่ล่าช้า ไม่ตรงตามกำหนดนัดหมาย หรือไม่ทันกับความต้องการใช้ของลูกค้า ดังนั้นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเคลือบส้ม ควรมีการหารือปริมาณการใช้และระยะเวลาการส่งสินค้ากับลูกค้าไว้ล่วงหน้า หรืออาจจะมีการติดต่อสอบถามเป็นระยะ เพื่อที่จะสามารถทราบความต้องการของลูกค้าแต่ละราย และสำรองสินค้าให้พอเพียงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วง และพัฒนาเรื่องการจัดส่งสินค้าให้ถูกต้องและทันกับความต้องการใช้ของลูกค้า เนื่องจาก โรงเคลือบส้มมีความต้องการใช้น้ำยาเคลือบส้มเป็นปริมาณที่สูงในช่วงฤดูการผลิตตั้งแต่เดือนตุลาคม จนถึงเดือนมีนาคม เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกันในปริมาณมาก แต่โรงเคลือบส้มส่วน

ใหญ่มีสถานที่จำกัดในการรับสินค้า ดังนั้น ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเคลือบสั้จะต้องติดตามและตรวจสอบความต้องการใช้ของผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ทันกับความต้องการ แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรก คือ พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ/มีความรับผิดชอบ และพนักงานขายสามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น ทางผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเคลือบสั้ควรมีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีการสื่อสารที่ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี มีความสม่ำเสมอในการให้เยี่ยมชมและให้บริการ สามารถข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าและวิธีการใช้อย่างถูกต้อง และสามารถให้คำปรึกษากับลูกค้าได้ เพราะในปัจจุบันพนักงานขายมีส่วนสำคัญอย่างมากในการช่วยให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้า และพบปัญหาอันดับแรก คือ การไม่มีส่วนลด ดังนั้น ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำยาเคลือบสั้ควรมีส่วนลดหรือโปรโมชั่นพิเศษให้กับลูกค้าตามปริมาณการสั่งซื้อ เช่น ซื้อครบ 15 ถัง แถมฟรี 1 ถัง เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีการสั่งซื้อสินค้ามากขึ้นและเพื่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าด้วย