

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน ครั้งนี้ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 178 ราย โดยกำหนดตามสัดส่วนของจำนวนผู้รับเหมาไฟฟ้าของแต่ละอำเภอในจังหวัดลำพูน ซึ่งมีทั้งสิ้น 8 อำเภอ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประเภทของกิจการเป็นแบบบุคคลธรรมดา ร้อยละ 62.9 ระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 34.3 จำนวนงานรับเหมาไฟฟ้าที่ได้รับในแต่ละปีจำนวน 10-20 งาน ร้อยละ 27.5 มูลค่าในการรับงานที่ได้รับโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ประมาณ 5,001-15,000 บาท ร้อยละ 28.7 ความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าเดือนละ 3-5 ครั้ง ร้อยละ 32.6

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อชุดอุปกรณ์ปลั๊ก สวิตช์ トラย์หื้อ พานาโซนิค(เนชั่นแนล) ร้อยละ 71.3 ซื้ออุปกรณ์ให้แสงสว่าง トラย์หื้อ ฟิลิปส์ ร้อยละ 69.7 ซื้ออุปกรณ์ป้องกันไฟฟ้า ลัดวงจร トラย์หื้อ คัดเอาท์ข้างของแท้ ร้อยละ 55.6 โดยเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อ トラย์หื้อ อุปกรณ์ไฟฟ้า คือ มีเครื่องหมาย มอก. ร้อยละ 75.8 บุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า คือ เจ้าของบ้านหรือลูกค้า ร้อยละ 36.0 โดยพบว่าในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ร้อยละ 80.9

ด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป้าหมายหลักในการดำเนินกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เน้นคุณภาพของงาน เพื่อให้ได้งานที่เป็นมาตรฐาน ร้อยละ 69.7 และลักษณะในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าภายในองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ การตัดสินใจซื้อร่วมกันของคนในองค์กร ร้อยละ 51.1

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน

### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน และเรื่องสินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน

#### ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องการกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า และเรื่องมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ

#### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน และเรื่องสถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าอย่างเป็นทางการ

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องอรรถาธิบายของพนักงานขาย เรื่องพนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า และเรื่องการมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ

#### ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในเรื่องการณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล และเรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

#### ปัจจัยภายในองค์กร

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยภายในองค์กรทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการที่มุ่งเน้นคุณภาพของงาน เพื่อให้ได้งานที่เป็นมาตรฐาน รองลงมาคือ นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ

#### ปัจจัยระหว่างบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า รองลงมาคือ เรื่องความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน (ทีมช่างไฟฟ้า) และเรื่องความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร

#### ปัจจัยเฉพาะบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า รองลงมาคือ ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาช่างไฟฟ้า

ส่วนที่ 3 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงาน, มูลค่าการรับเหมาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง และ ความถี่ในการซื้อต่อเดือน

ตารางที่ 48 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานรับเหมาไฟฟ้า

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน			
	ต่ำกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	6 – 10 ปี	11 ปีขึ้นไป
1. ด้านผลิตภัณฑ์	สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	มีเครื่องหมายมาตรฐานรับรอง	สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	การบริการหลังการขาย
2. ด้านราคา	กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	มีหลายระดับราคาให้เลือกและราคามีความเป็นมาตรฐาน	กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน
3. ด้านการจัดจำหน่าย	สถานที่จำหน่ายสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด	สถานที่จำหน่ายสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด	สถานที่จำหน่ายสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด	สถานที่จำหน่ายสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย
5. ด้านสิ่งแวดล้อม	การณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	การณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	การณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	การณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน
6. ด้านภายในองค์กร	เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ	นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ	นโยบายในการจัดซื้อ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ	เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ
7. ด้านระหว่างบุคคล	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า
8. ด้านเฉพาะบุคคล	เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	เรื่องประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า

ตารางที่ 49 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามมูลค่าการรับเหมาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	จำแนกตามมูลค่าการรับเหมาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	มากกว่า 50,001 บาท
1.ด้านผลิตภัณฑ์	มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน
2.ด้านราคา	กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	มีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ
3.ด้านการจัดจำหน่าย	เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน	สถานที่จำหน่ายมีสินค้าครบชนิด	สถานที่จำหน่ายมีสินค้าครบชนิด	สถานที่จำหน่ายมีสินค้าครบชนิด	ความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่ายและมีสินค้าครบชนิด
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย
5.ด้านสิ่งแวดล้อม	การณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	การณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	การณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	การณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	การณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน
6.ด้านภายในองค์กร	เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ	เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ	เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ	นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ	นโยบายในการจัดซื้อและเป้าหมาย/วัตถุประสงค์
7.ด้านระหว่างบุคคล	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า
8.ด้านเฉพาะบุคคล	ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษา	ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

ตารางที่ 50 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้า ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	จำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อเดือน			
	1 – 2 ครั้ง	3 – 5 ครั้ง	6 – 8 ครั้ง	มากกว่า 8 ครั้ง
1.ด้านผลิตภัณฑ์	สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	สินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน	สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	มีการรับประกันสินค้า
2.ด้านราคา	กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	มีส่วนลดตามปริมาณและมีหลายระดับราคาให้เลือก
3.ด้านการจัดจำหน่าย	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน	สถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด	สถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด	สถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย	อรรถาศัยของพนักงานขาย
5.ด้านสิ่งแวดล้อม	แนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า	การรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	การรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	การรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน
6.ด้านภายในองค์กร	นโยบายในการจัดซื้อและเป้าหมาย/วัตถุประสงค์	นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ	เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ	เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ
7.ด้านระหว่างบุคคล	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า
8.ด้านเฉพาะบุคคล	ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษา	ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า

All rights reserved

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน ในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับ จารุวรรณ เจริญสุข (2544) ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้: กรณีศึกษา บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ จากบริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ค้าไม้ จำกัด เป็นอันดับแรก

ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องสินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับ รสริน บุญเฉลียว (2546) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูพีวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูพีวีซีเพื่อจำหน่ายเป็นอันดับแรกคือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ จารุวรรณ เจริญสุข (2544) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสินค้าและบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ มีสินค้าครบตามความต้องการของลูกค้า รองลงมาคือ สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน รองลงมาคือ เรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ รสริน บุญเฉลียว (2546) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูพีวีซีเพื่อจำหน่ายเป็นอันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพสินค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องสถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด รองลงมาคือ เรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดในระดับมาก คือ ทัศนคติของพนักงานขาย รองลงมาคือ พนักงานขาย มีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูง เป็นอันดับแรก คือ พนักงานขายมีความรู้ประสบการณ์และความสามารถสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในเรื่องการรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของรัฐบาล และเรื่องแนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยภายในองค์กรทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดคือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการที่มุ่งเน้นคุณภาพของงาน เพื่อให้ได้งานที่เป็นมาตรฐาน สอดคล้องกับ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูง เป็นอันดับแรก คือ วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยระหว่างบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับบรสริน บุญเฉลียว (2546) ที่พบว่า ปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีชีเพื่อจำหน่ายเป็นอันดับแรกคือ ความสนใจในตัวสินค้าของลูกค้า และสอดคล้องกับ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่พบว่า ปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูงเป็นอันดับแรก คือ ความนิยมในตราสินค้าของลูกค้า

ปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยเฉพาะบุคคลทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้าของผู้รับเหมาไฟฟ้า ซึ่งสอดคล้องกับ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่พบว่า ปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูงเป็นอันดับแรก คือ เรื่องความรู้ความชำนาญประสบการณ์



## ข้อค้นพบ

1. จากการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ามีความนิยมซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าตราฮีท้อ ดังต่อไปนี้  
 สินค้าประเภทชุดปลั๊กสวิทช์ มีความนิยมซื้อตราฮีท้อ พานาโซนิค(เนชั่นแนล) ร้อยละ 71.3  
 สินค้าประเภทอุปกรณ์ให้แสงสว่าง มีความนิยมซื้อตราฮีท้อ ฟิลิปส์ ร้อยละ 69.7 และ โตชิบา ร้อยละ  
 54.5 และ สินค้าประเภทอุปกรณ์ป้องกันไฟฟ้าลัดวงจร มีความนิยมซื้อตราฮีท้อ คัดเอาท์ข้างของแท้  
 ร้อยละ 55.6 พานาโซนิค (เนชั่นแนล) และ สแควร์ ดี ร้อยละ 46.6

โดยเหตุผลที่ผู้รับเหมาไฟฟ้าเลือกซื้อตราฮีท้อดังกล่าวคือ มีเครื่องหมาย มอก. ร้อยละ 75.8  
 สินค้าได้มาตรฐาน ร้อยละ 71.9 และเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ร้อยละ 48.9

2. ในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า ผู้รับเหมาไฟฟ้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง  
 คุณภาพของสินค้า (ตราฮีท้อของสินค้า ความสวยงาม ความปลอดภัยในการใช้งาน)

3. บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า คือ เจ้าของบ้านหรือลูกค้า  
 นอกจากนั้นจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า จำแนกตามปัจจัย  
 ตามระยะเวลาในการดำเนินงาน , มูลค่าการรับเหมาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง และความถี่ในการซื้อต่อเดือน  
 มีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

### ปัจจัยด้านราคา

1. ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท และผู้รับเหมา  
 ไฟฟ้าที่มีความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญในเรื่องการมี  
 ส่วนลดตามปริมาณการซื้อ แสดงให้เห็นว่าผู้รับเหมาสองกลุ่มนี้มีความต้องการในเรื่องการได้รับ  
 ส่วนลดที่เป็นตัวเงิน เมื่อสั่งซื้อสินค้าในปริมาณที่มาก เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและลดต้นทุนต่ำสุด

### ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

1. ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท และผู้รับเหมา  
 ไฟฟ้าที่มีความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 1-2 ครั้งต่อเดือน ให้ความสำคัญในเรื่องการมีสถานที่  
 จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน แสดงให้เห็นว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าสองกลุ่มนี้อาจจะได้รับการรับเหมาติดตั้ง  
 ไฟฟ้า ในส่วนงานที่อยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัยของผู้รับเหมาไฟฟ้า หรืออาจจะมีความต้องการสถานที่  
 จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าที่อยู่ใกล้บ้าน เนื่องจากมีความต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง  
 ในการจัดซื้อสินค้า เพื่อลดต้นทุนต่ำสุด

2. ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญ  
 ในเรื่องความสัมพันธ์ ความสนิทสนมกับตัวแทนจำหน่าย แสดงให้เห็นว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้างานกลุ่มนี้มี  
 ความต้องการที่จะสร้างสัมพันธ์ภาพอันมั่นคงแน่นแฟ้นกับผู้ขายในระยะยาว

### ปัจจัยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้ง ให้ความสำคัญในเรื่อง การส่งเสริมการขาย เช่น การมีของแถม โปรโมชันการลดราคา และยังพบว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ด้วย

เมื่อพิจารณาจากการสรุปผลการศึกษา สามารถเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน ได้ดังนี้

ตารางที่ 51 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน

ลำดับที่	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ
1	สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน	4.48	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
2	มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	4.44	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
3	สินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน	4.43	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
4	ประสบการณ์ในการติดตั้งไฟฟ้า	4.29	มาก	ปัจจัยเฉพาะบุคคล
5	มีการรับประกันสินค้า	4.29	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
6	อรรถยาศัยของพนักงานขาย	4.26	มาก	ด้านการส่งเสริมการตลาด
7	สถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด	4.25	มาก	ด้านการจัดจำหน่าย
8	ความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า	4.24	มาก	ปัจจัยระหว่างบุคคล
9	เป็นสินค้าของแท้ 100%	4.22	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
10	การบริการหลังการขาย	4.21	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
11	ทักษะ/ความรู้ที่ได้จากการศึกษาในสาขาวิชาชีพช่างไฟฟ้า	4.19	มาก	ปัจจัยเฉพาะบุคคล
12	บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง ทนทาน	4.19	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
13	อุปกรณ์ไฟฟ้ามีหลายขนาดให้เลือก	4.18	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
14	อุปกรณ์ไฟฟ้ามีหลายรูปแบบให้เลือก	4.16	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์

ลำดับ ที่	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจ
15	พนักงานขาย มีความรู้/ความสามารถ ในการแนะนำสินค้า	4.14	มาก	ด้านการส่งเสริมการตลาด
16	กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน	4.11	มาก	ด้านราคา
17	มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า	4.06	มาก	ด้านราคา
18	บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดของสินค้า	4.06	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
19	ความมีชื่อเสียงของ ตรายี่ห้อ	4.02	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
20	รูปแบบและดีไซน์ของสินค้า มีความสวยงาม ทันสมัย	4.02	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์
21	ความคิดเห็นของผู้ร่วมงาน(ทีมช่างไฟฟ้า)	3.98	มาก	ปัจจัยระหว่างบุคคล
22	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน	3.93	มาก	ด้านการจัดจำหน่าย
23	การรณรงค์ให้ใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานของ รัฐบาล	3.90	มาก	ด้านสิ่งแวดล้อม
24	สถานที่จำหน่ายเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้า อย่างเป็นทางการ	3.88	มาก	ด้านการจัดจำหน่าย
25	มีการตกแต่งสถานที่จำหน่าย จัดสินค้าเป็น หมวดหมู่ และ สะดุดตา	3.87	มาก	ด้านการจัดจำหน่าย
26	มีส่วนลด ตามปริมาณการซื้อ	3.87	มาก	ด้านราคา
27	ความคิดเห็นของสถาปนิก/วิศวกร	3.86	มาก	ปัจจัยระหว่างบุคคล
28	ความสัมพันธ์ ความสนิทสนม กับตัวแทนจำหน่าย	3.83	มาก	ด้านการจัดจำหน่าย
29	เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกิจการ	3.82	มาก	ปัจจัยภายในองค์กร
30	นโยบายในการจัดซื้อของกิจการ	3.79	มาก	ปัจจัยภายในองค์กร
31	การมีข้อมูลรายละเอียดสินค้า ณ จุดขาย	3.74	มาก	ด้านการส่งเสริมการตลาด
32	มีส่วนลดการซื้อ	3.71	มาก	ด้านราคา
33	แนวโน้มของราคาอุปกรณ์ไฟฟ้า	3.69	มาก	ด้านสิ่งแวดล้อม
34	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.65	มาก	ด้านการจัดจำหน่าย

ลำดับ ที่	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจ
35	ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.64	มาก	ด้านราคา
36	ความคิดเห็นของพนักงานขาย/ร้านค้า	3.61	มาก	ปัจจัยระหว่างบุคคล
37	การจัด โปรโมชันจัดรายการลดราคา	3.43	ปาน กลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด
38	ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ	3.40	ปาน กลาง	ด้านสิ่งแวดล้อม
39	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.30	ปาน กลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด
40	ระดับอัตราดอกเบี้ย ของสถาบันทางการเงิน	3.30	ปาน กลาง	ด้านสิ่งแวดล้อม
41	การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม	3.24	ปาน กลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด
42	การมีของแถม ร่วมกับสินค้า	3.22	ปาน กลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด
43	ภาวะสภาพทางการเมืองของประเทศ	3.12	ปาน กลาง	ด้านสิ่งแวดล้อม
44	การลงบทความ/ข่าวสาร ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.06	ปาน กลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด
45	การจัด โปรโมชันชิงโชคของรางวัล	3.04	ปาน กลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด
46	การเผยแพร่เอกสาร แผ่นพับข้อมูลสินค้า	3.03	ปาน กลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด
47	การจัดส่งแคตตาล็อกไปยังที่บ้าน/ที่ทำงาน	2.92	ปาน กลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการเรียงลำดับความสำคัญปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 ลำดับแรก เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล

โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย 5 ลำดับแรก ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน สินค้ามีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน สินค้ามีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ประสิทธิภาพในการติดตั้งไฟฟ้าของผู้รับเหมาไฟฟ้า และการมีการรับประกันสินค้า ตามลำดับ

นอกจากนี้ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในจังหวัดลำพูน 10 ลำดับสุดท้าย เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อม

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า ผู้รับเหมาไฟฟ้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพของสินค้า ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรให้ความสำคัญในด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด และสำหรับร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกสินค้าเข้ามาจำหน่ายในร้านค้า โดยพิจารณาจากคุณภาพของสินค้า มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับบริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้า

#### ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับแรกคือ สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรพัฒนาปรับปรุงและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอ ในด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต้องมีความปลอดภัยในการใช้งาน สามารถประหยัดเวลาในการติดตั้ง มีความคงทนถาวรในการใช้งาน เป็นต้น โดยต้องนำเสนอคุณภาพสินค้าหลายระดับให้เลือก และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบซื้อได้ตามต้องการ

#### ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคา อันดับแรกคือ การกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรกำหนดและควบคุมระดับราคาอุปกรณ์ไฟฟ้าให้มีความเป็นมาตรฐานอยู่เสมอ โดยใช้นโยบายราคาเดียว (One price policy) กรณีกำหนดราคาขายปลีก คือ ขายราคาเดียวกันกับลูกค้าทุกรายเหมือนกัน

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคา อันดับที่สองคือ มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรกำหนดนโยบายแนวระดับราคา (Price lining policy) คือ กำหนดราคาสินค้าที่กำหนดไว้หลายระดับราคาสำหรับคุณภาพสินค้าที่แตกต่างกัน

#### ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นอันดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด เป็นลำดับแรก ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรทำการบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management) โดยจัดการให้ผลิตภัณฑ์มีขายในตลาด ไม่ขาดแคลนและอยู่ในปริมาณที่เหมาะสม คือ ไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป และควรบริหารการสั่งซื้อของร้านค้าให้มีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิดตรงตามที่ถูกค้าต้องการ โดยพิจารณาจากอุปกรณ์ไฟฟ้าที่จำเป็นในการรับเหมาติดตั้งงานไฟฟ้าแต่ละครั้ง ประกอบกับการเปรียบเทียบลักษณะงานและขนาดของงานของผู้รับเหมาไฟฟ้า ในร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าแต่ละร้าน

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นอันดับแรกคือ ทัศนคติของพนักงานขาย รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรมีการจัดงานอบรมสัมมนา ให้ความรู้ในตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ แก่พนักงานขายของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ และควรให้ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ตระหนักความสำคัญในการคัดเลือกสรรพนักงานขายที่มีบุคลิกภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี ตลอดจนเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการขายสินค้า เพื่อให้พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างชัดเจน ตลอดจนมีการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการขาย ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ฟังพอใจ และเกิดการซื้อซ้ำอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ยังพบว่า จากปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่องความคิดเห็นของเจ้าของบ้าน/ลูกค้า เป็นลำดับแรก เนื่องจากเจ้าของบ้านหรือลูกค้าคนสุดท้าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้รับเหมาไฟฟ้ามากที่สุด บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้าจึงควรทำการสื่อสารการตลาดมุ่งสู่ผู้บริโภค โดยใช้วิธีต่างๆ เช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อให้

ผู้บริโภคคนสุดท้ายเกิดความรู้ ความเข้าใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และให้เกิดการเชื่อมั่นในตราสินค้า

นอกจากนั้นควรให้ความรู้แก่ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management หรือ CRM) โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยเน้นการรักษา และเพิ่มความสัมพันธ์อันดีระหว่างบริษัทเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ มีการรับรู้ที่ดีตลอดจนรู้สึกชอบในสินค้าและบริการของบริษัทผู้ผลิต ทั้งนี้ควรมุ่งเน้นที่กิจกรรมการสื่อสารแบบสองทางโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้ากับลูกค้าให้ได้รับประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (Win-win Strategy) ในระยะยาว โดยเสนอวิธีการติดต่อกับผู้รับเหมาไฟฟ้าโดยตรง เพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว เช่น เบอร์โทรศัพท์ที่จำได้ง่าย และ Call Center เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า

#### ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของ สินค้ามีคุณภาพดีได้มาตรฐาน และมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ดังนั้นร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าควรให้ความสำคัญในการนำสินค้ามาจำหน่ายในร้าน โดยพิจารณาถึงคุณภาพของสินค้า และการมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.)

ตราสัญลักษณ์ไฟฟ้าที่ผู้รับเหมาไฟฟ้ามีความนิยมซื้อ มีดังต่อไปนี้ สินค้าประเภทชุดปลั๊ก สวิตช์ มีความนิยมซื้อตราหือ พานาโซนิค(เนชั่นแนล) สินค้าประเภทอุปกรณ์ให้แสงสว่าง มีความนิยมซื้อตราหือ ฟิลิปส์ และ โตชิบา และ สินค้าประเภทอุปกรณ์ป้องกันไฟฟ้าลัดวงจร มีความนิยมซื้อตราหือ คัตเอาต์ตราซ้าง พานาโซนิค(เนชั่นแนล) และ สแควร์ ดี ดังนั้นควรพิจารณาอุปกรณ์ไฟฟ้าตราหือดังกล่าวมาจำหน่าย

#### ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าให้ความสำคัญต่อบัจจัยย่อย ของปัจจัยด้านราคา อันดับแรกคือ การกำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า ดังนั้นร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าควรตั้งราคาขายสินค้าให้มีความเป็นมาตรฐานตามระดับคุณภาพของสินค้า หรือตั้งราคาตามนโยบายราคาจากบริษัทผู้ผลิต โดยมีการติดป้ายราคา เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นชัดเจน และไม่ควรถ้าการแข่งขันทางด้านราคา โดยการตัดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่ง

### ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นอันดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายมีสินค้าที่จำหน่ายครบชนิด เป็นลำดับแรก ดังนั้นร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าควรให้ความสำคัญในการเตรียมสินค้าเพื่อจำหน่าย ให้ครบชนิดและเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า โดยอาจจะทำการพิจารณาจากอุปกรณ์ไฟฟ้าที่จำเป็นในการรับเหมาติดตั้งงานไฟฟ้าแต่ละครั้ง หรืออาจจะดูจากคำสั่งซื้อของผู้รับเหมาไฟฟ้าในการซื้อแต่ละครั้ง ว่ามีสินค้าชนิดใดบ้างที่มีการสั่งซื้ออยู่เป็นประจำ นอกจากนั้นควรทำการตรวจเช็คสินค้าคงคลังอย่างสม่ำเสมอ ควรกำหนดจำนวนสินค้าคงคลังขั้นต่ำ (Minimum Stock) โดยสินค้าชนิดที่ขายดีจะมีระดับสินค้าคงคลังมาก ส่วนสินค้าที่มียอดขายไม่มากนักก็จะมีระดับคลังสินค้าในสัดส่วนที่ต่ำ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าเป็นอันดับแรกคือ ทัศนคติของพนักงานขาย รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้/ความสามารถในการแนะนำสินค้า ดังนั้นร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าควรให้ความสำคัญในการคัดเลือกพนักงานขายที่มีบุคลิกภาพดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี และควรมีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ความสามารถ ในการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างชัดเจน ตลอดจนมีการเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอทั้งก่อนและหลังการขาย ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ฟังพอใจ และเกิดการซื้อซ้ำอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนั้นควรให้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management หรือ CRM) โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รวมถึงการติดต่อสื่อสารอย่างใกล้ชิดกับลูกค้า การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยมุ่งรักษาและเพิ่มความสัมพันธ์อันดีระหว่างกิจการกับลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในระยะยาว โดยอาจจะทำการเยี่ยมเยียนลูกค้า สอบถามถึงปัญหาการใช้งานของสินค้า และทำการช่วยเหลือ แก้ไขปัญหาของผู้รับเหมาไฟฟ้าที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานสินค้า อุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ เป็นต้น

**ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการทำการตลาดกับผู้รับเหมาไฟฟ้าแต่ละกลุ่ม**

**ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท**

ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้ามากกว่า 50,001 บาท ซึ่งจัดเป็นผู้ที่มีรายได้จากการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าอยู่ในระดับมาก และมีกำลังการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในระดับที่สูง



โดยจากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญในเรื่องของการมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ ดังนั้นร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าและบริษัทผู้ผลิต ควรให้ส่วนลดปริมาณ (Quantity discount) ในขายให้กับลูกค้าในแต่ละราย โดยจะยึดกับปริมาณในการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง ถ้าสั่งมากระดับราคาสินค้าที่ให้แก่ลูกค้าก็จะมีราคาต่ำลงไป

นอกจากนั้นยังพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญในเรื่องความสัมพันธ์ ความสนิทสนมกับตัวแทนจำหน่าย ดังนั้นร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าและบริษัทผู้ผลิต ควรมุ่งสร้างสัมพันธ์ภาพอันมั่นคงแน่นแฟ้นกับผู้รับเหมาไฟฟ้าในระยะยาว โดยการเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว มากกว่าการสร้างยอดขายในระยะสั้น และการสร้างการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) โดยสำหรับร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าควรเสนอวิธีการติดต่อกับผู้รับเหมาไฟฟ้าโดยตรง เพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว เช่น การติดต่อทางโทรศัพท์ เป็นต้น และสำหรับบริษัทผู้ผลิตควรรู้วิธีการติดต่อกับผู้รับเหมาไฟฟ้าโดยตรง เช่น เบอร์โทรศัพท์ที่จำได้ง่าย ไปรษณียบัตรที่ให้ลูกค้าฉีกและส่งกลับมาทางไปรษณีย์ Call Center เป็นต้น

#### **ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน**

ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้ามากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน ซึ่งจัดเป็นผู้ที่มีความถี่ในการเข้าร้านจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้ามากที่สุด โดยจากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญในเรื่องการมีการรับประกันสินค้า และการรับประกันในตัวสินค้าจากบริษัทผู้ผลิตและร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า ดังนั้นทั้งบริษัทผู้ผลิตและร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรให้ความสำคัญในเรื่องการมีการรับประกันสินค้า การดูแลรักษา ซ่อมแซม และการรับประกันในตัวสินค้าที่ผู้รับเหมาไฟฟ้าซื้อไปแล้ว

นอกจากนั้นยังพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญในเรื่องการมีส่วนลดตามปริมาณการซื้อ ดังนั้นร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าและบริษัทผู้ผลิต ควรให้ส่วนลดปริมาณ (Quantity discount) ในขายให้กับลูกค้าในแต่ละราย โดยจะยึดกับปริมาณในการสั่งซื้อในแต่ละครั้ง ถ้าสั่งมากระดับราคาสินค้าที่ให้แก่ลูกค้าก็จะมีราคาต่ำลงไป และเนื่องจากผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้จัดเป็นผู้ที่มีความถี่ในการเข้าร้านจำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้ามากที่สุด ดังนั้นควรจะให้ส่วนลดปริมาณแบบสะสมตามช่วงเวลาแต่ละเดือน เช่น ถ้าซื้อสินค้าครบ 10,000 บาท ภายในหนึ่งเดือนจะได้รับส่วนลด 3%

โดยจากผลการศึกษาพบว่า การมีของแถม การจัดโปรโมชั่นลดราคา และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าของผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ ดังนั้นทั้งบริษัทผู้ผลิตและร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรมีการจัดการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการ

ตั้งชื่อจากผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ โดยสำหรับบริษัทผู้ผลิต ควรมีการแจกของสมนาคุณให้กับผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ เมื่อซื้อสินค้าครบตามจำนวนหรือมูลค่าสินค้าที่กำหนด และควรทำการสื่อสารการโฆษณามุ่งสู่ผู้รับเหมาไฟฟ้า เพื่อให้ผู้บริโภคคนสุดท้ายเกิดความรู้ ความเข้าใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และให้เกิดการเชื่อมั่นในตราสินค้า และสำหรับร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรมีการจัดโปรโมชันการลดราคาในบางช่วงเวลา

### **ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 1-2 ครั้งต่อเดือน**

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญในเรื่องการมีสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน แสดงให้เห็นว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้อาจจะได้รับงานรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า ในส่วนงานที่อยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัยของผู้รับเหมาไฟฟ้า หรืออาจจะมีความต้องการสถานที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าที่อยู่ใกล้บ้าน เนื่องจากมีความต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ในการจัดซื้อสินค้าเพื่อลดต้นทุนต่ำสุด ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรมุ่งเน้นการจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึง โดยอาจจะทำการคัดเลือกคนกลางในช่องทาง ที่สามารถกระจายสินค้าให้ครอบคลุม และเข้าถึงกลุ่มผู้รับเหมาไฟฟ้าในแต่ละพื้นที่ให้ได้มากที่สุด

นอกจากนั้นยังพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญต่อแนวโน้มของระดับราคาสินค้าเป็นอย่างมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินงานของผู้รับเหมาไฟฟ้า ดังนั้นทั้งบริษัทผู้ผลิตและร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรจะทำการแจ้งราคาสินค้าล่วงหน้าในกรณีจะมีการปรับราคาสินค้าขึ้น เพื่อให้ผู้รับเหมาไฟฟ้าเตรียมตั้งซื้อสินค้าในราคาเดิม ก่อนที่จะมีการปรับราคาขึ้น และบริษัทผู้ผลิตและร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยการไม่กักตุนสินค้าช่วงก่อนราคาสินค้าขึ้น แล้วจำหน่ายในราคาที่สูงกว่าต้นทุนที่ซื้อมามากเกินไป เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้รับเหมาไฟฟ้าในการแบกรับต้นทุนที่สูงขึ้นในการดำเนินงานไปได้ อีกทางหนึ่ง

### **ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท**

ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีมูลค่าในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าไม่เกิน 5,000 บาท ซึ่งจัดเป็นผู้ที่มีรายได้จากการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าอยู่ในระดับน้อยมาก และมีกำลังการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้าในระดับที่ต่ำ โดยจากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญในเรื่องการมีสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน แสดงให้เห็นว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้อาจจะได้รับงานรับเหมาติดตั้งไฟฟ้า ในส่วนงานที่อยู่ใกล้กับที่อยู่อาศัยของผู้รับเหมาไฟฟ้า หรืออาจจะมีความต้องการสถานที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าที่อยู่ใกล้บ้าน เนื่องจากมีความต้องการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ในการจัดซื้อสินค้าเพื่อลดต้นทุนต่ำสุด ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรมุ่งเน้นการจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึง โดยอาจจะทำการ

คัดเลือกคนกลางในช่องทาง ที่สามารถกระจายสินค้าให้ครอบคลุม และเข้าถึงกลุ่มผู้รับเหมาไฟฟ้า ในแต่ละพื้นที่ให้ได้มากที่สุด

### **ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่ดำเนินกิจการมากกว่า 11 ปี**

ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่ดำเนินกิจการมากกว่า 11 ปี ซึ่งจัดเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการรับเหมาติดตั้งไฟฟ้าเป็นอย่างมาก โดยจากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริการหลังการขาย ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตควรให้ความสำคัญในเรื่องการบริการหลังการขาย การบำรุงรักษา ตรวจสอบแก้ไข และการรับผิดชอบในตัวสินค้า โดยการเยี่ยมชมร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้าและผู้รับเหมาด้วยตนเอง เพื่อสอบถามความพึงพอใจในการใช้งาน ปัญหาที่พบในการใช้ เพื่อนำข้อมูลที่จะนำไปพัฒนาการผลิตหรือการขายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

โดยสำหรับร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรให้ความสำคัญในเรื่องการบริการหลังการขาย โดยการรับผิดชอบต่อร้านค้าที่จะดูแล ตรวจสอบแก้ไข หรือบำรุงรักษาสินค้า โดยใช้วิธีเช่น การเยี่ยมชมสอบถามความพึงพอใจของผู้รับเหมาไฟฟ้า เพื่อตรวจสอบว่าสินค้าที่ขายไปแล้วสร้างความพอใจลูกค้ามากน้อยเพียงใด เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการขายและการสั่งซื้อสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### **ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 3-5 ครั้งต่อเดือน**

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับเหมาไฟฟ้าที่มีความถี่ในการซื้ออุปกรณ์ไฟฟ้า 3-5 ครั้งต่อเดือน มีความต้องการสินค้าที่มีความทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตควรพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความแข็งแรงทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนานสูงกว่าคู่แข่ง และสำหรับร้านค้าที่จำหน่ายอุปกรณ์ไฟฟ้า ควรพิจารณาสินค้าที่จะนำมาจำหน่ายให้มีความแข็งแรงทนทาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน