

## บทคัดย่อ

### วิชา บข.851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงมือยางของคลินิก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายธีรพนธ์ งามบุญกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ผ.ศ. จิระ บุรีคำ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: 23 สิงหาคม 2545
จำนวนหน้า	: 51 หน้า

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงมือยางของคลินิกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงมือยาง และปัญหาที่มีผลต่อการเลือกซื้อถุงมือยาง ของคลินิกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ได้แก่ อัตราร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test การรายงานผลการศึกษาโดยใช้การบรรยายเชิงพรรณนา ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ คลินิกที่มีรายนามอยู่ในสมุดรายชื่อการจดทะเบียนของกระทรวงสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) รวมทั้งสิ้น 114 ตัวอย่าง

สำหรับผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนของกิจการอยู่ในช่วง 150,001 – 300,000 บาท มีลักษณะคลินิกเป็นคลินิกทันตกรรม มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 6 – 10 ปี เคยซื้อถุงมือยางจากบริษัทร้านขายยาทั่วไป ซื้อจากแหล่งเดิมที่เคยซื้อและมีสาเหตุที่ไม่ซื้อจากที่เดิมคือราคาแพง ปัจจุบันซื้อบริษัทร้านขายยาทั่วไป และมีจำนวนการใช้ต่อเดือนน้อยกว่า 100 คู่ ปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 คู่ มีปัจจัยที่ทำให้สั่งซื้อสินค้าคือเมื่อสินค้าที่มีอยู่เดิมใกล้หมด สะดวกที่จะสั่งซื้อสินค้าโดยการใช้โทรศัพท์ ปัญหาที่พบในการสั่งซื้อคือไม่ได้สินค้าตามเวลาที่กำหนด สะดวกที่จะชำระเงินด้วยเงินสด หากไม่ได้ชำระเงินด้วยเงินสดจะได้รับเครดิตจากการค้า 30 วัน ยี่ห้อของถุงมือยางที่ใช้คือ SAF-GUARD และมีราคาต่อกล่องของถุงมือยางที่เคยซื้ออยู่ระหว่าง 71 – 90 บาท ต่อกล่อง

ผลการศึกษาทางด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อถุงมือยาง พบว่า ปัจจัยทางการตลาดโดยรวมมีกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญในระดับมากทั้งหมด โดยมีการให้ความสำคัญเรียงตามความสำคัญจากมากไปน้อยคือ ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาด จำแนกตามประเภทของคลินิก พบว่า ประชากรมีการให้ระดับความสำคัญ ในเรื่องของปัจจัยทางการตลาดทุกด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มตัวอย่าง (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยทางด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อถุงมือยาง จำแนกตามประเภทคลินิกที่ให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ ทางผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การเอาใจใส่ในการให้บริการโดยการจัดอบรมให้พนักงานมีจิตใจแห่งการบริการ (Service Mind) และปรับปรุงในเรื่องของการส่งเสริมสินค้าให้กับผู้บริโภคในเวลาที่กำหนด ด้านราคา ผู้ประกอบการควรมีสินค้าหลายระดับราคาเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้อย่างหลากหลาย ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรมีการจัดอบรมพนักงานเกี่ยวกับความสุภาพอ่อนน้อม และเพิ่มความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้กับพนักงานขายอยู่เสมอ ให้ส่วนลด แคมเปญสินค้า Premium grade และแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้