

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อเจ้าของกิจการที่พักแรมในจังหวัดสมุทรสงคราม ในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

**ผู้เขียน** นางสาวสุภารักษ์ ธีรวงศ์จินดา

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**  
รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา เจริญประเสริฐ

### **บทคัดย่อ**

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อเจ้าของกิจการที่พักแรมในจังหวัดสมุทรสงครามในการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการที่พักแรมในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 165 ราย และข้อมูลที่รวบรวมนำมาประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ตำแหน่งในกิจการ เป็นกรรมการผู้จัดการ/เจ้าของ ให้บริการในรูปแบบรีสอร์ท เปิดบริการมาประมาณ 1-3 ปี ให้บริการห้องพักเป็นหลัก มีจำนวนไม่เกิน 10 ห้อง มีพนักงานบริการไม่เกิน 10 คน ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้ายี่ห้อ ซาร์ป ประเภทเครื่องทำน้ำอุ่นและเครื่องปรับอากาศมากที่สุด ค้นหาข้อมูลเครื่องใช้ไฟฟ้าจากการสอบถามจากพนักงานขาย ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าจากร้านค้าปลีกเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในจังหวัด และชำระเป็นเงินสด

ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับมากที่สุดต่อ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อ ปัจจัยด้านราคา ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ การประหยัดไฟฟ้า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญมากเป็นลำดับแรกคือ ราคายุติธรรม ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญมากเป็นลำดับแรกคือ ร้านค้ามีสินค้าหลากหลายรุ่นและยี่ห้อ และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญมากเป็นลำดับแรกคือ มีบริการซ่อมแซมหลังการขาย

ในด้านปัญหาต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามประสบปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรกคือ การไม่ประหยัดไฟฟ้า ปัญหาด้านราคาเป็นอันดับแรกคือ ราคาอะไหล่แพง ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรกคือ การมีสินค้าให้เลือกน้อย และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรกคือ พนักงานไม่เอาใจใส่ให้บริการลูกค้าด้วยความยินดี

<b>Independent Study Title</b>	Marketing Mix Factors Affecting Accommodation Business Owners in Samut Songkhram Province Towards Purchasing Electrical Appliances
<b>Author</b>	Miss Suparak Thirawongjinda
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Independent Study Advisor</b>	Assoc. Prof. Dr. Nittaya Jariangprasert

### **Abstract**

The objective of this independent study was to study marketing mix factors affecting buying decision towards electrical appliances of accommodation business owners in Samut Songkhram Province. The data was collected from 165 accommodation business owners in Samut Songkhram, and was then analyzed using descriptive statistics, namely frequency, percentage, and mean.

The results of the study showed that most questionnaire respondents were female, 51-60 years old, with Bachelor's degree. Their work position was directing manager/owner. The type of accommodation of their business was resort. They had been in business for 1-3 years, with the main service being rooms. The size of the business was 10 rooms, with not more than 10 staff. The electrical brand used was Sharp and the appliances used the most were electric showers and air conditioners. They obtained information about appliances from salespeople and they bought appliances from retail shops in town, and paid in cash.

From the analysis of marketing mix factors, it was found that the respondents ranked the overall factors at the high level. They ranked product at the highest level; place and marketing promotion at the high level; and price at the medium level. For product, the most important sub-factor was saving energy. For price, it was reasonable. For place, the shops offered variety of products and brands. For marketing promotion, it was after-sales repair service.

Problems towards marketing mix factors were as follows. For product, the most serious problem was products did not save energy. For price, electrical parts were expensive. For place, there was not enough variety to choose from. And for marketing promotion, the staff was not friendly and not attentive to customers.