

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อ และความพึงพอใจของผู้ซื้อ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ของผู้ซื้อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่จากผู้ซื้อจำนวน 400 ราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแยกกลุ่ม 5 กลุ่มอาชีพ ดังนี้ นักศึกษา พนักงานเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ และรับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระอาชีพละ 80 ราย โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ได้ผลการศึกษาดังนี้

พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีระดับรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ต่อเดือน

พฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่นั้นพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เพื่อบริโภคเอง โดยในระยะเวลา 1 เดือน จะซื้อเบเกอรี่จำนวน 1 – 2 ครั้ง โดยในแต่ละครั้งจะซื้อเบเกอรี่จำนวน 1 – 2 ชิ้น และมีค่าใช้จ่ายประมาณ 50 – 100 บาท ช่วงเวลาที่ซื้อคือ ช่วงเย็นถึงค่ำ โดยส่วนมากนิยมซื้อเบเกอรี่ประเภทขนมปังมากที่สุด และนิยมซื้อจากร้านประเภทพรีเมียม

และจากการทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเบเกอรี่ พบว่า วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเบเกอรี่มีความสัมพันธ์กับ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อ ความถี่ในการซื้อเบเกอรี่ภายในระยะเวลา 1 เดือนของกลุ่มผู้ซื้อนั้นพบว่ามีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อ จำนวนผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่ซื้อต่อครั้งนั้นพบว่ามีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ต่อครั้งนั้นพบว่ามีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อ ประเภทของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่กลุ่มผู้ซื้อนั้นนิยมซื้อบ่อยที่สุดมีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ และระดับการศึกษาของผู้ซื้อ ส่วนช่วงเวลาที่กลุ่มผู้ซื้อนั้นเข้าไปซื้อ

ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่บ่อยที่สุดมีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อ และประเภทร้านเบเกอรี่ที่กลุ่มผู้ซื้อนิยมซื้อบ่อยที่สุดมีความสัมพันธ์กับเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเบเกอรี่จำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ในทุกกลุ่มอาชีพนั้น มีปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านสถานที่ ส่วนปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่เป็นอันดับแรกนั้นก็ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสังคม

ผลการจัดลำดับความสำคัญของตัวแปรในปัจจัยแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเบเกอรี่ สรุปได้ว่า

ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้นพบว่า ในทุกกลุ่มอาชีพนั้นจะพิจารณาด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ มาเป็นอันดับแรก ยกเว้นกลุ่มอาชีพนักศึกษา จะพิจารณาด้านชื่อเสียง ตรายี่ห้อ ผลิตภัณฑ์ มาก่อน

ในส่วนของปัจจัยด้านราคาพบว่า ในทุกกลุ่มอาชีพนั้นจะพิจารณาในเรื่องของราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มาเป็นอันดับแรก ยกเว้นกลุ่มอาชีพนักศึกษา จะพิจารณาในเรื่องของราคาเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ มาก่อน

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า กลุ่มอาชีพนักศึกษา ข้าราชการ และธุรกิจส่วนตัวนั้น มีความเห็นว่า สถานที่ที่มีความสะอาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน และรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระนั้นจะเห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอันดับแรกนั้นคือ การมีทำเลใกล้แหล่งชุมชน

ในด้านส่งเสริมการขายพบว่า กลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การส่งเสริมการขายแบบมีส่วนลด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอันดับแรก ยกเว้น กลุ่มอาชีพ รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระจะคำนึงถึง การส่งเสริมการขายแบบมีสินค้าให้ทดลองชิม มาก่อนเป็นอันดับแรก

ในด้านบุคลากรนั้นพบว่า กลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การที่พนักงานขายมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอันดับแรก ยกเว้น กลุ่มอาชีพ รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ เห็นว่า ความรวดเร็ว และถูกต้องในการให้บริการของพนักงานขาย มีความสำคัญมาเป็นอันดับแรก

ในด้านบรรจุภัณฑ์นั้นพบว่า ในทุกกลุ่มอาชีพนั้นมีความเห็นว่า การที่บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอันดับแรก

ในส่วนของปัจจัยด้านวัฒนธรรมนั้นพบว่า ในระยะเวลา 5 เดือนที่ผ่านมาในทุกกลุ่มอาชีพซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ในช่วงเทศกาลปีใหม่มากที่สุด

ในส่วนของปัจจัยด้านสังคมพบว่า ในทุกกลุ่มอาชีพนั้น ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่มากที่สุด

และสำหรับปัจจัยสุดท้ายนั้นก็คือ ปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ความชอบจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเบเกอรี่มากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ พบว่า โดยภาพรวมในทุกกลุ่มอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ 1) รสชาติของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 2) คุณภาพของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 3) ความใหม่และสดของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 4) ประเภทของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ที่หลากหลาย 5) อายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และ 6) คุณค่าทางโภชนาการ

ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคานั้นจากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) มีหลากหลายระดับราคาให้เลือก 2) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 3) ราคาเหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 4) การมีมาตรฐานของราคาผลิตภัณฑ์ และ 5) การแสดงราคาอย่างชัดเจน

ระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น จากการศึกษพบว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 5 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ 1) มีการตกแต่งหน้าร้านให้สวยงาม 2) ความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ 3) สถานที่ที่มีความสะอาด 4) มีที่สำหรับให้นั่งรับประทาน / นั่งรอ และ 5) มีที่ให้จอดรถยนต์เพียงพอ ซึ่งได้แก่ ท่าเรือใกล้แหล่งชุมชน สถานที่ที่มีความสะอาด ตกแต่งหน้าร้านสวยงาม มีที่นั่งรอและรับประทาน มีที่จอดรถเพียงพออยู่ในระดับปานกลาง

ระดับความพึงพอใจด้านส่งเสริมการขาย จากการศึกษพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจมากนั้นมีเพียง 3 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ 1) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ 2) การให้ส่วนลด และ 3) การมีของแถม ส่วนอีก 2 ปัจจัยนั้นกลุ่มผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจปานกลางนั้น ได้แก่ 4) การมีสินค้าให้ทดลองชิม และ 5) การมีเอกสารให้ความรู้ทางโภชนาการ ตามลำดับ

สำหรับระดับความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์นั้น จากการศึกษพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจมากนั้นมีเพียง 1 ปัจจัย คือ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ส่วนอีก 5 ปัจจัยนั้นกลุ่มผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจปานกลางนั้น ได้แก่ 1) บรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงทนทาน 2) ความสะดวกในการใช้หีบห่อผลิตภัณฑ์ 3) มีความชัดเจนและครบถ้วนของฉลากผลิตภัณฑ์ 4) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด และ 5) การเก็บรักษาของบรรจุภัณฑ์

และระดับความพึงพอใจด้านคุณภาพการให้บริการนั้นจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มผู้ซื้อที่มีระดับความพึงพอใจมากนั้นมี 3 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้คือ 1) พนักงานขายมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นมิตร 2) การแต่งกายของพนักงานขายเหมาะสมและสะอาด และ 3) ความรวดเร็ว และถูกต้องในการให้บริการของพนักงานขาย ส่วนอีก 2 ปัจจัยนั้นกลุ่มผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจปานกลางนั้น ได้แก่ 4) บุคลิกของพนักงานขายดูดี และ 5) พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เบเกอรี่

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ส่วนใหญ่มักซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านประเภท พรีเมียม และจะพิจารณาในเรื่องของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ผลิตน่าจะเน้นเรื่องตัวผลิตภัณฑ์ โดยน่าจะผลิตสินค้าเน้นในด้านคุณภาพดี มีรูปลักษณะที่สวยงามทั้งตัวผลิตภัณฑ์ และหีบห่อบรรจุภัณฑ์ และน่าจะเน้นในเรื่องรสชาติสินค้าให้มีรสชาติที่ติดูกปากคนไทยและมีความสดใหม่ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจกับลูกค้า และเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำอีก ในโอกาสต่อไป ก่อให้เกิดการโฆษณาแบบปากต่อปาก ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่มากที่สุดได้ อีกทั้งน่าจะสร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นที่รู้จักเพื่อเป็นการยกระดับให้กับผลิตภัณฑ์ เนื่องจากชื่อเสียงและตราหือของผลิตภัณฑ์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอย่างมาก

ในด้านราคาของสินค้าน่าจะเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ไม่แพงจนเกินไป ในขณะที่เดียวกันราคาน่าจะเหมาะสมกับปริมาณของสินค้าด้วย อีกทั้งยังควรมีส่วนลดและของแถมให้กับลูกค้า มีสินค้าให้ทดลองชิมก่อนซื้อนั้น จะช่วยส่งเสริมในการขายได้เป็นอย่างดี

ในด้านสถานที่นั้น น่าจะมีการออกแบบจัดตกแต่งร้านเบเกอรี่ให้สวยงาม น่าจะเน้นในเรื่องความสะอาดของร้านเป็นอย่างมาก อีกทั้งร้านเบเกอรี่นั้นน่าจะอยู่ในทำเลที่ตั้งที่หาง่ายสะดวกในการมาซื้อ และน่าจะมีการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อ โดยอาจจัดให้มีบริเวณที่กว้างขวาง สะดวกสบาย มีที่นั่งสำหรับรับประทาน และมีสถานที่จอดรถให้กับผู้ซื้อด้วย เป็นต้น

พนักงานขายน่าจะมีความสุภาพ อธิบายที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร มีการแต่งกายที่เหมาะสม และสะอาด ตลอดจนมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่สามารถแนะนำผู้ซื้อได้ และในช่วงเทศกาล ปีใหม่ วาเลนไทน์ คริสมาสต์นั้นความต้องการสินค้าจะมีมากเป็นพิเศษน่าจะผลิตสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไป กับพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปอาจจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ เช่น ข้อมูลทั่วไป กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ เป็นต้น

2) ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างการศึกษาตามอาชีพ ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจทำการแบ่งกลุ่มการศึกษา เช่น แบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ และอาจใช้โมเดลการวิเคราะห์ในแบบอื่นๆ ด้วย เช่นการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ หรือแบบจำลองโลจิส เป็นต้น เพื่อให้เห็นรายละเอียดในด้านอื่นๆ มากยิ่งขึ้น และอาจสามารถนำไปใช้ในการลงทุนเปิดร้านเบเกอรี่ได้