

บทที่ 5

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

5.1 บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจของผู้บริโภคสินค้าเกาหลีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้รวบรวมข้อมูลโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ราย โดยการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลีของผู้บริโภค ใช้โคสแควร์ในการวิเคราะห์ผลการศึกษารูปตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจของผู้บริโภคสินค้าเกาหลีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 อยู่ในช่วงอายุ 26 – 40 ปี จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 มีภูมิลำเนาเมือง จ.เชียงใหม่ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีแต่ละประเภทของกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการบริโภคสินค้าเกาหลีประเภทความงาม เป็นลำดับที่ 1 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบริโภคสินค้าเกาหลีประเภทอิเล็กทรอนิกส์ สุขภาพ และความงาม ส่วนใหญ่มีการบริโภคปีละครั้ง จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 76.3 จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 ตามลำดับ แต่ ประเภทบันเทิง ส่วนใหญ่ มีการบริโภค ทุก 3 เดือน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคสินค้าเกาหลีแต่ละประเภทพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคสินค้าเกาหลีประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 สินค้าเกาหลีประเภทสุขภาพ ประเภทความงาม และประเภทบันเทิงส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และ จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 ตามลำดับ

เงื่อนไขการชำระเงินในการบริโภคสินค้าเกาหลีแต่ละประเภท พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมีเงื่อนไขการชำระเงินสินค้าเกาหลีประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทสุขภาพ ประเภทความงาม และประเภทบันเทิง ส่วนใหญ่มีชำระเงินโดยเงินสด จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาคือ บัตรเครดิต จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 85.8 จำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 87.8 และจำนวน 369 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

การศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าเกาหลีแต่ละประเภทกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าพฤติกรรมกรบริโภคสินค้าเกาหลี ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ยกเว้น ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการบริโภคสินค้าเกาหลีประเภทบันเทิงไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลีของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลี ของกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญมากที่สุด คือ คุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการ (4.13, 0.81) ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลี ของกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญมากที่สุด คือ คุ่มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์การใช้สอย (3.97, 0.81) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลี ของกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญมากที่สุด คือ มีหลายช่องทางการจัดจำหน่าย (3.85, 0.88) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลี ของกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญมากที่สุด คือ มีการโฆษณาจากหลายสื่อ (3.92, 0.76) ปัจจัยด้านการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลี ของกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญมากที่สุด คือ ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ (3.49, 0.88) ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลี ของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดที่สำคัญมากที่สุด คือ ความเชื่อมั่นในสินค้า (3.64, 0.87) และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลี ของกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญมากที่สุด คือ ได้รับข้อมูลจากกลุ่มเพื่อน และที่ทำงาน (3.70, 0.60)

5.2 ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ทำให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพล ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าที่ผลิตในประเทศ ที่มีคุณภาพและราคาใกล้เคียงกับสินค้าเกาหลีแต่ละประเภท และเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับ ผู้บริโภค

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ อาจมีปัจจัยอื่นที่ไม่ได้ศึกษา เช่นปัจจัยด้านจิตวิทยาในการรับรู้ การ เรียนรู้ ความเชื่อถือ บุคลิกภาพ แนวคิดของตนเอง รวมถึงการได้รับสื่อโฆษณา ประเภทของสื่อ โฆษณา

ควรศึกษาในรายละเอียดสินค้าแต่ละประเภทให้เฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก มากยิ่งขึ้น รวมถึงแต่ละช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้า

นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพสำหรับ หาปัจจัยที่ต้องการศึกษาเพื่อนำไป สู่การ วิเคราะห์เชิงปริมาณต่อไป ควรเพิ่มตาราง Correlation ลงไปด้วยเพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ และควรเพิ่มจำนวนตัวอย่างให้มากกว่านี้เพื่อจะได้ไม่เกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล