

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ ทัวร์มาลีนของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง รวมทั้งสิ้น 500 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทัวร์มาลีนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 251 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 79.2 อยู่ในช่วงอายุ ต่ำกว่า 31 ปี จำนวน 179 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 56.5 โดยมีสถานภาพโสดจำนวน 228 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 72.0 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 125 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 39.4 มีรายได้ในช่วง 10,001 – 50,000 บาท จำนวน 245 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 71.3 มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 151 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 47.6

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ ทัวร์มาลีน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 121 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 66.1 อยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 72 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 39.3 โดยมีสถานภาพสมรสจำนวน 91 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 49.7 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 90 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 49.2 มีรายได้ในช่วง 10,001 – 50,000 บาท จำนวน 87 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 47.5 มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 101 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 55.2

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ ทัวร์มาลีนเนื่องมาจากต้องการสวมใส่เพื่อความสวยงาม จำนวน 301 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 95.0 รองลงมาคือ ซื้อ เนื่องมาจากชอบรูปทรง จำนวน 122 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 38.5 ซื้ออัญมณีประเภทนี้เนื่องมาจากรู้สึกชอบ โดยไม่มีเหตุผล จำนวน 39 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 12.3 ซื้ออัญมณีประเภทนี้เนื่องมาจากเครื่องประดับชิ้นเก๋ๆ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 และซื้ออัญมณีประเภทนี้เนื่องจากตามกระแสนิยม/สังคม จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ส่วนพฤติกรรมด้านความถี่ในการซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ ทัวร์มาลีนส่วนใหญ่มีการซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ ทัวร์มาลีนน้อยกว่า 1ครั้ง/ปี โดยมีจำนวน 174 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมา

คือ ซื่อ มากกว่า 1 ครั้ง/ปี จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ อื่นๆ จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.8

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทิวร์มาลีนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยแบบจำลองโลจิท (Logit model) ด้วยเทคนิควิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ marginal effects ผลการศึกษาได้ค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.38347 ค่าความถูกต้องของการทำนาย เท่ากับ 83.0% และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทิวร์มาลีนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงความเชื่อมั่น 99 % หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 1% ($\alpha=0.01$) ได้แก่ ปัจจัยด้านความหลากหลายของชิ้นงานในร้านค้า รองลงมาคือ ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่ดีของอัญมณี ปัจจัยด้านกลยุทธ์การแจกของแถม และปัจจัยด้านอาชีพ ตามลำดับ ด้วยความเชื่อมั่น 95% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 5% ($\alpha=0.05$) ได้แก่ ปัจจัยด้านชื่อเสียงของทางร้านค้า รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานะ ตามลำดับ และด้วยความเชื่อมั่น 90% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 10% ($\alpha=0.1$) ได้แก่ ปัจจัยด้านการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

โดยที่ ปัจจัยด้านความหลากหลายของชิ้นงานในร้านค้า เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด โดยมีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทิวร์มาลีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 61.6 รองลงมา ได้แก่ ชื่อเสียงของทางร้านค้า ปัจจัยนี้มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะตัดสินใจเลือกซื้ออัญมณีประเภทพิงค์ทิวร์มาลีน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 59.2 ปัจจัยด้านเพศ มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทิวร์มาลีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 47.7 ปัจจัยด้านรายได้ มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทิวร์มาลีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.6 ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่ดีของอัญมณี มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทิวร์มาลีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.3 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในการแจกของแถม มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทิวร์มาลีน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 33.6 ปัจจัยด้านอาชีพ มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกซื้ออัญมณีประเภทพิงค์ทิวร์มาลีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.54 ปัจจัยด้านการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทิวร์มาลีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.24 และ ปัจจัยด้านสถานะ มีผลกระทบต่อโอกาสที่ลูกค้าจะเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทิวร์มาลีน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.05

5.2 ข้อเสนอแนะ

- 1) ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออัญมณี ประเภทพิงค์ทัวร์มาลีนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาคิดว่าควรจะมีการค้นคว้าอิสระทางด้านเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการจากร้านจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อที่จะได้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้ศึกษามีได้นำมารวมไว้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเกี่ยวเรื่องที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการศึกษามากยิ่งขึ้น
- 2) ควรมีการขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังเขตจังหวัดอื่นๆในภาคเหนือ เพื่อที่จะได้ผลการศึกษาที่หลากหลาย ที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้
- 3) ปัจจัยต่างๆที่ได้จากการสรุปผลการศึกษาเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญมากสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในวางแผนในการดำเนินงานทางการตลาด ปรับปรุงธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น
- 4) จากการศึกษาครั้งนี้สามารถให้ข้อมูลต่างๆที่ได้ทำการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการทำธุรกิจต่อยอดและขยายอุตสาหกรรมได้ในโอกาสต่อไป