

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้ออาวุธปืนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ โดยพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยเศรษฐกิจ และปัจจัยการตลาด ที่มีอิทธิพล ต่อความต้องการซื้ออาวุธปืนอย่างแท้จริง ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีอาวุธปืน ในครอบครอง ซึ่งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 379 ราย ผลการ ศึกษาสรุปได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลของผู้บริโภค

กลุ่มผู้บริโภค ที่มีอาวุธปืนในครอบครองเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (ร้อยละ 85.49) ทั้งหมดมีภูมิลำเนาในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ แต่ในจำนวนดังกล่าวมีบางส่วนที่ เป็นผู้ย้ายมาจากถิ่นฐานอื่น (ร้อยละ 5.01) ทั้งหมดส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-50 ปี (ร้อยละ 89.18) จึงแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มค่อนข้างมีอายุ ทั้งนี้สังเกตได้ว่า กลุ่มอายุน้อย และมากกว่านั้น มีอาวุธปืนในครอบครองจำนวนน้อยกว่ากลุ่มอายุดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ครอบครองอาวุธปืนนั้น ส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่มีครอบครัวแล้ว (สมรสแล้ว ร้อยละ 85.75)

ในด้านระดับการศึกษาและอื่น ๆ ของผู้บริโภค พบว่า เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุปริญญาและปริญญาขึ้นไป (ร้อยละ 68.08) ในปัจจุบันประกอบอาชีพ รับราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 38.26) รองลงมาเป็นกลุ่มอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว และค้าขาย (ร้อยละ 29.29 และ 21.11) ตามลำดับ

สถานภาพความเป็นอยู่ และสภาพทางเศรษฐกิจครอบครัว ของกลุ่มผู้บริโภค พบว่า กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 45.15) ที่อยู่ ปัจจุบันเป็นลักษณะบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 53.30) รองลงมาเป็นลักษณะอาคารพาณิชย์ (ร้อยละ 32.45) ความเป็นอยู่ในปัจจุบันของผู้บริโภค ปัจจุบันอยู่ร่วมกับสมาชิกในครอบครัวรวม

ระหว่าง 3-4 คน (ร้อยละ 53.03) รองลงมาอยู่กับสมาชิกจำนวน 5-6 คน (ร้อยละ 33.77) จึงถือว่าเป็นกลุ่มที่มีครอบครัวขนาดปานกลาง

2. รายละเอียดเกี่ยวกับอาวูรป็น

กลุ่มผู้บริโภคมืออาวูรป็นในครอบครองด้วยวัตถุประสงค์แตกต่างกันไป ประกอบด้วย เพื่อป้องกันทรัพย์สิน (ร้อยละ 70.98) เพื่อการกีฬา (ร้อยละ 19.52) และเพื่อการกีฬาและเพื่อป้องกันทรัพย์สิน (ร้อยละ 9.50) ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มผู้บริโภครอบครองอาวูรป็นเพื่อป้องกันทรัพย์สิน มีเหตุผลในการครอบครองอาวูรป็นเพื่อป้องกันทรัพย์สิน มากกว่าเหตุผลอื่น (ร้อยละ 72.86) ในขณะที่กลุ่มครอบครองเพื่อวัตถุประสงค์การกีฬา มีเหตุผลในการครอบครองคือเพื่อการแข่งขันกีฬามากกว่าเหตุผลอื่น (ร้อยละ 71.62) ส่วนกลุ่มที่ครอบครองเพื่อวัตถุประสงค์ป้องกันตัวและการกีฬา มีเหตุผลในการครอบครองอาวูรป็นเพื่อใช้ป้องกันทรัพย์สินของตนเองและยังสามารถนำไปใช้ในการซ้อมเพื่อการกีฬาอีกด้วย (ร้อยละ 63.89 และ 58.33) ทั้งนี้กลุ่มผู้บริโภครายใหญ่ ต่างให้ความสนใจเกี่ยวกับอาวูรป็นมานานกว่า 6 ปี (ร้อยละ 77.84) โดยเรียนรู้การใช้อาวูรป็นจากเพื่อนและญาติพี่น้อง (ร้อยละ 57.52) รองลงมาคือเรียนรู้จากหน่วยงานที่ปฏิบัติงานประจำ (ร้อยละ 32.45) อย่างไรก็ตามก็ตีกลุ่มผู้บริโภครายใหญ่สามารถหาข้อมูลอาวูรป็นจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้หลายแหล่ง แต่แหล่งที่นิยมคือ สื่อโฆษณาต่าง ๆ (ร้อยละ 71.50)

ประเภทปืนสั้นยี่ห้อที่กลุ่มผู้บริโภคนิยมสะสม คือ สมิธแอนด์เวสตัน (ร้อยละ 46.06) ในขณะที่ประเภทปืนยาวยี่ห้อที่กลุ่มผู้บริโภคนิยมสะสม คือ ซีแฮค (ร้อยละ 46.00)

3. การตัดสินใจซื้ออาวูรป็น

ปัจจัยที่กำหนดไว้ในการวิจัย มี 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านสังคม และปัจจัยทางด้านร้านค้าอาวูรป็น ปัจจัยต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาวูรป็นของผู้บริโภค ดังนี้

3.1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ กลุ่มผู้บริโภคเห็นว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาวูรป็นของผู้สนใจซื้ออาวูรป็นเช่นกัน ทั้งนี้องค์ประกอบของปัจจัยเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ราคาของอาวูรป็น จะเป็นสิ่งกำหนดการตัดสินใจซื้อ ส่วนองค์ประกอบอื่นของปัจจัยนี้จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาวูรป็นไม่มากนัก

3.2 ปัจจัยทางด้านสังคม กลุ่มผู้บริโภคเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารป็นของผู้สนใจซื้ออาหารป็นเช่นกัน ทั้งนี้องค์ประกอบของปัจจัยนี้มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ความต้องการให้ทรัพย์สินของตนเองมีความปลอดภัย ที่พักอาศัยในปัจจุบันห่างไกลจากชุมชนหรือบ้านอื่น ๆ ทำให้มีภาวะเสี่ยงต่อกลุ่มมิจฉาชีพ ประกอบกับคำแนะนำให้ซื้ออาหารป็นของญาติพี่น้องที่ให้ความเป็นห่วงและสนใจ ส่วนองค์ประกอบอื่นของปัจจัยนี้จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารป็นไม่มากนัก

3.3 ปัจจัยด้านร้านค้าป็น กลุ่มผู้บริโภคเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารป็น องค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารป็น คือ ร้านต้องมีชื่อเสียง พนักงานที่ให้บริการแก่ผู้ซื้อต้องมีอัธยาศัย และต้องมีความรอบรู้เกี่ยวกับอาหารป็นที่จำหน่ายได้เป็นอย่างดี ส่วนองค์ประกอบอื่นของปัจจัยจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารป็นไม่มากนัก

4. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการครอบครองอาหารป็น

โดยการนำปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับการครอบครองอาหารป็นสี่ชนิดต่างๆ และปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการครอบครองอาหารป็นกับความสัมพันธ์กับการครอบครองอาหารป็นสี่ชนิดต่างๆ ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับการครอบครองอาหารป็นสี่ชนิดต่างๆ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการครอบครองอาหารป็นสี่ชนิดในแต่ละชนิดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการครอบครองอาหารป็นสี่ชนิดต่างๆ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพแตกต่างกัน จะมีการครอบครองอาหารป็นสี่ชนิดต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์การครอบครองอาหารป็น มีความสัมพันธ์กับการครอบครองอาหารป็นสี่ชนิดต่างๆ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์การครอบครองอาหารป็นเพื่อการป้องกันทรัพย์สิน เพื่อการกีฬา และเพื่อป้องกันทรัพย์สินกับการกีฬา จะมีการครอบครองอาหารป็นสี่ชนิดต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในคราวต่อไปและต่อผู้ประกอบการดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครุ่นก่อนข้างต้องใช้เวลาในการสำรวจ และตรวจสอบจากสำนักงานทะเบียนอาวูรปิ่น จึงเป็นผู้บริโภคที่ซื้ออาวูรปิ่นมาแล้ว ดังนั้นเหตุผลในการซื้ออาวูรปิ่นในอดีตกับปัจจุบันอาจมีข้อแตกต่างกันบ้าง ดังนั้นการศึกษาราวต่อไป ผู้วิจัยควรทำการทำสำรวจศึกษากับกลุ่มประชาชนทั่วไป ทุกสาขาอาชีพ ทั้งนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่แท้จริงว่ามีอิทธิพลต่อการกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคทั่วไปได้มากน้อยเพียงใด

2. ผู้ทำการศึกษาควรขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมรายละเอียดด้านอุปสงค์ โดยเฉพาะการค้าขายอาวูรปิ่นนอกระบบของทางราชการและร้านค้า ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการตลาดอาวูรปิ่น

3. ผู้สนใจศึกษาควรศึกษาการค้าอาวูรปิ่นระหว่างประเทศ ในแง่บทบาทและนโยบายภาครัฐ ตลอดจนกระแสการค้าปิ่นภายในประเทศ เน้นการนำเข้าอาวูรปิ่นเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

1. ร้านอาวูรปิ่น ต่าง ๆ ควรจัดทำทำส่งเสริมการขายอย่างกว้างขวาง ตลอดจนการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้อาวูรปิ่น เพราะจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลุ่มผู้บริโภคจะทำการศึกษาจากญาติพี่น้องเป็นส่วนใหญ่ จึงขาดความเป็นมาตรฐานในการเรียนรู้ และที่สำคัญสินค้าชนิดนี้เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคเช่นกัน หากผู้บริโภคส่วนหนึ่งขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้ การดูแล และการเก็บรักษา

2. ร้านอาวูรปิ่น ควรส่งเสริมความรู้ความเข้าใจแก่พนักงานขายเกี่ยวกับอาวูรปิ่น เพราะจากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านร้านค้าปิ่น เป็นปัจจัยสำคัญที่จะมีส่วนผลักดันให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออาวูรปิ่น ดังนั้น หากผู้จำหน่ายขาดความรู้ความเข้าใจที่ถ่องแท้แล้ว อาจสร้างปัญหาให้แก่ผู้บริโภคได้ เช่น การเก็บรักษา การดูแล และข้อกฎหมายที่สำคัญ ให้ผู้บริโภคได้รับทราบ