

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ในหมู่บ้านม้า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากผู้ซื้อจำนวน 150 ราย ที่มาซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ในหมู่บ้านม้า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่อยู่ในจังหวัดลำพูน 66 ราย และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มาจากต่างจังหวัด จำนวน 84 ราย โดยสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,001 – 10,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนพบว่า ทั้งหมดมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้เอง และเคยมาซื้อสินค้าในหมู่บ้านม้า 2 ครั้งต่อปี โดยที่มีช่วงเวลาในการซื้อส่วนใหญ่อยู่ที่ วันเสาร์ และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งประมาณ ต่ำกว่า 2,000 บาท โดยที่ตนเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุด โดยในการซื้อแต่ละครั้งกลุ่มตัวอย่างจะเลือกดูสินค้า 3 – 4 ร้านค้าก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า และจะซื้อสินค้าประเภท โต๊ะ เก้าอี้ มากที่สุดในแต่ละครั้ง โดยที่เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ทำจากไม้สักจะได้รับความนิยมในการเลือกซื้อมากที่สุด

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มาจากต่างจังหวัด เป็นเพศชายและเพศหญิง ในจำนวนที่เท่ากัน มีอายุ 21 – 30 ปี มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,001 – 10,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีมาจากต่างจังหวัดพบว่า ทั้งหมดมีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้เอง และเคยมาซื้อสินค้าในหมู่บ้านม้า 2 ครั้งต่อปี โดยที่มีช่วงเวลาในการซื้อส่วนใหญ่อยู่ที่ วันเสาร์ และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งประมาณ น้อยกว่า 2,000 บาท โดยที่ตนเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุด โดยในการซื้อแต่ละครั้งกลุ่มตัวอย่างจะเลือกดู

สินค้า 3 – 4 ร้านค้าก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า และจะซื้อสินค้าประเภท โตะ เก้าอี้ มากที่สุดในแต่ละครั้ง โดยที่เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ทำจาก ไม้สักจะได้รับความนิยมในการเลือกซื้อมากที่สุด

การทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ กับพฤติกรรมการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ นั้น พบว่า ข้อมูลทั่วไป ของเพศ อายุ อาชีพ รายได้ เมื่อทดสอบไคว์สแควร์แล้ว มีความสัมพันธ์ กับ ประเภทสินค้า จำนวนครั้งที่เคยมาซื้อในรอบ 1 ปี จำนวนร้านที่เลือกดูสินค้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง และชนิดไม้ที่เลือกซื้อ กล่าวคือกลุ่มข้อมูลทั่วไป เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ยกเว้นเพศกับชนิดไม้ มีความสัมพันธ์กับประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำนวนครั้งที่เคยมาซื้อในรอบ 1 ปี จำนวนร้านที่เลือกดูสินค้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง และชนิดไม้ที่เลือกซื้อ แตกต่างกัน ยกเว้นข้อมูลทั่วไปของภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่ต่างกัน เมื่อทดสอบความสัมพันธ์แบบไคว์สแควร์กับประเภทสินค้า จำนวนครั้งที่เคยมาซื้อในรอบ 1 ปี จำนวนร้านที่เลือกดูสินค้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง และชนิดไม้ที่เลือกซื้อ รวมทั้งการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับชนิดไม้ที่เลือกซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือกลุ่มของผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำนวนครั้งที่เคยมาซื้อในรอบ 1 ปี จำนวนร้านที่เลือกดูสินค้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง และชนิดไม้ที่เลือกซื้อ ที่เหมือนกัน รวมทั้งเพศที่ต่างกันจะมีการเลือกซื้อชนิดไม้ที่เหมือนกัน

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ นั้น เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ นั้น พบว่า จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดลำพูนจำนวน 66 ราย และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจากต่างจังหวัดจำนวน 84 รายพบว่า ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มจะพิจารณาปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านราคา และปัจจัยทางด้านบุคคล คือ ความชอบ รสนิยม ตามลำดับ หากพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่ากลุ่มของผู้ซื้อจังหวัดลำพูนเลือกพิจารณา การตกแต่งผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรกรองลงมาคือ ลักษณะไม้ และชนิดของไม้ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้ซื้อจากต่างจังหวัดเลือกพิจารณา การตกแต่งผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน รองลงมาคือ ชนิดของไม้และลักษณะไม้ และการพิจารณาปัจจัยทางด้านราคาพบว่า ทั้งสองกลุ่มตัวอย่างเลือกพิจารณา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคาถูกกว่าที่อื่น และ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ พิจารณาปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่ากลุ่มผู้ซื้อในจังหวัดลำพูนเลือกพิจารณา ความสะดวกในการเดินทาง มีสถานที่จอดรถ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สินค้าหลากหลาย และคุ้นเคยกับสถานที่ซื้อสินค้า ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้ซื้อในต่างจังหวัดเลือกพิจารณา ความหลากหลายของสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ คุ้นเคยกับสถานที่ซื้อสินค้า และ ความสะดวกในการเดินทาง มีสถานที่จอดรถ และหากพิจารณาปัจจัยในด้าน

การส่งเสริมการตลาดพบว่า กลุ่มผู้ซื้อในจังหวัดลำพูนเลือกพิจารณา การส่งเสริมการขายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การโฆษณา ส่วนกลุ่มผู้ซื้อจากต่างจังหวัดเลือกพิจารณา การโฆษณาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การส่งเสริมการขาย และอันดับสุดท้ายทั้งสองกลุ่มเลือกพิจารณา การประชาสัมพันธ์

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ในหมู่บ้านม้า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยจำแนกให้เห็นตามหัวข้อดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้มากที่สุดคือ การตกแต่งผลิตภัณฑ์ ดังนั้นกลุ่มผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับรายละเอียดต่างๆของตัวผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ทำการตกแต่งผลิตภัณฑ์ให้มีความ สวยงามและเก็บรายละเอียด และใส่ใจในขั้นตอนต่างในการตกแต่งผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด เช่น ขั้นตอนการ ขัด หรือทาสีผลิตภัณฑ์ควรมีความประณีต เพื่อให้เกิดความเรียบร้อยและสวยงามของผลิตภัณฑ์ ซึ่งหากพิจารณาถึงกลุ่มอายุพบว่ากลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่อายุ จะต่ำกว่า 30 ปี จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพารา ไม้เนื้อแข็ง ใกล้เคียงกับไม้สัก ซึ่งจะแตกต่างกับกลุ่มผู้ซื้ออายุ 40 ปีขึ้นไป จะเลือกซื้อไม้สักเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะเห็นได้ว่าค่านิยมเฟอร์นิเจอร์ไม้ จากไม้สักได้ลดลง ซึ่งกลุ่มผู้ซื้อ อายุที่ต่ำกว่า 30 ปี จะเลือกให้ความสำคัญกับการออกแบบและการตกแต่งมากกว่า

ปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้มากที่สุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ผู้ผลิตควรรักษามาตรฐานการผลิตสินค้าในแต่ละครั้งให้คงเดิม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้กลุ่มผู้ซื้อที่มีความยินดีกับการจ่ายเงินซื้อสินค้ากับผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีคุณภาพที่กลุ่มผู้ซื้อยอมรับได้

ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ คือ ความสะดวกในการเดินทาง และมีสถานที่จอดรถ และการมีสินค้าที่หลากหลาย ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับการ จัดสถานที่จอดรถหน้าร้านค้าเพื่อให้มีความสะดวกในการเดินทาง โดยรถยนต์ในหมู่บ้านม้า ไม่กีดขวางเส้นทางการจราจรในหมู่บ้าน เนื่องจากมีการขนส่งสินค้าอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังต้องให้ความสำคัญกับการ คิดผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีการตอบสนองกับกลุ่มผู้ซื้อด้วยเช่นเดียวกัน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ คือ การโฆษณา ต่างๆ และการส่งเสริมการขาย เช่นการ ลดราคาสินค้า กลุ่มผู้ซื้อมักมีความพึงพอใจกับการได้ลดราคาสินค้า ทางร้านค้าควรมีกลยุทธ์ในการดึงดูดและสร้างความพอใจให้กับลูกค้า โดยอาจมีการลดราคาสินค้าให้มากขึ้น เมื่อมีการซื้อสินค้าหลายชิ้น หรืออาจเพิ่มเป็นของแถมให้กับลูกค้าเมื่อซื้อสินค้า ถึงยอดเงินตามที่ร้านค้ากำหนดไว้ได้ รวมถึงการจัดเทศกาลต่างๆ ของร้านค้าในหมู่บ้านมาให้เพิ่มขึ้นด้วย

เมื่อดูจากพฤติกรรมการมาซื้อสินค้าของกลุ่มผู้ซื้อส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าในช่วงวัน เสาร์ และอาทิตย์เป็นส่วนใหญ่ ร้านค้าควรมีการจัดการส่งเสริมการขายในลักษณะต่าง ๆ เช่น การลดราคาให้เป็นพิเศษ จากราคาปกติ ในช่วงการซื้อ ระหว่างวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ซึ่งจะสามารถดึงดูดกลุ่มผู้ซื้อให้มาซื้อสินค้าในวันจันทร์ถึงศุกร์เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

1. ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาเลือกเพียง 150 ราย ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้ซื้อทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากมีเวลาจำกัด การศึกษาครั้งต่อไปหากมีเวลาในการศึกษาเพิ่มขึ้น เห็นว่าอาจมีการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาให้เพิ่มขึ้นเพื่อที่จะได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุม และได้ข้อมูลให้ตรงความเป็นจริงมากที่สุด และเนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับการซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ การเก็บข้อมูลควรเก็บในช่วง ฤดูหนาวหรือฤดูร้อนเนื่องจากการขยายตัวของกลุ่มอสังหาริมทรัพย์มากที่สุดเพื่อความสะดวกและสามารถเก็บข้อมูลได้มากและรวดเร็วขึ้น

2. การศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้ครั้งนี้ อาจมีพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อ หรือปัจจัยอื่นอีกหลายปัจจัยซึ่งผู้ศึกษาไม่ได้รวมไว้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งหากมีการศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการสอบถามพฤติกรรม และปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมให้มากขึ้นด้วยเช่นกัน