

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ 3 วัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย และ (3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง, อายุระหว่าง 35-44, ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง, อายุระหว่าง 35-44, ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ USD 20,001-30,000 บาทต่อปี

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเพื่อนำไปใช้เองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65 ทราบแหล่งข้อมูลในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายจากเพื่อนและบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 38 ไม้แกะสลักเป็นสินค้าที่เลือกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32 มีการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประมาณ 1,000-3,000 บาท เป็นร้อยละ 40 และส่วนมากจะจ่ายเป็นเงินสดเป็นร้อยละ 79 นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเพื่อนำไปใช้เองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64 ทราบแหล่งข้อมูลในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายจากอินเทอร์เน็ต คิด



### ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้าน

#### ถวาย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายปานกลาง ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งเดินทางสะดวก มีที่จอดรถสะดวกสบาย การจัดสถานที่ดึงดูดใจ ช่องทางการส่งซื้อสินค้า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายมาก ได้แก่ การจัดสถานที่ดึงดูดใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายปานกลาง ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งเดินทางสะดวก มีที่จอดรถสะดวกสบาย ช่องทางการส่งซื้อสินค้า

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายมาก ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้า การมีส่วนลดราคาพิเศษ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า การนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ความรวดเร็ว/ถูกต้อง มีบริการจัดส่งสินค้า มีบริการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิต/เดบิตในชำระเงิน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาตามสื่อต่างๆ การให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า การนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต การจัดงานแสดงสินค้า การมีส่วนลดราคาพิเศษ ความรวดเร็ว/ถูกต้อง มีบริการจัดส่งสินค้า มีบริการรับชำระเงินผ่านบัตรเครดิต/เดบิตในชำระเงิน

### ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายมาก ได้แก่ มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า สามารถอธิบายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์และสุภาพ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายมาก ได้แก่ มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า สามารถอธิบายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์และสุภาพ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายปานกลาง ได้แก่ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรวดเร็วในการให้บริการ มีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

จากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ราย พบว่าลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อในแต่ละด้าน สามารถเรียงลำดับตามปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่ามีอิทธิพลมากที่สุดถึงน้อยที่สุดได้ ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- 2) ปัจจัยด้านราคา
- 3) ปัจจัยด้านบุคลากร
- 4) ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย
- 5) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

#### **ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย**

**ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนมากมีความพึงพอใจในรูปแบบของสินค้า รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้า และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต/คุณภาพสินค้า ตามลำดับ

**ความพึงพอใจด้านราคา** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความพึงพอใจในความหลากหลายของราคา รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถต่อรองราคาได้ ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในความหลากหลายของราคา รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และ ราคาถูกกว่าที่อื่น ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจในราคาที่ สามารถต่อรองได้ รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และความหลากหลายของราคา ตามลำดับ

**ความพึงพอใจด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความพึงพอใจในสถานที่จอดรถสะดวกสบาย รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวกได้ และการจัดสถานที่ ดึงดูด/น่าสนใจ ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในสถานที่จอดรถสะดวกสบาย รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวกได้ และการจัดสถานที่ ดึงดูด/น่าสนใจ ตามลำดับ ในขณะที่โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจในสถานที่จอดรถสะดวกสบาย รองลงมาคือ การจัดสถานที่ ดึงดูด/น่าสนใจ และทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวกตามลำดับ

**ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความพึงพอใจในการให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า รองลงมาคือ การนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และการมีบริการรับชำระเงินผ่านบัตร ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในการมีบริการรับชำระเงินผ่านบัตร รองลงมาคือ การให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า และการนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจในการให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า รองลงมา คือ การมีส่วนลดราคาพิเศษ และการนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

**ความพึงพอใจด้านบุคลากร** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีความพึงพอใจในความรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ และความมีมนุษยสัมพันธ์และ ความสุภาพของพนักงาน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยพึงพอใจในการมีมนุษยสัมพันธ์และความสุภาพของพนักงาน รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติพึงพอใจในความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า รองลงมาคือ สามารถอธิบายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้เป็นอย่างดี และความรวดเร็วในการให้บริการตามลำดับ

## 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

**ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็นนักท่องเที่ยว** ลำดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ลำดับสองคือ ปัจจัยด้านราคา และลำดับสามคือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยปัจจัยทั้งสามมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่และการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น หากผู้ประกอบการและผู้ผลิตจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากร โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ควรเน้นใน ส่วนรูปแบบของสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้เกิดการลอกเลียนแบบได้ยาก ความหลากหลายของสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ผลิต/คุณภาพสินค้า ปัจจัยด้านราคาควรเน้นให้ราคาความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า สร้างเอกลักษณ์ของสินค้า เพื่อให้ราคาในสายตานักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น และสามารถต่อรองราคาได้ ปัจจัยด้านบุคลากร ควรเน้นให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า เพื่อให้สามารถอธิบายรายละเอียดและ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และเน้นในการให้บริการของพนักงานให้มีความกระตือรือร้น สนใจดูแล ยิ้มแย้มและมีรอยยิ้มที่ดีกับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมักจะไม่ค่อยได้รับการดูแลเท่าที่ควร

**ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็น** พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรมีการจัดแสดงสินค้างานและลานกิจกรรมตามต่างๆ หรือจัดกิจกรรม/มหกรรมขึ้นในหมู่บ้านและ ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เพื่อกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาแวะชม และเลือกซื้อสินค้า หรืออาจมีส่วนลดสินค้าทำโปร โมชันส่วนลดในช่วงที่มีการจัดงาน และนำเสนอบริการเสริมควบคู่ไปด้วย เช่น บริการจัดส่งสินค้า บริการรับซ่อม/แก้ไข กรณีมีการชำรุดหรือลูกค้าอย่างเพิ่มเติม ลวดลายหรือแบบงาน เป็นต้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาเลือกมาเพียง 400 ตัวอย่าง และระยะเวลาในการศึกษาเพียงระยะเวลา 1 เดือน และเป็นช่วงเดือนสิงหาคม 2554 ซึ่งผลการศึกษาอาจไม่ครอบคลุมหรือชัดเจน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะใช้กลุ่มตัวอย่างและใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลให้มากกว่านี้ ซึ่งอาจจะได้ผลการศึกษาที่แตกต่างออกไป

2) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาในสถานที่อื่นๆเพิ่มเติม เป็นศึกษาแนวโน้มในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมในแหล่งอื่น และนำมาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆของสถานที่นั้น เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น

3) การศึกษาในครั้งนี้อาจมีปัจจัยที่มีอิทธิพลอื่นอีกหลายปัจจัย ซึ่งผู้ศึกษาไม่ได้รวบรวมไว้ในแบบจำลอง ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพ สำหรับปัจจัยที่ต้องการศึกษา เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ต่อไป