

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 300 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา

จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาเพื่อบริโภคเอง รองลงมา ซื้อเพื่อเป็นของฝากเพื่อนและเป็นของฝากในโอกาสพิเศษหรือเทศกาล แหล่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ คือ ร้านขายปลีก รองลงมา ซื้อจากร้านที่ผลิตเองและตลาดสายหยุด แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อ คือ คนรู้จัก รองลงมา เป็นคนรู้จักและเพื่อน ลักษณะการเลือกซื้อ คือ ซื้อสินค้าเดิมเป็นประจำ รองลงมา ไม่สนใจตราสินค้าและเปลี่ยนตราสินค้าเรื่อยๆ ตราสินค้าที่เลือกซื้อ คือ งาเมืองสามหมอก รองลงมา ตราแม่ศรีบัวและตราบ้านไต่ เหตุผลที่เลือกซื้อ คือ สินค้าสะอาดใหม่ และรสชาติอร่อย รองลงมา หาซื้อได้ง่ายและราคาเหมาะสม ประเภทที่ซื้อ คือ งาโหვნ้ำผึ้ง รองลงมา ข้าวพองงาโหვნ้ำผึ้งและงาโหვნ้ำผึ้งขนาดที่เลือกซื้อ คือ ถุงละ 10 บาท รองลงมา ถุงละ 25 บาท และกล่องละ 35 บาท มูลค่าในการซื้อแต่ละครั้ง คือ 101-500 บาท รองลงมา ไม่เกิน 100 บาท และ 501-1,000 บาท

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคใน

อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาโดยรวมในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ด้านผลิตภัณฑ์

มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลในระดับมากที่สุดตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ และระบุวันผลิตและวันหมดอายุ ส่วนปัจจัยที่มีผลในระดับมากตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีฉลากบอกข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เปิดง่าย และตราสินค้า

ด้านราคา

มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลในระดับมากที่สุดตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีป้ายราคาชัดเจน ราคาถูก มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก มีหลายราคาให้เลือก และสามารถต่อรองราคาได้

ด้านการจัดจำหน่าย

มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาโดยรวมในระดับมากตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะอาดภายในร้าน การจัดสินค้าภายในร้าน บรรยากาศภายในร้าน ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง สถานที่จำหน่ายใกล้แหล่งธุรกิจ มีที่จอดรถเพียงพอ เวลาเปิด-ปิด ร้าน และจำนวนของร้าน/สถานที่จำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาโดยรวมในระดับมากตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ทัศนคติของพนักงานขาย ความรวดเร็วในการบริการ ความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย การให้ทดลองชิมสินค้า การแถมสินค้าเมื่อซื้อสินค้าปริมาณมาก การให้คำแนะนำจากผู้ขาย การแต่งกายของพนักงาน และการโฆษณาสินค้า

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคใน

อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ อายุ ที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของเพศชาย และเพศหญิง คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และช่วงอายุ 50-59 ปี คือ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของช่วงอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปี และอายุ 60 ปี ขึ้นไป คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์

เมื่อจำแนกตามที่อยู่อาศัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน อำเภออื่น และผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่น คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและระดับสูงกว่าปริญญาตรี คือ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ระดับอนุปริญญา/ ปวส. ระดับปริญญาตรี คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับอื่นๆ (ประถมศึกษาปีที่ 6) คือ มีผลเท่ากันในทุกปัจจัย

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา รับราชการ รับจ้างทั่วไป ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอื่นๆ (พนักงานราชการ) คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและเกษตรกร คือ ระบุวันผลิตและวันหมดอายุ ส่วนปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คือความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน รายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน คือ ระบุวันผลิตและวันหมดอายุ ส่วนปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน คือ ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของเพศชาย และเพศหญิง คือ มีป้ายราคาชัดเจน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-29 ปี และอายุ 40-49 ปี คือ มีป้ายราคาชัดเจน ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอายุ 50-59 ปี คือ มีหลายราคาให้เลือก และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คือ ราคาถูก

เมื่อจำแนกตามที่อยู่อาศัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน คือ มีป้ายราคาชัดเจน ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่อาศัยอยู่อำเภออื่น คือ มีหลายราคาให้เลือก และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่น คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและระดับอนุปริญญา/ ปวส. คือ มีป้ายราคาชัดเจน ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คือ ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. คือ ราคาถูก ส่วนปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับอื่นๆ (ประถมศึกษาปีที่ 6) คือ มีผลเท่ากันในทุกปัจจัย

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน รับจ้างทั่วไป ธุรกิจส่วนตัว และเกษตรกร คือ มีป้ายราคาชัดเจน ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอาชีพรับราชการ คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก ส่วนปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ (พนักงานราชการ) คือ ราคาถูก

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน คือ มีป้ายราคาชัดเจน และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก

ด้านการจัดจำหน่าย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของเพศชาย และเพศหญิง คือ ความสะอาดภายในร้าน

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-29 ปี อายุ 30-39 ปี อายุ 40-49 ปี และอายุ 50-59 ปี คือ ความสะอาดภายในร้าน ส่วนปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป คือ สถานที่จำหน่ายใกล้แหล่งธุรกิจ

เมื่อจำแนกตามที่อยู่อาศัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน อำเภออื่น และผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่น คือ ความสะอาดภายในร้าน

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ระดับอนุปริญญา/ ปวส. ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คือ ความสะอาดภายในร้าน ส่วนปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับอื่นๆ (ประถมศึกษาปีที่ 6) คือ สถานที่จำหน่ายใกล้แหล่งธุรกิจ มีที่จอดรถเพียงพอ ความสะอาดภายในร้าน บรรยากาศในร้าน และการจัดสินค้าภายในร้าน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป เกษตรกร และอาชีพอื่นๆ (พนักงานราชการ) คือ ความสะอาดภายในร้าน ส่วนปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว คือ การจัดสินค้าภายในร้าน

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน รายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน รายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน รายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน คือ ความสะอาดภายในร้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของเพศชาย และเพศหญิง คือ ทัศนคติของพนักงานขาย

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 40-49 ปี และอายุ 60 ปี ขึ้นไป คือ ทัศนคติของพนักงาน ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี คือ การให้ทดลองชิมสินค้า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี คือ การแถมสินค้าเมื่อซื้อสินค้าปริมาณมาก และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอายุ 50-59 ปี คือ การแต่งกายของพนักงาน

เมื่อจำแนกตามที่อยู่อาศัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน คือ อัยาศัยของพนักงานขาย ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่อาศัยอยู่อำเภออื่น คือ การแต่งกายของพนักงาน และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอื่น คือ ความรวดเร็วในการบริการ

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คือ การโฆษณาสินค้า การให้คำแนะนำจากผู้ขาย อัยาศัยของพนักงานขาย ความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. และระดับอนุปริญญา/ ปวส. คือ อัยาศัยของพนักงานขาย ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คือ ความรวดเร็วในการบริการ ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คือ การให้ทดลองชิมสินค้า และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีการศึกษาระดับอื่นๆ (ประถมศึกษาปีที่ 6) คือ อัยาศัยของพนักงานขาย การแต่งกายของพนักงาน ความรวดเร็วในการบริการ และการแถมสินค้าเมื่อซื้อสินค้าปริมาณมาก

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพรับราชการ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพธุรกิจส่วนตัว คือ อัยาศัยของพนักงานขาย ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คือ การแต่งกายของพนักงาน ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป คือ การแถมสินค้าเมื่อซื้อสินค้าปริมาณมาก ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร คือ การให้คำแนะนำจากผู้ขาย ความน่าเชื่อถือของพนักงานขาย การให้ทดลองชิมสินค้า และการแถมสินค้าเมื่อมีปริมาณมาก และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ (พนักงานราชการ) คือ การให้ทดลองชิมสินค้า

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน รายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน และรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาทต่อเดือน คือ อัยาศัยของพนักงานขาย ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน คือ การให้ทดลองชิมสินค้า และปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อของผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน คือ การให้คำแนะนำจากผู้ขาย การแต่งกายของพนักงาน และความรวดเร็วในการบริการ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา

ปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง โดยรวมในระดับน้อยทุกปัจจัย ตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา โดยรวมมีผลในระดับน้อย โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับน้อย ตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่สดใหม่ ผลิตภัณฑ์ไม่สะอาด ผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย ขนาดบรรจุไม่หลากหลาย ไม่มีฉลากบอกข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ไม่ระบุวันผลิตและวันหมดอายุ บรรจุภัณฑ์ไม่แข็งแรง บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม บรรจุภัณฑ์เปิดยากไม่สะดวก และไม่มีตราสินค้า

ด้านราคา

มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา โดยรวมมีผลในระดับน้อย โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับน้อย ตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีราคาให้เลือกน้อย ไม่มีป้ายราคาชัดเจน และราคาที่ยา่งจำหน่ายในแต่ละแห่งไม่เท่ากัน

ด้านการจัดจำหน่าย

มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา โดยรวมมีผลในระดับน้อย โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับน้อย ตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ภายในร้านไม่สะอาด การจัดสินค้าภายในร้านไม่ดี สถานที่จำหน่ายไกลจากแหล่งธุรกิจ ที่จอดรถไม่เพียงพอ ท่าเลที่ตั้งของร้านไม่สะดวกในการเดินทาง และเวลาเปิด-ปิด ของร้านไม่สะดวก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา โดยรวมมีผลในระดับน้อย โดยพบว่าปัจจัยที่มีผลในระดับน้อย ตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาสินค้า ไม่ให้ทดลองชิมสินค้า อธิบายของพนักงานขายไม่ดี ไม่มีการให้คำแนะนำจากผู้ขาย พนักงานขายไม่น่าเชื่อถือ พนักงานขายแต่งกายไม่สุภาพ ไม่แถมสินค้าเมื่อซื้อสินค้าปริมาณมาก และบริการช้า

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ซึ่งสามารถอธิบายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing mix)

จากแนวคิดส่วนประสมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาด คือ ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งสามารถใช้ร่วมกันเพื่อสนองตอบความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งแต่ละปัจจัยมีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไป โดยผลการศึกษาพบว่า ทุกปัจจัยมีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา คือ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปรีชา มีนาค (2550) ที่ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราดอยคำ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนาฏนัคดา สมประสงค์ (2550) ที่ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วแปยี ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา คือ มีป้ายราคาชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของโยชิ โยธาวงศ์ (2546) ที่ศึกษาเรื่องถึงพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทของหวานและของขบเคี้ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ในด้านราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการแจ้งราคาแน่นอน ซึ่งผู้บริโภคจะได้ทราบราคาที่ชัดเจน เพื่อเป็นการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา คือ ความสะอาดภายในร้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของโสภภาพรรณ บริรักษ์สรารุช (2545) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติวัยรุ่นที่มีต่อขนมไทย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในด้านการจัดจำหน่ายผู้บริโภคให้ความสำคัญกับร้านที่จำหน่ายขนมไทยสะอาดมีอนามัย และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนาถนัตตา สมประสงค์ (2550) ที่ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วแปง ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า ในด้านการจัดจำหน่ายผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในร้าน

การส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงา คือ ทัศนคติของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานาถนัตตา สมประสงค์ (2550) ที่ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วแปง ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า ในด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญกับทัศนคติของพนักงานขาย ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน มีข้อค้นพบ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ของทุกระดับการศึกษา มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ระดับการศึกษาอื่นๆ คือ ประถมศึกษาปีที่ 6 มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลอยู่ในระดับน้อย จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญต่างไปจากกลุ่มอื่น อาจเป็นเพราะจำนวนของผู้ที่มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีเพียงร้อยละ 0.3

2. ด้านราคา ของทุกอาชีพ มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ที่มีอาชีพเกษตรกร มีผลในระดับมากที่สุด จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญด้านราคาต่างไปจากกลุ่มอื่น อาจเป็นเพราะความสอดคล้องกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค ที่จะทำให้กำลังซื้อลดลง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงานของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน ผู้ศึกษาได้มีข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. เนื่องจากความสะอาดของผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงานในระดับมากที่สุด ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการผลิต โดยนำระบบมาตรฐานการผลิตเข้ามาควบคุมกระบวนการ เพื่อให้สินค้ามีความปลอดภัย สะอาด และมีคุณภาพ
2. ในการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารจากงานรสชาติต่างๆ นั้น ควรจะพิจารณาจากสัดส่วนความนิยมของผู้บริโภค เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด
3. ควรสร้างความแตกต่างในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ต่างจากยี่ห้ออื่น เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยทั้งตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จะต้องมีความสะดวกในการรับประทานและมีปริมาณที่เหมาะสมด้วย
4. ราคาสินค้าควรระบุคำอธิบายคำว่างาโหย่ว เพราะอาจทำให้ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงานเกิดความสับสนได้

ด้านราคา

ควรตั้งราคาให้อยู่ในระดับที่สอดคล้องเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ไม่ควรราคาตั้งสูงเกินไป เนื่องจากผู้บริโภคไม่นิยมการต่อราคา และจะดูจากป้ายราคาที่แสดง เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคยอมรับราคาของสินค้าและช่วยให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

ด้านการจัดจำหน่าย

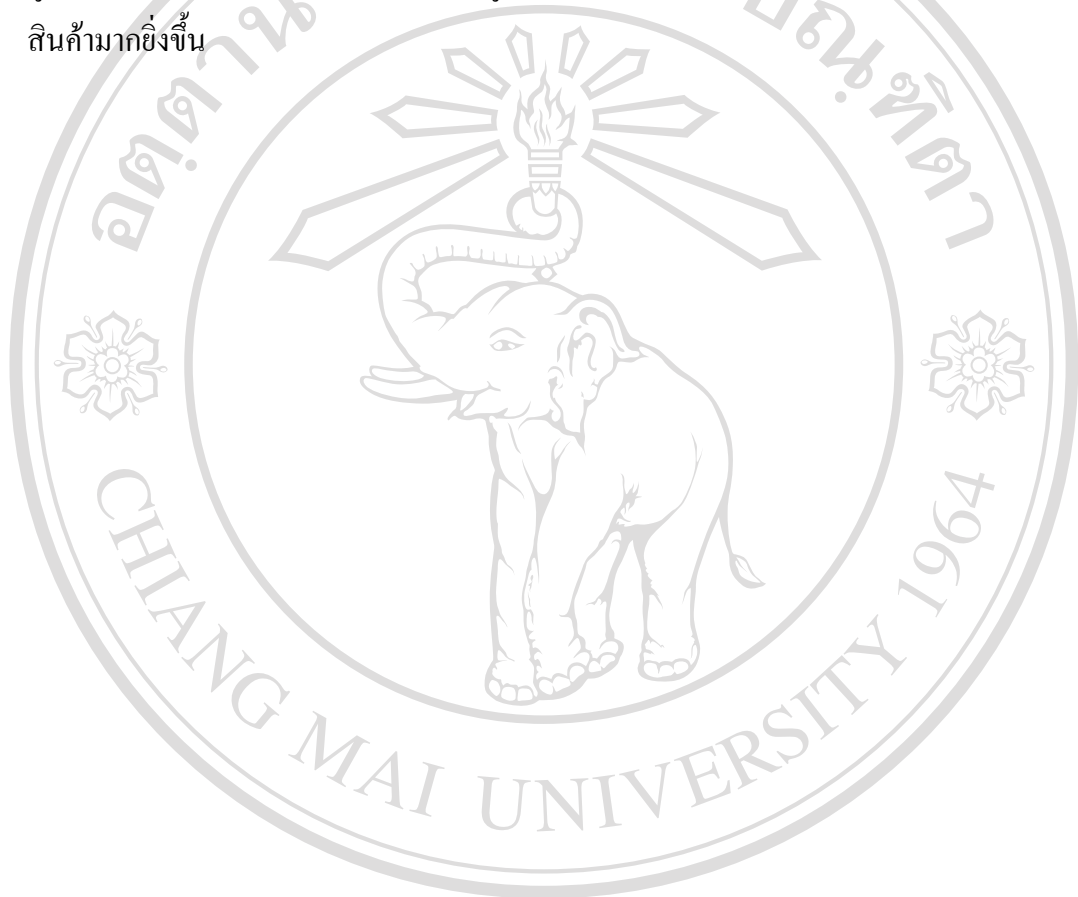
1. ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ โดยเฉพาะร้านค้าปลีก ร้านค้าทั่วไป และร้านสะดวกซื้อ เพื่อให้สินค้ากระจายไปยังผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง
2. เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ จึงควรมีการจัดเรียงสินค้าตามวันผลิต เพื่อให้มีการหมุนเวียนสินค้า และมีการตรวจสอบสินค้าคงคลังให้สินค้าสดใหม่เสมอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรจะมุ่งเน้นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดยเฉพาะการโฆษณาแบบปากต่อปาก ซึ่งมีต้นทุนต่ำ แต่เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิผล
2. ควรจะมีการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลหรือโอกาสพิเศษ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความอยากซื้อ

3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การออกงานแสดงต่างๆ โดยการนำผลิตภัณฑ์ไปจัดแสดง พร้อมสาธิตวิธีการผลิต เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจอยากลองชิม ซึ่งเมื่อชิมแล้วชอบผู้บริโภคก็จะเกิดทัศนคติที่ดีและเกิดการซื้อซ้ำ

4. ควรมีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีการต้อนรับลูกค้า พுகคุยกับลูกค้าด้วยท่าทางยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีและเกิดความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved