

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 200 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ผู้บริโภคอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนของเพศหญิงและชายไม่ต่างกันมาก ประชากรส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท นักเรียนนักศึกษา ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช จนถึงระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 จนถึง 20,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

โดยรวมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลอยู่ในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุด ตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ระบุวันผลิต และวันหมดอายุ เครื่องหมายรับรองความปลอดภัย และความสะอาดของผลิตภัณฑ์

การระบุวันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.61) มีความสำคัญที่สุดต่อ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000-10,000 บาทต่อเดือนและผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

เครื่องหมายรับรองความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.55) มีความสำคัญมากที่สุดต่อ เพศหญิง ทุกวัย ทุกอาชีพเว้นแต่ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ทุกระดับการศึกษาเว้นแต่ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือนและผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

ความสะอาดของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.54) มีความสำคัญมากที่สุดต่อ เพศหญิง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี และ 40 ปีขึ้นไป ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษาเว้นแต่ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือนและผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน

ความสำคัญด้านราคา

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกิ่งสำเร็จรูปโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ราคาเหมาะสมคุณภาพ ราคาเหมาะสมปริมาณ มีราคาแสดงไว้ชัดเจน ความแตกต่างของราคากับยี่ห้ออื่นๆ มีส่วนลดราคา และราคาถูกที่สุด

ราคาเหมาะสมคุณภาพ (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.34) มีความสำคัญมากเป็นอันดับน้อยต่อ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา ทุกระดับรายได้ และมีความสำคัญมากที่สุดกับ พนักงานเอกชน และพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. และผู้ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน

ราคาเหมาะสมปริมาณ (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.20) มีความสำคัญมากเป็นอันดับน้อยต่อ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา ทุกระดับรายได้ และมีความสำคัญมากที่สุดกับ อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 -20,000 บาทต่อเดือน

ความสำคัญด้านการจัดจำหน่าย

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกิ่งสำเร็จรูปโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ความสะอาดภายในร้าน ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง สินค้ามีปริมาณเพียงพอไม่ขาดตลาด การจัดสินค้าภายในร้าน เวลาเปิด-ปิดร้าน จำนวนของร้านหรือสถานที่จำหน่าย และมีที่จอดรถเพียงพอ

ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.16) มีความสำคัญมากต่อ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา ทุกระดับรายได้ และมีความสำคัญมากที่สุดกับ อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช

ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 4.05) มีความสำคัญมากต่อ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา ทุกระดับรายได้ และมีความสำคัญมากที่สุดกับ พ่อบ้านหรือแม่บ้าน

สินค้ามีปริมาณเพียงพอไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.95) มีความสำคัญมากต่อ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา และทุกระดับรายได้

ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก ตามลำดับค่าเฉลี่ยมีดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และการส่งเสริมการขาย

การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร (ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.95) มีความสำคัญมากต่อ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกระดับการศึกษา และทุกระดับรายได้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป

ปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปต่อผู้บริโภคอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยที่มีปัญหาในระดับน้อยตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปโดยรวมมีผลในระดับปานกลางตามลำดับค่าเฉลี่ยจากน้อยไปมาก(ปัญหาระดับมากจนถึงน้อย) ได้แก่ การไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้าให้ทดลองชิม การไม่มีการส่งชิงโชค แจกรางวัล ของแถม การไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การไม่มีเว็บไซต์ แนะนำผลิตภัณฑ์

การไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้าให้ทดลองชิม (ค่าเฉลี่ย 3.06) เป็นปัญหาปานกลาง สำหรับ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพเว้นแต่ รัับรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ทุกระดับการศึกษา ทุกระดับ รายได้

ปัญหาด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย

พบว่าปัญหาด้านราคามีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปโดยรวมมีผลในระดับน้อย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามในความสนใจได้แก่ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุม เพิ่มรสชาติให้หลากหลาย กำหนดราคาให้เหมาะสมกับเศรษฐกิจ กำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ กำหนดราคาให้เหมาะสมกับสภาพปริมาณ จัดให้มีการส่งเสริมการตลาดมากขึ้น กำหนดราคาได้เหมาะสม และเพิ่มการประชาสัมพันธ์

อภิปรายผล

จากแนวคิดส่วนประสมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาด คือ ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งสามารถใช้ร่วมกันเพื่อสนองตอบความพึงพอใจต่อกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งแต่ละปัจจัยมีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไป โดยผลการศึกษาพบว่า ทุกปัจจัยมีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูป คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพุทธชาติ คำมูล (2549) ที่ศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานบุญญะสถานค์ของผู้ซื้อในอำเภอเมืองจังหวัดอุตรดิตถ์

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป ได้แก่ การระบุวันผลิตและวันหมดอายุ เครื่องหมายรับรองความปลอดภัย และความสะอาดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยะนารี สิงห์เชื้อ (2547) ที่ศึกษาทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตราม้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาดของผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก 3 ลำดับแรกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป คือ ราคาเหมาะสมคุณภาพ ราคาเหมาะสมปริมาณ มีราคาแสดงไว้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพุทธรักษา คำมูล (2549) ที่ศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานบุญญะสถานต์ของผู้ซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่าในด้านราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณของผลิตภัณฑ์

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก 3 ลำดับแรกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป คือ ความสะอาดภายในร้าน ที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง สินค้ามีปริมาณเพียงพอไม่ขาดตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยะนารี สิงห์เชื้อ (2547) ที่ศึกษาทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตราม้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในด้านการจัดจำหน่ายผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าไม่ขาดร้าน

การส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วุ้นเส้นกึ่งสำเร็จรูป คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปิยะนารี สิงห์เชื้อ (2547) ที่ศึกษาทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตราม้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านโฆษณาโทรทัศน์

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วันเส้นกึ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

สร้างความแตกต่างในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยทั้งตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จะต้องมีความสะดวกในการรับประทานและมีปริมาณที่เหมาะสมด้วย

ด้านราคา

ตั้งราคาให้อยู่ในระดับที่สอดคล้องเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะให้ผู้บริโภคยอมรับราคาของสินค้าและช่วยให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

ด้านการจัดจำหน่าย

ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ โดยเฉพาะร้านค้าปลีก ร้านค้าทั่วไป และร้านสะดวกซื้อ เพื่อให้สินค้ากระจายไปยังผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรมีการประชาสัมพันธ์ โดยการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การออกงานแสดงต่างๆ โดยการนำผลิตภัณฑ์ไปจัดแสดง พร้อมสาธิตวิธีการปรุง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจอยากลองชิม ซึ่งเมื่อชิมแล้วชอบผู้บริโภកก็จะเกิดทัศนคติที่ดีและเกิดการซื้อซ้ำ
2. ควรจะมีการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลหรือโอกาสพิเศษ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความอยากซื้อ
3. ควรจะมุ่งเน้นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม โดยเฉพาะการโฆษณาแบบปากต่อปาก ซึ่งมีต้นทุนต่ำ แต่เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิผล