

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี มีความมุ่งหมายในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยจำแนกตาม เพศ สถานภาพในการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุ คณะที่ศึกษา และสถานที่อยู่ปัจจุบัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยเก็บข้อมูลจากนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จำนวน 350 คน ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ
2. พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ
3. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อระดับการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติพื้นฐานหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
4. ทดสอบสมมุติฐานการวิจัย โดยเปรียบเทียบระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติการทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยสถิติ การทดสอบเอฟ (F-test) จากนั้น เปรียบเทียบรายคู่ (post hoc test) โดยใช้สูตรของฟิชเชอร์ (Fisher's Least-Significant Difference:LSD)

สรุปผลการวิจัย

1. ส่วนใหญ่นักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีเป็นผู้ชายและผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และคณะวิทยาการจัดการ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาท อาศัยอยู่ ณ จังหวัดลพบุรี และมีความสะดวกที่จะซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่งานแสดงสินค้า

2. พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากงานแสดงสินค้า ห้างสรรพสินค้า และศูนย์แสดงสินค้า โดยซื้อสินค้าประเภทอาหารบ่อยที่สุด สาเหตุในการซื้อเพราะเป็นสินค้าที่ผลิตโดยคนไทย ซึ่งเฉลี่ยแล้วมีการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สัปดาห์ละ 1 ครั้งเป็นอย่างน้อย โดยเป็นผู้ที่ตัดสินใจซื้อเอง และส่วนใหญ่ได้รับรู้ข่าวสารจากป้ายโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ของตัวสินค้า 2) การได้รับมาตรฐานชุมชน และ 3) ความสะอาดปลอดภัยของตัวสินค้า แต่ในด้านเทคโนโลยีในการผลิตสินค้ามีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1) ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ 2) ราคาของสินค้ามีราคาต่ำกว่า เมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันที่เป็นตราสินค้าอื่น และ 3) ราคาของสินค้ามีราคาเท่ากันเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันที่เป็นตราสินค้าอื่น แต่ในด้านการได้รับของแถมต่างๆ จากผู้ผลิตสินค้า และราคาของสินค้ามีราคาสูงกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันที่เป็นตราสินค้าอื่น มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1) หาซื้อได้ตามงานแสดงสินค้า 2) มีศูนย์จัดจำหน่ายอยู่อย่างเพียงพอ และ 3) หาซื้อได้ง่ายสะดวก แต่ในด้านการหาซื้อสินค้าได้จากร้านค้าโดยทั่วไป และสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับการซื้อดีมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1) การกำหนดนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากรัฐบาล 2) การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และ 3) การจัดแสดงสินค้าในจังหวัดต่างๆ แต่ในด้านการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร คำแนะนำของพนักงานขาย และโฆษณาทางระบบอินเตอร์เน็ต มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านสังคมและวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ดังนี้ 1) การรณรงค์ของหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ประชาชนมีการใช้สินค้าไทย 2) ครอบครัวเคยใช้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 3) การส่งเสริมค่านิยมจากภาครัฐ

ต่อการใช้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่ในด้านญาติหรือผู้ที่คุ้นเคยที่ให้คำแนะนำ มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. ทดสอบสมมุติฐานการวิจัย โดยตั้งสมมุติฐานว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี เมื่อจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุ คณะที่ศึกษา และสถานที่อยู่ปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน พบว่า

นักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ด้าน

นักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน แตกต่างกัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ด้าน

นักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ด้าน

นักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ด้าน

นักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่ศึกษาคณะแตกต่างกัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ด้าน

นักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ที่มีสถานที่อยู่ปัจจุบันแตกต่างกัน มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ด้าน

ดังนั้นจากการตั้งสมมุติฐาน เมื่อทำการทดสอบ พบว่า สมมุติฐานไม่เป็นจริงตามที่ตั้งไว้ คือ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุ คณะที่ศึกษา และสถานที่อยู่ปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีการแข่งขันสูง สืบเนื่องจากพิษของราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว มีผลให้ราคาสินค้าอุปโภคและบริโภคปรับราคาสูงขึ้นตาม ทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงกับผู้บริโภค จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เพื่อสนองความต้องการให้ตรงตามความต้องการและตรงจุด ดังนั้นการวิจัยถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี แสดงถึงข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ซึ่ง

ผลการวิจัยส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามีอายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาท และอาศัยอยู่ ณ จังหวัดลพบุรี การเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากงานแสดงสินค้า และศูนย์แสดงสินค้า โดยซื้อสินค้าประเภทอาหารบ่อยที่สุด มีการซื้อสินค้าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เหตุผลในการซื้อเพราะเป็นสินค้าที่ผลิตโดยคนไทย

ส่วนในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ทั้ง 5 ด้าน มีภาพรวมระดับมาก แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีความสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เจตต์นภิศ ระยัณกุล (2547, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินใจในการเลือกสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญประกอบด้วยปัจจัย 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการผลิตและการตลาด 2) ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ 3) ปัจจัยด้านเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ 4) ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของชุมชน 5) ปัจจัยด้านการรักษาสีสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นุชจรา สุขปลื้ม (2548, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิไลพร วงศ์กาญจนนา (2548, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยถึงสาเหตุและการตัดสินใจในการใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาพบว่า ระดับที่มีอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านอื่นๆ เมื่อมองแยกผลการวิจัยออกเป็น รายปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรีนั้น พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของตัวสินค้า การได้รับมาตรฐานชุมชน และความสะอาดปลอดภัยของตัวสินค้า ส่วนเทคโนโลยีในการผลิตสินค้ามีผลต่อการเลือกซื้ออยู่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริวรรณ สุระไพฑูรย์ (2547, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยใช้หลักเกณฑ์และกรรมวิธีที่ดีในการผลิต พบว่าหลักเกณฑ์และกรรมวิธีที่ดีในการผลิตเป็นหลักเกณฑ์ที่ดีสมควรนำมาใช้ในการควบคุมการผลิตอาหารในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐาน โดยรัฐบาลควรให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ และความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานตามหลักเกณฑ์

ด้านราคามีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เน้นในราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ ราคาของสินค้ามีราคาต่ำกว่าหรือมีราคาเท่ากันเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันที่เป็นตราสินค้าอื่น ส่วนการได้รับของแถมต่างๆ

จากผู้ผลิตสินค้า และราคาของสินค้ามีราคาสูงกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันที่เป็นตราสินค้าอื่น มีผลต่อการเลือกซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อาร์มสตรอง (Armstrong, 1985, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคที่เป็นนิสัยของชาวแอนติกกันไนอินเดียนตะวันตก จำนวน 305 ครอบครัว ผลการศึกษา สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อนิสัยการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในทุกระดับ และจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีการซื้อและความต้องการในการซื้อที่แตกต่างกัน ในการทดลองนี้ผู้ทำการวิจัยได้ทำการสำรวจการซื้อขายผ่านระบบอินเตอร์เน็ตเนื่องจากเป็นธุรกิจแนวใหม่ที่ผู้บริโภคส่วนหนึ่งให้ความสนใจ ธุรกิจแนวใหม่นี้มีผลต่อการซื้อสินค้าการต่อราคาระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เน้นการหาซื้อได้ตามงานแสดงสินค้า มีศูนย์จัดจำหน่ายอยู่อย่างเพียงพอ และหาซื้อได้ง่ายสะดวก ส่วนหาซื้อได้จากร้านค้าโดยทั่วไป และสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน มีผลต่อการเลือกซื้ออยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เน้นการกำหนดนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากรัฐบาล การโฆษณาทางวิทยุ/โทรทัศน์ และการจัดแสดงสินค้าในจังหวัดต่าง ๆ ส่วนโฆษณาทางหนังสือพิมพ์/นิตยสาร คำแนะนำของพนักงานขาย และโฆษณาทางระบบอินเตอร์เน็ต มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปีเตอร์ (Peter, 1995, p. 62) ได้ศึกษาเรื่องความเข้าใจในการจูงใจ กรณีศึกษาการนำเสนอสิ่งที่มีความเชื่อเกี่ยวกับจิตวิทยาของการโฆษณา โดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่างผู้ใหญ่จำนวน 20 คน ด้วยการให้ชมภาพยนตร์โอเทปโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นโฆษณาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับกาวดูแลรักษาร่างกายรถยนต์ อาหารและเครื่องดื่ม ผลการวิจัยรายงานว่า เนื้อหาโฆษณาทางโทรทัศน์มีผลในการจูงใจทางจิตวิทยาให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกคล้อยตาม เป็นไปตามความเชื่อพื้นฐานที่ว่าโฆษณาจะมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึก การจดจำได้ และการให้ความสนใจในระดับแตกต่างกัน

ด้านสังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เน้นการรณรงค์ของหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ประชาชนมีการใช้สินค้าไทย ครอบครัวของเคยใช้สินค้าและการส่งเสริมค่านิยมจากภาครัฐต่อการใช้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ยีตงยู, และ อลิสัน (Yi Ting Yu, & Alison, 2001, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาอารมณ์ของความพึงพอใจที่ส่งผลกระทบต่อความภักดีของลูกค้า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่อารมณ์ของความพึงพอใจองค์ประกอบของการรับรู้ และพฤติกรรมของความภักดีของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างจะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากมหาวิทยาลัยในประเทศออสเตรเลีย จำนวน 320 ชุด โดยผลการวิจัยพบว่า อารมณ์ของความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของ นักศึกษาภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี สามารถนำผลดังกล่าวมาใช้เป็น ข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1.1 ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ไปประยุกต์ใช้ในการกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้ตรงตามความต้องการและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

1.2 ผู้ประกอบการควรมีแผนงานในการส่งเสริมการตลาด ให้ครอบคลุมทุก กลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ราคาไม่แพงเกินกำลังการซื้อ และมีสถานที่จัดจำหน่ายที่สะดวกและง่ายในการซื้อสินค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะในมหาวิทยาลัยราชภัฏ เทพสตรีเท่านั้น และเพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในผู้ประกอบการสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรทำ การศึกษาให้ครอบคลุมไปตามจังหวัด ใหญ่ๆ ที่มีประชาชนหนาแน่น เพื่อพิจารณาถึงความแตกต่างหรือความเหมือนกันของพฤติกรรม การซื้อของประชาชนที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ซึ่ง ปัจจุบันได้รับความนิยมแพร่หลาย ในทุกวัยและทุกระดับ

2.2 การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะคนวัยทำงานที่มีอายุอยู่ ในช่วง 23-50 ปีเท่านั้น และเพื่อให้ผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถนำ ผลการวิจัยไปครอบคลุมถึงประชาชนทุกวัย เพื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมของประชาชนในแต่ละ วัย ว่ามีความชอบบริโภคที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร