

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ดังนี้

1. ความมุ่งหมายในการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์และการแปลความหมายข้อมูล
6. สรุปผล
7. อภิปรายผล
8. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ประชากรที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี แต่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่แน่นอน
2. เนื่องจากประชากรที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนจึงกำหนดขนาดตัวอย่างที่ 384 คน โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น และสุ่มตัวอย่างโดยแบบโควต้าตามอำเภอ และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (วัลลภ ล้ำพวย, 2547, หน้า 84)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ผู้บริโภครักษาที่อาศัยเขตจังหวัดลพบุรี จำนวน 1 ฉบับ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นแบบกำหนดให้เลือกตอบ (check list)

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรี โดยเป็นข้อคำถามปลายปิดประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยมีระดับมาตราส่วน 5 ระดับตามเกณฑ์ของธานินทร์ ศิลป์จารุ (2549, หน้า 76) ดังนี้

- 5 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด
- 4 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนมาก
- 3 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนปานกลาง
- 2 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนน้อย
- 1 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 384 ชุด ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอลงหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี ไปยังนายอำเภอแต่ละอำเภอ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยซึ่งเป็นประชากรในอำเภอต่างๆ ในจังหวัดลพบุรี
2. ผู้วิจัยแนะนำตัวต่อกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แนะนำวิธีตอบแบบสอบถาม แจกแบบสอบถามและรับคืนด้วยตนเอง

การวิเคราะห์และการแปลความหมายข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง โดยสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

1. ดำเนินการโดยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาตรวจสอบ ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. วิเคราะห์ข้อมูล นำโดยค่าสถิติดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage)

2.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภค โดยหาค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภค โดยใช้ค่าสถิติทดสอบที (t-test) และค่าสถิติทดสอบเอฟ (F- test)

สรุปผล

1. ผู้บริโภคที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด รองลงมาคืออายุ 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีสถานภาพ มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา มากที่สุด ประกอบอาชีพเป็นอาชีพรับจ้างมาก รองลงมาเป็นอาชีพค้าขาย /ธุรกิจส่วนตัว /เจ้าของกิจการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท มากที่สุด รองลงมาคือรายได้ 10,001 – 20,000

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมและทุกรายปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านป้ายฉลาก รองลงมาเป็นปัจจัยด้านตราผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร ตามลำดับ

สำหรับรายละเอียดในแต่ละรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกคือผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ปัจจัยด้านตราผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ

การตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกคือ มีการปรับเปลี่ยนสินค้ากรณีมีปัญหา ปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกคือรูปแบบของการบรรจุสินค้าแปลกใหม่ ปัจจัยด้านป้ายฉลากที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกคือป้ายฉลากมีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและวันหมดอายุ และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกคือ มีการแนะนำบอกต่อจากบุคคลอื่นๆ เช่น เพื่อน ญาติ

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภค โดยจำแนกตามสถานภาพ 6 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลดังนี้

3.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน แต่มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากปัจจัยด้านการบรรจุภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และจากปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3.2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากปัจจัยด้านตราผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมและทุกรายปัจจัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

3.4 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมและทุกรายปัจจัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

3.5 ผู้บริโภคที่อาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนจากปัจจัยด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และด้านข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

3.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าจากปัจจัยด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และด้านป้ายฉลากแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยมีหัวข้อในการอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ราคาถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน มีผลิตภัณฑ์หลายชนิด มีคำแนะนำสินค้า มีสินค้าจำหน่ายตลอดเวลา มีการรับประกันสินค้า และมีขนาดบรรจุหลายขนาดให้เลือก

1.2 ด้านตราผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ด้านตราผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งลักษณะของตราผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ประกอบด้วยสินค้ามีชื่อเสียง มีสถานที่ที่มีชื่อเสียงรับรองคุณภาพสินค้า และมีการปรับเปลี่ยนสินค้ากรณีมีปัญหา

1.3 ด้านการบรรจุภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ด้านการบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีประกอบด้วยรูปแบบของการบรรจุสินค้าแปลกใหม่ ภาชนะที่ใส่สินค้าสวยงาม และมีหลายขนาดให้เลือก

1.4 ด้านป้ายฉลาก พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ด้านป้ายฉลาก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งลักษณะของป้ายฉลาก ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีประกอบด้วย ป้ายฉลากมีวัน เดือน ปี ที่ผลิตและวันหมดอายุ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน และมีป้ายแนะนำวิธีการใช้สินค้า

1.5 ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ด้านข้อมูลข่าวสาร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งลักษณะของข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรีประกอบด้วย มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ มีป้ายโฆษณา มีผู้แนะนำสินค้าที่น่าเชื่อถือ มีการแนะนำบอกต่อจากบุคคลอื่นๆ เช่น เพื่อน ญาติ และมีการแจกเอกสารแนะนำคุณสมบัติของสินค้า

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี โดยจำแนกตามสถานภาพ 6 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามสถานภาพ

2.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน และไม่สอดคล้องกับธิดารัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า เพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และไม่สอดคล้องกับรัฐพล ภัทรดุรงค์พิทักษ์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์จากใยปอในฐานะเป็นวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษามันดอกแป้น ตำบลบ้านค้อ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า เพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากใยปอแตกต่างกัน

2.2 จำแนกตามอายุ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน แต่สอดคล้องกับธิดารัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า อายุมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับรัฐพล ภัทรดุรงค์พิทักษ์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใยปอในฐานะเป็นวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษามันดอกแป้น ตำบลบ้านค้อ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า อายุมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านสถานที่จัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน

2.3 จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และสอดคล้องกับธิดารัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า สถานภาพสมรสมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

2.4 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน และสอดคล้องกับธิดารัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน และสอดคล้องกับรัฐพล ภัทรดุรงค์พิทักษ์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใยปอในฐานะเป็นวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษามันดอกแป้น ตำบลบ้านค้อ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา และด้าน

สถานที่จัดจำหน่าย แตกต่างกัน

2.5 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับธิดารัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า อาชีพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา แตกต่างกัน และสอดคล้องกับรัฐพล ภัทรดุรงค์พิทักษ์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์จากใยปอในฐานะเป็นวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาบ้านดอกแป้น ตำบลบ้านค้อ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า อาชีพมีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

2.6 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับธิดารัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือของผู้บริโภคตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า รายได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุกด้าน และสอดคล้องกับรัฐพล ภัทรดุรงค์พิทักษ์ (2548, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์จากใยปอในฐานะเป็นวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาบ้านดอกแป้น ตำบลบ้านค้อ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า รายได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านคุณภาพการผลิต ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ พบว่า ในรายชื้อที่ว่า มีสินค้าจำหน่ายตลอดเวลา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น ผู้บริหารร้านวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี ควรผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

1.2 ด้านตราผลิตภัณฑ์ พบว่า ในรายชื้อที่ว่า สินค้ามีชื่อเสียง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น ผู้บริหารร้านวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี ควรมีการปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้มีชื่อเสียงยิ่งขึ้น

1.3 ด้านการบรรจุภัณฑ์ พบว่า ในรายชื้อที่ว่า ภาชนะที่ใส่สินค้าสวยงาม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น ผู้บริหารร้านวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี ควรมีการออกแบบภาชนะที่ใส่สินค้าให้มี

ความสวยงามยิ่งขึ้น

1.4 ป้ายฉลาก พบว่า ในรายชื่อที่ว่ามีป้ายแนะนำวิธีการใช้สินค้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้นผู้บริหารร้านวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี ควรมีการปรับปรุง/เพิ่มเติมป้ายแนะนำวิธีการใช้สินค้าให้มีรายละเอียดเพิ่มมากขึ้น

1.5 ด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า ในรายชื่อที่ว่ามีการแจกเอกสารแนะนำคุณสมบัติของสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ดังนั้น ผู้บริหารร้านวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี ควรมีการปรับปรุง/เพิ่มเติมป้ายหรือเอกสารแนะนำคุณสมบัติของสินค้าให้มีรายละเอียดเพิ่มมากขึ้น และหลากหลายรูปแบบ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการให้บริการร้านค้าวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดลพบุรี

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอื่นๆ

2.3 ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายในเชิงลึกมากขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต

2.4 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการให้บริการร้านค้าวิสาหกิจชุมชนกับชุมชนอื่นๆ

2.5 ควรศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของร้านค้าวิสาหกิจชุมชน