

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ คือ วัตถุประสงค์แรก เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และวัตถุประสงค์ที่สาม เพื่อประเมินความพึงพอใจในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังต่อไปนี้

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจากร้านปลีกในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่ ส่วนมากเป็นเพศชาย จำนวน 208 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.0 มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.2 อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.6 โดยเจ้าของบ้านหรือเจ้าของสิ่งก่อสร้างมีสถานะในการตัดสินใจในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ จำนวน 145 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.1 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.6

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ส่วนมากมีการเลือกซื้อเพื่อใช้ปูนซีเมนต์ยี่ห้อหรือตรา ตราช้าง, ตราเสือ (สินค้าของ บมจ. ปูนซีเมนต์ไทย) จำนวน 218 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.7 การเลือกซื้อปูนซีเมนต์ผสมเพื่อใช้งานก่อสร้าง ส่วนมากมีการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตราเสือ จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.2 การเลือกซื้อ ปูนซีเมนต์พอร์ตแลนด์เพื่อใช้งาน โครงสร้าง ส่วนมากมีการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตราช้าง จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.9 การเลือกซื้อ ปูนซีเมนต์ฉาบพิเศษเพื่อใช้งานฉาบ ส่วนมากมีการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ตราเสือพลัส จำนวน 166 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 การเลือกซื้อปูนซีเมนต์เพื่อใช้งานตกแต่ง ส่วนใหญ่เลือกซื้อปูนซีเมนต์ ตราเสือ จำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.6 เหตุผลในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้ปูนซีเมนต์คือ ตัวแทนจำหน่ายนำรายละเอียดคุณสมบัติมาให้ตัดสินใจ จำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.7 มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ โดยนำไปสร้างบ้านหรืออาคาร จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.8 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อปูนซีเมนต์ 1,000 – 5,000 บาท จำนวน 127 ราย

คิดเป็นร้อยละ 47.0 มีความถี่ในการซื้อปูนซีเมนต์ 2 - 10 ครั้งต่อปี จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.4 มีวิธีในการซื้อปูนซีเมนต์ คือซื้อที่ร้านค้า จำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.3 มีการชำระเงินในการซื้อปูนซีเมนต์ จ่ายเงินสด จำนวน 238 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.1 มูลค่างานที่กำลังก่อสร้างไม่เกิน 100,000 บาท จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.4

ผลการศึกษาอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยวิเคราะห์จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการวางขายสินค้า และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ลำดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพของปูนซีเมนต์ตรงตามที่ต้องการ ลำดับสองคือ ปัจจัยด้านการวางขายสินค้า ได้แก่ สามารถจัดซื้อสินค้าได้ง่าย ลำดับสามคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตมีการณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคจากค่าปฏิก แบ่งตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเลือกใช้ยี่ห้อหรือตราของปูนซีเมนต์ ให้ความสำคัญในทิศทางเดียวกันโดยมีระดับความสำคัญมากที่สุดต่อคุณภาพของปูนซีเมนต์ตรงตามที่ต้องการ พิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคจากค่าปฏิก แบ่งตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเลือกใช้ยี่ห้อหรือตราของปูนซีเมนต์ ให้ความสำคัญในทิศทางเดียวกันโดยมีระดับความสำคัญมากที่สุดต่อราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพที่เหมือนกัน พิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยการวางขายสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคจากค่าปฏิก แบ่งตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการเลือกใช้ยี่ห้อหรือตราของปูนซีเมนต์ ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อสามารถจัดซื้อได้ง่ายที่เหมือนกัน และพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคจากค่าปฏิก แบ่งตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญมากที่สุดต่อบริษัทผู้ผลิตมีกิจกรรมภาวะโลกร้อน (ลดการ CO2) กลุ่มที่รายได้เฉลี่ย 15,001- 45,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ และกลุ่มที่รายได้เฉลี่ยมากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อบริษัทผู้ผลิตมีการณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม และเมื่อแบ่งตามการเลือกใช้ยี่ห้อหรือตราของปูนซีเมนต์ ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญที่แตกต่างกันเช่นกัน ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้สินค้าของ บมจ. ปูนซีเมนต์ไทย ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อบริษัทผู้ผลิตมีการณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม กลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้สินค้าของ บมจ. ปูนซีเมนต์นครหลวง ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อด้านความช่วยเหลือข้อมูลการใช้

งานปูนซีเมนต์ และกลุ่มตัวอย่างที่เลือกใช้สินค้าของบริษัทอื่นๆ ให้ความสำคัญมากที่สุดต่อบริษัทผู้ผลิตมีกิจกรรมภาวะโลกร้อน (ฉลาก CO2)

ผลการศึกษาความพึงพอใจการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภค ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยวิเคราะห์จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการวางขายสินค้า และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มลูกค้าผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกมีความพึงพอใจมากที่สุดเป็น ลำดับหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพของปูนซีเมนต์ตรงตามที่ต้องการ ลำดับสอง คือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ ลำดับสาม คือ ราคาในการวางขายสินค้า ได้แก่ สามารถจัดซื้อได้ง่าย และลำดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตมีการมีส่วนร่วมในการดูแลสังคม ตามลำดับ

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.) ผลการศึกษาในส่วนพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อปูนซีเมนต์จากร้านค้าปลีก ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ส่วนมากลูกค้าจะทำการซื้อปูนซีเมนต์ประเภท งาน โครงสร้าง งานก่อ ฉาบ และตกแต่งภายใน ซึ่งเป็นสินค้าจาก บริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด โดยส่วนมากนั้น ลูกค้าจะนิยมมาซื้อปูนซีเมนต์ที่ร้านค้าด้วยตนเองดังนั้นทำเลที่ตั้งอยู่ในชุมชน และคมนาคมสะดวก

2.) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เหตุผลที่ทำการเลือกซื้อสินค้าเพราะว่าเชื่อมั่นในคุณภาพของการผลิต และสินค้าที่ผลิตออกมามีคุณภาพเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตควรจะเน้นเรื่องคุณภาพในการผลิตให้มีการเข้มงวดเรื่องคุณภาพและมีมาตรการ ในการตรวจสอบเกี่ยวกับคุณภาพเสมอเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการซื้อสินค้าของลูกค้า

3.) จากการศึกษาความพึงพอใจในการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ผู้ศึกษาขอเสนอแนะความคิดเห็นต่างๆที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 5 ปัจจัยดังต่อไปนี้

3.1) ด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ควรจะออกแบบให้มีความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์และไม่มีการรั่วของถุง ซึ่งจะสร้างความประทับใจในซื้อของลูกค้า ในด้านคุณภาพความสร้างความมั่นใจกับลูกค้าที่ซื้อ โดยการมีการตรวจสอบความแข็งแรงของงาน โครงสร้างหลังจากมีการใช้งาน จากผู้ผลิต



3.2) ด้านราคา การซื้อปูนซีเมนต์จะทำการเทียบราคากับคุณภาพ เนื่องจากในการสร้างสิ่งก่อสร้างจะสร้างความมั่นใจกับลูกค้า ดังนั้น ราคาของสินค้าจะต้องสะท้อนถึงคุณภาพสินค้าจึงทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ

3.3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายที่ร้านค้าปลีกจะไม่ค่อยเห็นพื้นที่การวางจัดจำหน่ายของสินค้า เพราะร้านปูนซีเมนต์จะเก็บไว้หลังร้านค้า ซึ่งสินค้าที่อยู่หน้าร้านเป็นวัสดุก่อร่าง สี และอุปกรณ์ต่างๆ ดังนั้นการคิดป้ายแสดง การขายสินค้าปูนซีเมนต์ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าผลิตภัณฑ์ปูนซีเมนต์แต่ละยี่ห้อแต่ละชนิดขายที่ร้านค้า

3.4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ เรื่องการมีส่วนลดและการแจกของแถม เพราะว่าบางครั้งลูกค้าก็ไม่ว่างรู้เรื่องของการส่งเสริมการขายสินค้า และการให้ข้อมูลจากตัวแทนจำหน่ายนำรายละเอียดมาแนะนำก็ทำให้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อปูนซีเมนต์ของลูกค้า

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.) การศึกษาครั้งนี้พบว่า ได้ทำการเลือกตัวอย่างของแบบสอบถามเฉพาะในเขต อำเภอเมืองลำปาง ซึ่งอาจจะเป็นพฤติกรรม ของคนกลุ่มหนึ่ง ที่ไม่ใช่ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างทั้งจังหวัด ดังนั้นควรเปรียบเทียบ อำเภอเมือง กับอำเภอในชนบท ในเรื่องของรายได้ อาจจะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าที่แตกต่างกันไป เพื่อให้บริษัท ได้ออกผลิตภัณฑ์ ได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคของลูกค้าที่อยู่ในเขตตัวเมืองและชนบท

2) การวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีอิทธิพล โดยใช้เครื่องมือทางสถิติชนิดอื่น เช่นการวิเคราะห์ความแปรปรวน Analysis of Variance หรือการวิเคราะห์ความถดถอย Regression Analysis