

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกิจกรรมทางการตลาดของสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 410 คน โดยการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิและทุติยภูมิ ผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนา ตลอดจนเป็นข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการดำเนินงานต่อไปในอนาคต

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/พนักงานในกำกับของรัฐบาล และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

จากการศึกษาพฤติกรรมซื้อสินค้าของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม โดยเข้าไปซื้อสินค้ามากกว่า 10 ครั้งต่อปี โดยในการซื้อแต่ละครั้งใช้จ่ายอยู่ที่ 500 – 1,000 บาท ในช่วง 16.31 – 20.00 น. ในการเข้าไปซื้อสินค้าใช้เวลานาน 31- 60 นาทีต่อครั้ง และปกติผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าที่ห้างสรรพสินค้า/ศูนย์การค้า

ระดับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

จากการศึกษาระดับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย สินค้า มีความหลากหลาย คุณภาพสินค้า ชื่อตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ เช่นถุง กล่อง และรูปลักษณ์ของสินค้า ปัจจัยด้านราคา ซึ่งประกอบด้วย ราคาสินค้า และการมีป้ายบอกราคาชัดเจน และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ความสวยงามของสถานที่ ความสะอาดของสถานที่ การจัดเรียงสินค้าภายในร้านเป็นระเบียบ หมวดยี่ห้อ การมีป้ายแนะนำสหกรณ์ ความเหมาะสมของช่วงเวลาเปิดให้บริการ การมีสถานที่จอดรถ และเรื่องทำเลที่ตั้งสะดวก โดยรวมผู้บริโภคมีความพึงพอใจมาก สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ การมีของแถมหรือของแจกตามเทศกาล ราคาต่อรองได้ การจัดงานแสดงสินค้า และการบริการหลังการขาย เช่น การคืน เปลี่ยน โดยรวมผู้บริโภคมีความพึงพอใจน้อย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค

จากการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ ปัจจัยเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า

ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องเพศ และอายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านราคา

พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องเพศ อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านราคา

ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการจัดจำหน่าย

พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาข้อมูลของสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด ตลอดจนการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการซื้อสินค้า ระดับความพึงพอใจ และการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อประโยชน์ต่อผู้บริโภค และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด ได้ดังนี้

1. สหกรณ์ฯ ควรมีการเน้นคุณภาพ นอกจากนั้นควรมีการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ในมีความหลากหลายครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนเรื่องบรรจุภัณฑ์ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่เด่นเป็นเอกลักษณ์
2. สหกรณ์ฯ ควรตั้งราคาอย่างยุติธรรมที่สุด นอกจากนั้นควรมีการตั้งราคาเพื่อดึงดูดโดยการกำหนดราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด กล่าวคือการลดราคาเพียงชั่วคราวเพื่อเพิ่มยอดขายระยะสั้น
3. สหกรณ์ฯ ควรเน้นในเรื่องความสะดวกสบายให้มากขึ้น เช่น มีป้ายบอกตำแหน่งของร้านอย่างชัดเจน บอกสถานที่จอดรถอย่างชัดเจน

4. สหกรณ์ฯ ควรมีการลดราคาสินค้า มีของแถมคู่กับสินค้าที่ซื้อ เช่น ซื้อผ้าไหมมีของแถมเป็นกระเป๋านาขนาดเล็กๆ และการจัดให้มีของที่ระลึกให้แก่ผู้บริโภคตามเทศกาล เช่น มีของที่ระลึกเป็นพวงกุญแจกะลามะพร้าวแกะสลัก โดยมีตราสัญลักษณ์ของสหกรณ์ฯ ติดอยู่ ซึ่งวิธีนี้นอกจากสร้างความประทับใจแล้วยังเป็นการประชาสัมพันธ์สหกรณ์ฯ อีกทางหนึ่ง และควรมีการประชาสัมพันธ์โดยการให้ข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นของจังหวัด ตลอดจนควรมีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อเป็นการแนะนำสหกรณ์ฯ ซึ่งวิธีดังกล่าวจะสามารถรักษาลูกค้าเดิม และสร้างลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นได้

5. สหกรณ์ฯ ควรมีการร่วมมือกับสถานศึกษาในจังหวัดในด้านการพัฒนาสินค้าประเภทนี้ โดยเน้นการออกแบบที่มีความทันสมัย และปรับปรุงเนื้อผ้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของสหกรณ์ศูนย์สินค้าเศรษฐกิจชุมชนอุบลราชธานี จำกัด” ซึ่งจากการสรุปผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไปดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสหกรณ์ฯ ในด้านความพึงพอใจ ดังนั้นควรมีการขยายการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อห้างสรรพสินค้าในจังหวัดด้วยเพื่อจะได้มีการศึกษาเปรียบเทียบต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ กับลูกค้าที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์