

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรี เป็นการศึกษาโดยวิธีการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่มีรายได้และเคยซื้อข้าวสารบรรจุถุง จำนวน 400 ราย ในจังหวัดเพชรบุรี โดย กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 และใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน และสุ่มตัวอย่างจากประชากรตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น สวนสาธารณะ ชุมชน หมู่บ้านจัดสรร ตลาดนัด เป็นต้น และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาในรูปสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบความแตกต่างของตัวแปร T-test และ F-test ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

ด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรี พบว่าจากลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.50 และร้อยละ 48.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 50 ปีขึ้นไป มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพรับจ้างทั่วไป โดยมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ประเภทที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป มีพฤติกรรมการซื้อข้าวสารบรรจุถุงโดยให้เหตุผลที่เลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงมากที่สุดในเรื่อง ความสะดวก เลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงชนิดข้าวสารธรรมดา ไม่เจาะจงยี่ห้อในการเลือกซื้อ ซึ่งยี่ห้อที่นิยมซื้อเป็นส่วนใหญ่ คือ ตราฉัตร มานูญครอง หงษ์ทอง และเบญจรงค์ โดยมีเหตุผลที่นิยมเลือกซื้อเพราะความสะดวก/หาซื้อง่าย ความสะอาด/ปลอดภัย และรสชาติ/บรรจุภัณฑ์ที่ดี/ราคาเหมาะสม ตามลำดับ โดยมีความถี่ในการซื้อข้าวสารบรรจุถุง 1-3 ตลับหัดต่อครั้ง โดยเฉลี่ยครั้งละ 1 ถุงเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงจากสถานที่จัดจำหน่ายที่ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร โดยมีการตัดสินใจซื้อด้วยตัวเองและสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรี พบว่าการให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญในเรื่องการสามารถหาซื้อได้ง่ายและมีจำหน่ายทั่วไป รองลงมาเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพความสมบูรณ์ของเมล็ดข้าวและความสะอาด ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญในเรื่องรา

คามีความเหมาะสมกับคุณภาพ และปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยสุดอยู่ในระดับปานกลาง คือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ

### อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรี ได้ศึกษาตามแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ในการอภิปรายผลครั้งนี้ ได้ทำการอภิปรายผลกับผลการศึกษาของ นฤมล อติเรกโชติกุล (2548) ที่ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในกรุงเทพมหานคร และนนทวัชร์ สัตโยภาส (2552) ได้ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง หรือสอดคล้องกันของพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภค

จากผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรีพบว่า พฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคให้เหตุผลในการเลือกซื้อที่ความสะดวกเป็นหลัก สถานที่ที่เลือกซื้อโดยมากจะเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงที่ไฮเปอร์มาเก็ต เช่น บิ๊กซี โลตัส แม็คโคร เนื่องจากเป็นสถานที่ที่สะดวกในการเดินทาง มีสินค้าหลากหลายในผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบเพื่อเลือกซื้อตามราคาความเหมาะสม เพราะข้าวสารเป็นสินค้าที่มีน้ำหนักและลักษณะคุณสมบัติของข้าวสารไม่มีความแตกต่างกัน จึงเป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ทำให้ไม่มีการเจาะจงยี่ห้อในการซื้อบริโภค ในด้านปริมาณความถี่ในการซื้อผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อที่ต่ำ เนื่องจากข้าวสารเป็นสินค้าที่บริโภคที่จำเป็นต่อร่างกาย ผู้บริโภคจะทำการซื้อสินค้าเพิ่มครั้งต่อไป เมื่อมีการบริโภคหมดแล้วจึงจะทำการซื้อเพิ่มหรือครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้การประเมินผล การเลือกใช้สอยผลิตภัณฑ์ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาหรือการศึกษาพฤติกรรมที่ตัดสินใจ และการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นนนทวัชร์ สัตโยภาส (2552) ได้ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กับผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นฤมล อติเรกโชติกุล (2548) ที่ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในกรุงเทพมหานคร

จากผลการศึกษาด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงของผู้บริโภคในจังหวัดเพชรบุรี พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงมากที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคสามารถเดินทางได้สะดวก

และสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ไม่ไกลกับที่พักออาศัย เนื่องจากข้าวเป็นสินค้าที่มีน้ำหนัก และด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความต้องการข้าวสารที่มีคุณภาพที่ได้มาตรฐานและความสะอาด รองลงมาด้านราคา ผู้บริโภคคำนึงถึงราคาสินค้าที่เหมาะสม เนื่องจากคุณสมบัติของข้าวที่ไม่แตกต่างกันจึงเป็นสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคนำมาเปรียบเทียบในการเลือกซื้อ และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญมากนักเนื่องจากข้าวสารเป็นสินค้าที่มีการบริโภคในชีวิตประจำวัน และคุณสมบัติที่เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งจะประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ กิจกรรม องค์การ หรือบุคคล ในการกำหนด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนราคา หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ดังนั้นผู้บริโภคนำมาเปรียบเทียบมูลค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์มีสูงกว่าราคา ก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น และการส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย เพื่อเป็นการให้ความรู้หรือเป็นการเตือนความจำของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดจะประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทวัชร สัตโยภาส (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กับผลการศึกษาของ นฤมล อติเรกโชติกุล (2548) ที่ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารบรรจุถุงในกรุงเทพมหานคร

### ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงในจังหวัดเพชรบุรี ได้มีข้อเสนอแนะทั้งด้านผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ประกอบการ และด้านผู้บริโภค ดังนี้

1. ผู้จัดจำหน่ายควรมีการจัดจำหน่ายสินค้าให้มีหลากหลายยี่ห้อ เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคหลายๆกลุ่มและให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการ เพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจของผู้บริโภค
2. ผู้จัดจำหน่ายควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่เพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกในการซื้อ เช่นการขายสาขาย่อย หรือการจัดจำหน่ายนอกสถานที่ตามแหล่งชุมชน เพื่อให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเดินทางหรือเป็นการเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภค
3. ผู้ประกอบการควรมีการคัดเลือกสินค้าที่ได้มาตรฐาน มีความสะอาด มีคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งควรมีราคาที่หลากหลายให้เลือกเพื่อเป็นตัวเลือกให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

4. ผู้ประกอบการรายใหม่ถ้าต้องการให้ประชาชนรู้จักตราสินค้าหรือยี่ห้อข้าวสารบรรจุถุง จำเป็นที่ต้องมีการโฆษณาเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในตราสินค้าหรือยี่ห้อ สื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ดีที่สุดคือ สื่อทางโทรทัศน์ เพราะปัจจุบันโทรทัศน์นับเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทุกครัวเรือนมีไว้เพื่อรับรู้ข่าวสารต่างๆ

5. ผู้บริโภคควรมีการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุง โดยให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบการเลือกซื้อ เนื่องจากข้าวสารเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้บริโภคควรคำนึงทางด้านราคาให้เหมาะสม

### ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารบรรจุถุงในแต่ละขนาด เพื่อให้ทราบถึงขนาดที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ต่อไป

2. ทำการศึกษาคำพินิจพอใจในคุณภาพของผู้บริโภคที่มีต่อข้าวสารบรรจุถุง เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภคเพื่อที่ผู้ประกอบการจะได้นำใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

3. ทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ที่ไม่ซื้อข้าวสารบรรจุถุง เพื่อให้ทราบปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว เพื่อให้ผู้ประกอบการหาช่องทางในการขยายตลาด

4. ทำการศึกษารับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับข้าวสารบรรจุถุง เพื่อสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค