

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) รวมทั้งสิ้น 500 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง มีจำนวนทั้งหมด 400 ราย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 274 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.5 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีจำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 มีสถานภาพสมรส จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง มีจำนวน 162 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.5 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท โดยมีจำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.5 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.25

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง มีจำนวนทั้งสิ้น 100 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีจำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.0 มีสถานภาพโสด จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.0 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.0 มีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง มีจำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 56

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง จำนวน 400 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 80.0 ส่วนใหญ่ซื้อผัก จำนวน 319 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.8 ทั้งซื้อเพื่อบริโภคเองและซื้อเพื่อเป็นของฝาก จำนวน 194 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.5 ความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.25 ปริมาณที่ซื้อ 1-2 ภาชนะบรรจุ (กล่อง/ห่อ/ถุง) จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.25 ซื้อในช่วงเวลา 14.01-17.00 น. จำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.50 วันที่ซื้อบ่อย คือวันศุกร์ จำนวน 166 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.5 สถานที่ซื้อบ่อยคือร้านโครงการหลวง คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 310 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.5 การตัดสินใจส่วนใหญ่ ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 258 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.5 เงินที่ซื้อในแต่ละครั้งน้อยกว่า 500 บาท จำนวน 256 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.2

ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit model) ด้วยเทคนิควิธีวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ marginal effects ผลการศึกษาได้ค่า log likelihood function เท่ากับ -124.3681 ค่า restricted log likelihood เท่ากับ -250.2012 ค่า Chi squared เท่ากับ 251.6663 ค่า McFadden R^2 เท่ากับ 0.50293 และค่าความถูกต้องของการทำนาย เท่ากับ 89.20% และปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวง ในจังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มตัวอย่างด้วยความเชื่อมั่น 99% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 1% ($\alpha = 0.01$) ได้แก่ โอกาสข้างหน้าคิดว่า จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงอีก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงมีการลดราคาสินค้าเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาเลือกซื้อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงแต่ละชนิดมีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงมีสัญลักษณ์ที่เชื่อถือได้ และได้รับรองมาตรฐาน HCCP, GMP, GAP รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ตามลำดับ ของกลุ่มตัวอย่างด้วยความเชื่อมั่น 95% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 5% ($\alpha = 0.05$) ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งร้านค้าไปมาสะดวก และป้ายชื่อ/ตราโครงการหลวง ปัจจัยด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการจัดร้านค้า ปัจจัยด้านป้ายบอกประเภทสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีที่จอดรถเพียงพอ ปลอดภัย และอาชีพ ตามลำดับ และของกลุ่มตัวอย่างด้วยความเชื่อมั่น 90% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 10% ($\alpha = 0.1$) ได้แก่ ปัจจัยด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านสินค้ามีครบทุกประเภทตามที่ต้องการ

ด้านปัญหาและอุปสรรค ในการยอมรับผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาและอุปสรรคด้านของผลิตภัณฑ์บางอย่าง หรือบางชนิดมีราคาแพงเกินไป น่าจะมีการปรับราคาให้เหมือนราคาตามท้องตลาด ปัญหาและอุปสรรคอีกด้านหนึ่งคือ ปริมาณสินค้าบางอย่างไม่เพียงพอต่อผู้บริโภคที่ต้องการ เช่น ผัก สลัดบาร์ ผลไม้ และผลิตภัณฑ์แปรรูป เป็นต้น ปัญหาและอุปสรรคอีกด้านหนึ่งคือ สถานที่จำหน่ายสินค้าตราโครงการหลวง มีจำนวนน้อยเกินไป ควรมีตามอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ และตามต่างจังหวัด ให้มากกว่านี้ เพื่อกระจายอำนาจซื้อให้มากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภค

- 1) โครงการหลวงควรมีการวางแผนการตลาดของผู้บริโภคให้มากขึ้น เนื่องจากลูกค้าของโครงการหลวงมีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อเป็นผลให้มีการขยายตลาดให้กว้างขวางมากขึ้นต่อไป
- 2) ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงควรมีหลาย ๆ ร้านตามสายเส้นทางหลัก เช่น แม่ริม สันทราย สันกำแพง สันทรายแม่โจ้ สันทรายสายเก่า ซึ่งจะสามารรถเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วถึงและมากขึ้น และตามต่างจังหวัดด้วย
- 3) ควรจัดให้มีผู้ที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าไม่รู้จัก และการนำไปใช้ประโยชน์
- 4) อยากให้ขายสินค้าราคาถูกให้กับลูกค้าระดับกลางถึงต่ำ เพื่อลูกค้าจะได้มีโอกาสรับประทานผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงมากยิ่งขึ้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

- 1) ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้บริโภคยอมรับในผลิตภัณฑ์ตราโครงการหลวงในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาคิดว่าควรมีการค้นคว้าอิสระทางด้าน เรื่อง ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ชนิดไหนของโครงการหลวงมากที่สุดสำหรับผู้บริโภค เพื่อจะได้รับทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ และเตรียมแผนการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น ๆ ได้ ซึ่งผู้ศึกษามีได้นำมารวมไว้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการศึกษามากยิ่งขึ้น
- 2) ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการสรุปผลการศึกษาเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญมากสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้ในการวางแผนในการดำเนินงานทางการตลาด ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น
- 3) ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังเขตจังหวัดอื่น ๆ ในภาคเหนือ และตัวอย่างที่จังหวัดกรุงเทพฯ เพื่อที่จะได้ผลการศึกษาหลากหลาย ที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้