

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแว่นตาจากร้านค้าแห่งหนึ่งในห้างสรรพสินค้าของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) รวมทั้งสิ้น 500 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อแว่นตาจากร้านค้าแห่งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 167 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 58.2 อยู่ในช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 125 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 43.6 โดยมีสถานภาพโสดจำนวน 157 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 54.7 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 87 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 30.3 มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 90 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 31.4 มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 192 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 66.9

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกแว่นสายตากร้านค้าแห่งนี้ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 107 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 50.2 อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 94 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 44.1 โดยมีสถานภาพ โสดจำนวน 130 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 61.0 มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา จำนวน 67 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 31.5 มีรายได้ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 78 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 36.6 มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 145 รายหรือแสดงเป็นร้อยละ 68.1

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่าพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะซื้อแว่นเนื่องจากมีปัญหาทางสายตา จำนวน 256 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 89.2 รองลงมาคือ ซื้อเนื่องมาจากแว่นตาอันเก่าชำรุด จำนวน 190 ราย หรือแสดงเป็นร้อยละ 66.2 ซื้อแว่นสายตาเนื่องมาจากแว่นตาอันเก่ามองเห็นไม่ชัด จำนวน 133 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 46.3 ซื้อแว่นสายตาเพื่อความสวยงาม จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8 และซื้อแว่นสายตาเนื่องจากชอบรูปทรงหรือยี่ห้อของแว่นตารุ่นใหม่ จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ

ส่วนพฤติกรรมด้านความถี่ในการซื้อแว่นตาจากร้านค้าแห่งนี้ส่วนใหญ่มีการซื้อแว่นตาน้อยกว่า1ครั้ง/ปี โดยมีจำนวน 250 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.1 รองลงมาคือ ซื้อ มากกว่า1ครั้ง/ปี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 และ อื่นๆ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.3

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแว่นตาจากร้านค้าแห่งหนึ่งในห้างสรรพสินค้า อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ด้วยแบบจำลองโลจิต (Logit model) ด้วยเทคนิควิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ marginal effects ผลการศึกษาได้ค่า McFadden  $R^2$  เท่ากับ 0.20192 ค่าความถูกต้องของการทำนายเท่ากับ 73.4% และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแว่นสายตากร้านค้าแห่งหนึ่งในห้างสรรพสินค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงความเชื่อมั่น 99% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 1% ( $\alpha = 0.01$ ) ได้แก่ ปัจจัยด้านอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมาตรฐานในการตรวจวัดสายตา รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการดูแลลูกค้าหลังการขาย ปัจจัยด้านเงินผ่อน ปัจจัยด้านบริการหน่วยรถเคลื่อนที่ ปัจจัยด้านกลยุทธ์การแจกของแถม และปัจจัยด้านรายได้ ตามลำดับด้วยความเชื่อมั่น 95% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 5% ( $\alpha = 0.05$ ) ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงานมีความรู้ความชำนาญโดยตรง รองลงมาคือ ปัจจัยด้านรูปทรงที่ทันสมัยของแว่นตา และ ปัจจัยด้านระยะเวลาที่ลูกค้าต้องรอในการประกอบแว่นตามลำดับ และ ด้วยความเชื่อมั่น 90% หรือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 10% ( $\alpha = 0.1$ ) ได้แก่ ปัจจัยด้านความหลากหลายของกรอบแว่นในร้านค้า รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์ที่ดีของแว่นตามลำดับ

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการแว่นสายตากร้านค้าแห่งหนึ่งในห้างสรรพสินค้า อ.เมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาคิดว่าควรจะมีการค้นคว้าอิสระทางด้านเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการจากร้านค้าแห่งนี้ เพื่อที่จะได้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้ศึกษามีได้นำมารวมไว้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเกี่ยวเรื่องที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการศึกษามากยิ่งขึ้น

5.2.2 ควรมีการขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังเขตจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือ เพื่อที่จะได้ผลการศึกษาที่หลากหลาย ที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้

5.2.3 ปัจจัยต่างๆที่ได้จากการสรุปผลการศึกษาเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญมากสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในวางแผนในการดำเนินงานทางการตลาด ปรับปรุงธุรกิจแว่นตาให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

5.2.4 จากการศึกษาครั้งนี้สามารถนำข้อมูลต่างๆที่ได้ทำการศึกษาสามารถนำไปใช้ในการทำธุรกิจต่อยอดและขยายอุตสาหกรรมได้ในโอกาสต่อไป