

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ของการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียนของนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 278 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.2 มีอายุอยู่ในช่วง 18 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.0 โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.2 ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 50.7 เป็นนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ คิดเป็นร้อยละ 43.2 โดยส่วนใหญ่ศึกษาในสาขาวิชาสถาปัตยกรรม คิดเป็นร้อยละ 59.4 มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 48.6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องเขียน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออุปกรณ์เขียนแบบ คิดเป็นร้อยละ 64.0 โดยมีการเลือกเฉพาะยี่ห้อที่ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 56.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียน โดยเจาะจงเลือกเฉพาะยี่ห้อที่ต้องการ รู้จักตราหือของอุปกรณ์เขียนแบบดังนี้ ปากกาเขียนแบบ รู้จักยี่ห้อรอตริงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 99.4 กระดาษไขเขียนแบบ รู้จักยี่ห้อ Master Art มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.8 วงเวียนเขียนแบบ รู้จักยี่ห้อรอตริงและสเตทเลอร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.8 เท่ากัน ไม้เกลารู้จักยี่ห้อรอตริงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.3 ไม้ที่สไลด์ รู้จักยี่ห้อ Mastex มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.2 ไม้ฉากปรับมุม รู้จักยี่ห้อสเตทเลอร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.9 ไม้ฉากสามเหลี่ยม รู้จักยี่ห้อ

รอตริงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.3 และเทมเพลตอักษร รู้จักยี่ห้อสเตทเลอร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.4

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักยี่ห้อของอุปกรณ์เขียนแบบมีลักษณะการใช้อุปกรณ์เขียนแบบยี่ห้อต่าง ๆ ดังนี้

ปากกาเขียนแบบยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ รอตริง คิดเป็นร้อยละ 57.3 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ เฟเบอร์คาสเทล คิดเป็นร้อยละ 42.1 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ เฟเบอร์คาสเทล คิดเป็นร้อยละ 30.9

กระดาษไขเขียนแบบยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ Gateway คิดเป็นร้อยละ 44.8 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ ตราม้า คิดเป็นร้อยละ 48.3 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ Shil คิดเป็นร้อยละ 56.9

วงเวียนเขียนแบบยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ รอตริง คิดเป็นร้อยละ 35.9 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ สเตทเลอร์ คิดเป็นร้อยละ 37.3 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ อินคา คิดเป็นร้อยละ 82.6

ไม้เกลี่ยยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ รอตริง คิดเป็นร้อยละ 36.9 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ พีรามิด คิดเป็นร้อยละ 34.3 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ อินคา คิดเป็นร้อยละ 81.5

ไม้ทิสไลด์ยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ Mastex คิดเป็นร้อยละ 57.9 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ ฟามิง โก้ คิดเป็นร้อยละ 28.1 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ ฟามิง โก้ คิดเป็นร้อยละ 64.0

ไม้ฉากปรับมุมยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ พีรามิด คิดเป็นร้อยละ 35.6 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ สเตทเลอร์ คิดเป็นร้อยละ 32.7 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ ยูนิค คิดเป็นร้อยละ 79.4

ไม้ฉากสามเหลี่ยมยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ รอตริง คิดเป็นร้อยละ 30.2 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ รอตริง คิดเป็นร้อยละ 28.9 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ อินคา คิดเป็นร้อยละ 80.6

เทมเพลตอักษรยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ มาสเท็กซ์ คิดเป็นร้อยละ 31.0 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ สเตทเลอร์ คิดเป็นร้อยละ 30.1 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ อินคา คิดเป็นร้อยละ 78.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียน โดยเจาะจงเลือกเฉพาะยี่ห้อที่ต้องการ รู้จักตรายี่ห้อของอุปกรณ์วาดภาพและอุปกรณ์การพิมพ์ดังนี้ พู่กัน รู้จักยี่ห้อ มาสเตอร์อาร์ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.7 สีน้ำ รู้จักยี่ห้อ Winsor มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.5 สีน้ำมัน รู้จักยี่ห้อ Winsor มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.6 สีอะคริลิก รู้จักยี่ห้อ Winsor มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.3 ดินสอเขียนแบบ รู้จักยี่ห้อสเตทเลอร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0 กระดาษวาดเขียน 100 ปอนด์พิเศษ รู้จักยี่ห้อแคนสันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.9

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักยี่ห้อของอุปกรณ์วาดภาพและอุปกรณ์การพิมพ์ที่มีลักษณะการใช้อุปกรณ์วาดภาพและอุปกรณ์การพิมพ์ยี่ห้อต่าง ๆ ดังนี้

พู่กันยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ สง่ามะยู่ระ คิดเป็นร้อยละ 61.6 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ มาสเตอร์อาร์ต คิดเป็นร้อยละ 28.2 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ รูเบนส์ คิดเป็นร้อยละ 58.5

สีน้ำยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ Winsor คิดเป็นร้อยละ 59.1 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ Vangoah คิดเป็นร้อยละ 29.7 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ Vangoah คิดเป็นร้อยละ 60.0

สีน้ำมันยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ Winsor คิดเป็นร้อยละ 30.5 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ หัวม้า (จินแดง) คิดเป็นร้อยละ 20.8 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ Rowney คิดเป็นร้อยละ 79.4

สีอะคริลิกยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ Winsor คิดเป็นร้อยละ 21.5 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ Winsor คิดเป็นร้อยละ 21.5 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ ไฮปร้า คิดเป็นร้อยละ 81.4

ดินสอเขียนแบบยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ สเตทเลอร์ คิดเป็นร้อยละ 73.4 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ มาสเตอร์อาร์ต คิดเป็นร้อยละ 30.8 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ มาสเตอร์อาร์ต คิดเป็นร้อยละ 39.1

กระดาษวาดเขียน 100 ปอนด์พิเศษยี่ห้อที่ใช้เป็นประจำมากที่สุดคือ แคนสัน คิดเป็นร้อยละ 64.0 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ ฟาบริโน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ ฟาบริโน คิดเป็นร้อยละ 42.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียน โดยเฉพาะยี่ห้อที่ต้องการ รู้จักตรายี่ห้อของอุปกรณ์การพิมพ์และซิลค์สกรีนดังนี้ สีพิมพ์สกรีน รู้จักยี่ห้อวินสันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.1 โดยมีการใช้ยี่ห้อวินสัน เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.3 ยี่ห้อที่เคยใช้เป็นบางครั้งคือ วินสัน คิดเป็นร้อยละ 20.6 และยี่ห้อที่ไม่เคยใช้คือ ไชยบูลย์ คิดเป็นร้อยละ 76.0

เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในการเลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียน คือ การเลือกสินค้าที่มีคุณภาพดี ส่วนเหตุผลด้านการมีจำหน่ายทั่วไปหาซื้อง่าย เหตุผลอื่น ๆ เช่น การซื้อตามใจชอบ หรือขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ราคาถูก มีบุคคลที่รู้จักแนะนำ มีการลด แลก แจก แถม ตรายี่ห้อของสินค้า โฆษณาที่น่าสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าราคาของอุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียน ส่วนใหญ่มีราคาแพง ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์เขียนแบบ อุปกรณ์วาดภาพและอุปกรณ์การพิมพ์ อุปกรณ์การพิมพ์และซิลค์สกรีน ส่วนอุปกรณ์การปั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียน 100 – 300 บาท เฉลี่ยต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.7 และซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเพื่อประกอบการเรียน คิดเป็นร้อยละ 72.9 ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 54.6 สำหรับผู้ที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 18.7 โดยความถี่ในการซื้อนั้นไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 62.9 ส่วนใหญ่มีการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียนจากร้านประจำ 2 – 3 ร้าน โดยเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 65.5 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านจำหน่ายเครื่องเขียนเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 61.2 และซื้อจากห้างสรรพสินค้าเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.1 แต่ไม่เคยซื้อจากร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 56.5

ปัจจัยในการเลือกสถานที่เพื่อซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียนที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง มียี่ห้อที่ต้องการเสมอ ราคาถูกกว่าซื้อจากแหล่งอื่น สถานที่สะดวก (ใกล้บ้าน ใกล้สถาบันการศึกษา) มีสินค้าอื่นให้เลือกซื้อด้วย มีพนักงานขายคอยบริการและอภัยค้ำคิ สถานที่จอดรถง่าย เปรียบเทียบการส่งเสริมการตลาดของสถานที่นั้น และสถานที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก (มีเครื่องปรับอากาศ มีร้านอาหาร) ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียนจากคำแนะนำจากบุคคลที่รู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.9 ซึ่งข่าวสารข้อมูลดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะที่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 75.5

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการหลังการขายในส่วนของ การเปลี่ยนสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.2 สำหรับปัญหาในการใช้บริการหลังการขายที่พบมากที่สุดคือ การเปลี่ยนสินค้าไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 44.3

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องเขียน

ตารางที่ 33 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และการแปลผลของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องเขียน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	2.42	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.13	มาก
ด้านราคา	2.11	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	2.06	มาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องเขียน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ราคา และการจัดจำหน่าย ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่ดี ให้มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ ความรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ผู้จำหน่ายมีความรู้และสามารถแนะนำสินค้าได้ ผู้จำหน่ายมีอริยาศยดี สุภาพ ผู้จำหน่ายรู้จักสินค้าดี สามารถแนะนำได้ มีส่วนลดพิเศษให้ลูกค้า มีบริการหลังการขาย เช่น บริการส่งสินค้า รับคืนสินค้าและเปลี่ยนสินค้า การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่สวยงามและโดดเด่น การจัดทำแคตตาล็อกสินค้าให้ลูกค้าเลือกชม มีแคตตาล็อกสินค้าแจกลูกค้า และมีการแจกของกำนัลในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาตามคุณภาพของสินค้า ให้มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ราคาสามารถต่อรองได้ และราคาถูก โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การสามารถเลือกชมสินค้าได้เอง ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่กว้างขวาง สะอาด ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน มีที่จอดรถและไปมาสะดวก และตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ตามลำดับ

การอภิปรายผลการศึกษา

การอภิปรายผลการศึกษาได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การอภิปรายผลการศึกษาตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

(Analyzing Consumer Behavior)

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษาตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix)

ส่วนที่ 1 การอภิปรายผลการศึกษาตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ได้มีการตั้งคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค ออกเป็น 7 ประการ ซึ่งเมื่อแยกอภิปรายในแต่ละส่วนจะได้รายละเอียดดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)

เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 18 - 20 ปี รายได้ต่อเดือนสูงกว่า 3,000 บาท มีการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ สาขาวิชาสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการใช้อุปกรณ์เครื่องเขียนมากที่สุด

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออุปกรณ์เขียนแบบ เช่น ปากกาเขียนแบบ กระดาษไขเขียนแบบ และวงเวียนเขียนแบบ โดยมีการเลือกเฉพาะยี่ห้อที่ต้องการ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี มีเพียงส่วนน้อยที่ซื้อโดยไม่เจาะจงยี่ห้อ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนเพื่อประกอบการเรียนเป็นเหตุผลหลัก สำหรับเหตุผลรองลงมาคือ ใช้ในการทำงานเพื่อหารายได้ โดยในการซื้อแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 100 – 300 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดว่า ราคาของอุปกรณ์เขียนแบบ อุปกรณ์วาดภาพ และอุปกรณ์การพิมพ์ อุปกรณ์การพิมพ์และซิลค์สกรีนยังมีราคาแพง

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนด้วยตนเอง และถ้าพิจารณาผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่สำคัญคือ เพื่อน รองลงมาคือ อาจารย์

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียนที่ไม่แน่นอน แต่ส่วนหนึ่งที่มีความถี่ในการซื้อที่แน่นอนจะซื้ออาทิตย์ละ 1 - 3 ครั้ง

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนจากร้านประจำ 2 – 3 ร้าน โดยเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ นอกจากนี้การศึกษายังพบว่ามี การซื้อจากร้านจำหน่ายเครื่องเขียนเป็นประจำ และซื้อจากห้างสรรพสินค้า ร้านจำหน่ายหนังสือ ร้านค้าสหกรณ์และสโมสรนักศึกษาภายในสถาบันการศึกษาเป็นบางครั้ง โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อบ้างจึยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เพื่อซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนคือ สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง มีชื้อที่ที่ต้องการเสมอ ราคาถูกกว่าซื้อจากแหล่งอื่น สถานที่สะดวก (ใกล้บ้าน ใกล้สถานับการศึกษา) มีสินค้าอื่นให้เลือกซื้อด้วย มีพนักงานขายคอยบริการและอัธยาศัยดี สถานที่จอดรถง่าย เปรียบเทียบการส่งเสริมการตลาดของสถานที่นั้น สถานที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีเครื่องปรับอากาศ มีร้านอาหาร ตามลำดับ

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงขั้นตอน ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่าข่าวสารข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารข้อมูลจากคำแนะนำของบุคคลที่รู้จัก และเมื่อผู้ตอบ

แบบสอบถามซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนแล้ว ส่วนใหญ่จะเคยใช้บริการหลังการขายในส่วนของการเปลี่ยนสินค้า และส่วนใหญ่พบว่าปัญหาในการใช้บริการหลังการขายคือ การเปลี่ยนสินค้าไม่ได้

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษิตตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจเสนอขายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือ ไม่มีตัวตนก็ได้ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ คุณภาพของสินค้า สำหรับปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากคือ สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ ความหลากหลายของยี่ห้อ และความรวดเร็วในการให้บริการ ซึ่งปัจจัยทั้งหมดถือว่าเป็นคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

2. ปัจจัยด้านราคา (Price)

ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ สินค้ามีราคาตรงตามคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่ว่าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากคือ การมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ราคาสามารถต่อรองได้ และการที่ราคาถูกโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

การจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การที่สามารถเลือกชมสินค้าในร้านได้เอง สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากคือ สถานที่กว้างขวาง สะอาด ชื่อดี และความน่าเชื่อถือของร้าน มีที่จอดรถและไปมาสะดวก และตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ในทุกปัจจัยย่อย ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้จำหน่ายมีความรู้สามารถแนะนำสินค้าได้ อธิบายข้อดี รูปภาพ ผู้จำหน่ายรู้จักสินค้าดี มีส่วนลดพิเศษให้ลูกค้า มีบริการหลังการขาย การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่สวยงามและโดดเด่น การจัดทำแคตตาล็อกสินค้าให้ลูกค้าเลือกชม และแจกให้กับลูกค้า และมีการแจกของกำนัลในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ตามลำดับ

ข้อค้นพบ

ด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 56.8 มีการเลือกซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนแบบเจาะจงยี่ห้อ โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อเหตุผลที่ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี และอุปกรณ์เครื่องเขียนที่ซื้อเป็นส่วนใหญ่คือ อุปกรณ์เขียนแบบ
2. ความถี่ในการซื้อสินค้าพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียนที่ไม่แน่นอน และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อ โดยเฉลี่ยครั้งละ 100 – 300 บาท
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนมาเพื่อประกอบการเรียน และเป็นการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง
4. สถานที่ที่นิยมซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนประกอบการเรียนมากที่สุดคือ ร้านจำหน่ายเครื่องเขียน โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีร้านประจำอยู่ 2 – 3 ร้าน โดยในการซื้อจะทำการเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของสินค้า และในการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียนนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรกกับการที่สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง รองลงมาคือ การมียี่ห้อที่ต้องการ ราคาถูกกว่าร้านอื่น สถานที่สะดวก (ใกล้บ้าน ใกล้สถาบันการศึกษา) มีสินค้าอื่นให้เลือกซื้อด้วย พนักงานขายมีอัธยาศัยดี สถานที่จอดรถสะดวก การเปรียบเทียบการส่งเสริมการตลาดของสถานที่นั้น และสถานที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีเครื่องปรับอากาศ มีร้านอาหาร ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียนจากบุคคลที่รู้จัก ซึ่งข้อมูลที่ได้รับมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามถึงร้อยละ 75.5

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการหลังการขายมักจะใช้บริการในส่วนของการเปลี่ยนสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือ บริการส่งสินค้า ซึ่งในการใช้บริการหลังการขายดังกล่าวผู้ตอบแบบสอบถามประสบปัญหาในการเปลี่ยนสินค้าไม่ได้มากที่สุด

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องเขียนของนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย มีความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งสามารถเรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย เมื่อแยกพิจารณาในรายละเอียดพบว่า

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่ดี ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามความต้องการ สินค้ามีหลากหลายยี่ห้อ และความรวดเร็วในการให้บริการ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้จำหน่ายมีความรู้และสามารถแนะนำสินค้าได้ มีอรรถยาศัยดี สุภาพ รู้จักสินค้าดี สามารถแนะนำสินค้าได้ มีส่วนลดพิเศษให้ลูกค้า มีบริการหลังการขาย เช่น บริการส่งสินค้า รับคืนสินค้า และเปลี่ยนสินค้า การจัดแสดงสินค้าด้านหน้าและภายในร้านที่สวยงามและโดดเด่น การจัดทำแคตตาล็อกสินค้าให้ลูกค้าเลือกชม มีแคตตาล็อกสินค้าแจกลูกค้า และมีการแจกของกำนัลในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาตามคุณภาพของสินค้า และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การมีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ราคาสามารถต่อรองได้ และราคาถูกโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การสามารถเลือกชมสินค้าได้เอง และปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่กว้างขวาง สะอาด ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน มีที่จอดรถและไปมาสะดวก และตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษามาใช้เป็นข้อมูลเพื่อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องเขียน ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก ในการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องเขียนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะในเรื่องคุณภาพที่ดีของสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าที่จะนำมาจำหน่ายในร้าน ไม่ควรมีสินค้าที่เก่า หรือสินค้าที่เสื่อมคุณภาพ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นนักศึกษา ที่ศึกษาในสาขาทางศิลปะที่ต้องใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพเพื่อประกอบการเรียน เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ ดังนั้นจึงต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดี

นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า การมีสินค้าหลากหลายรูปแบบ หลากหลายยี่ห้อ และการให้บริการที่รวดเร็ว เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าจำหน่ายเครื่องเขียนควรมีการสั่งซื้อสินค้าให้มีความหลากหลายทั้งรูปแบบและยี่ห้อ เพื่อให้ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อ เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และควรบริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

เนื่องจากสินค้าในร้านจำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียนแต่ละแห่ง ส่วนใหญ่จะมีความคล้ายคลึงกัน เนื่องจากต้องสั่งซื้อสินค้าของแต่ละยี่ห้อเข้ามาวางจำหน่ายในร้านเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงควรสร้างความแตกต่างในด้านการให้บริการที่รวดเร็ว และถูกต้องตรงตามความต้องการของลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. ด้านราคา (Price)

เนื่องจากปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการที่สินค้ามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าจำหน่ายเครื่องเขียนควรมีการตั้งราคาขายที่ไม่สูงมากนัก ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าแต่ละระดับ และต้องมีการตั้งราคาสินค้าให้ใกล้เคียงกับคู่แข่ง และเนื่องจากระดับราคาของเครื่องเขียนของแต่ละร้านมักจะไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก จึงอาจมุ่งเน้นไปที่การใช้กลยุทธ์ราคาอื่น ๆ เช่น การให้ส่วนลด การสะสมยอดซื้อ หรือการตั้งราคาให้ต่ำกว่าปกติเป็นพิเศษใน

เทศกาลต่าง ๆ เช่นเทศกาลเปิดเทอม เพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อสินค้าในช่วงเวลานั้น ๆ เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้าจากร้านประจำ 2 – 3 ร้าน โดยเปรียบเทียบราคาและคุณภาพ นอกจากนี้ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การมีป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน ดังนั้นเพื่อความสะดวกของลูกค้า ร้านจำหน่ายเครื่องเขียน ควรมีการติดป้ายแสดงราคาสินค้าให้ลูกค้ามองเห็นได้อย่างชัดเจน

3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

การจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งในการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการที่สามารถเลือกชมสินค้าในร้าน ได้เองในระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องเขียนควรมีการจัดวางสินค้าในร้าน ให้เป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกชม และให้ลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้าได้เอง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับความสะอาดและความกว้างขวางของร้าน ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน สถานที่จอดรถสะดวก และตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ซึ่งถ้าเป็นร้านที่เปิดดำเนินการแล้ว อาจมีการแก้ไขปรับปรุง ได้ยากในส่วนของความกว้างขวาง สถานที่จอดรถ และสถานที่ตั้ง แต่สิ่งที่ทำได้คือ การจัดร้านให้สะอาด เป็นระเบียบนำเข้าไปเลือกชมสินค้า และอาจมีการจัดสถานที่จอดรถส่วนหนึ่งสำหรับลูกค้าของร้าน และควรรักษาชื่อเสียงที่ดีและความน่าเชื่อถือของร้านไว้ให้นาน เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารข้อมูลของสถานที่จำหน่ายอุปกรณ์เครื่องเขียนจากบุคคลที่รู้จักและข่าวสารข้อมูลที่ได้รับนั้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านจำหน่ายเครื่องเขียนต่าง ๆ สำหรับร้านที่จะเปิดดำเนินการใหม่ ควรมีการวางแผนในการเลือกทำเลที่ตั้งให้เหมาะสม โดยควรตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ถ้าตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าก็จะดี สามารถเดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถสำหรับลูกค้า สถานที่สะอาด กว้างขวาง สามารถจัดวางสินค้าได้หมดทุกประเภทให้เป็นระเบียบเรียบร้อย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับผู้จำหน่ายที่จะต้องมีความรู้ สามารถแนะนำสินค้าได้ อธิบายดี สุภาพ และรู้จักสินค้าเป็นอย่างดี ดังนั้นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องเขียนควรมีการให้ความสำคัญกับพนักงานขายหน้าร้าน โดยอาจจะจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานขายเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้า ชนิดและยี่ห้อต่าง ๆ ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี และสร้างจิตสำนึกให้พนักงานขายมีใจรักในการให้บริการ มีความอดทน ยิ้มแย้มแจ่มใส และเต็มใจให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

นอกจากนี้การจัดให้มีส่วนลดพิเศษให้กับลูกค้า หรือการให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกของร้านก็เป็นสิ่งสำคัญในการจูงใจให้ลูกค้ามาซื้อสินค้ารวมทั้งการให้บริการหลังการขายที่ดีกับลูกค้าด้วย เช่น การบริการส่งสินค้า การรับคืนสินค้า และการเปลี่ยนสินค้าเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ เพราะจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการหลังการขายในส่วนของ การเปลี่ยนสินค้ามากที่สุด และปัญหาสำคัญที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการหลังการขายมากที่สุดก็คือ ปัญหาในการเปลี่ยนสินค้าไม่ได้ ซึ่งหากสินค้าที่ลูกค้าซื้อไปมีปัญหาหรือไม่มีคุณภาพ และลูกค้าไม่สามารถเปลี่ยนได้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ และอาจไม่กลับมาซื้อสินค้าที่ร้านอีก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายเครื่องเขียนควรเน้นในเรื่องของการบริการหลังการขายให้มากด้วย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า