

## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, LSD ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 อายุ 41 – 55 ปี มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 สถานภาพโสด มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 อาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รายได้ต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2

2. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสิ่งกระตุ้นทาง การตลาดในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ คือ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 ส่วนสำคัญของเครื่องปรับอากาศ คือ คุณภาพของสินค้า มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ซื้อเครื่องปรับอากาศในราคา 15,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 ประโยชน์ในการซื้อเครื่องปรับอากาศ คือ ต้องการความเย็นสบาย มีจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 ซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านที่จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า มีจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 ซื้อเครื่องปรับอากาศยี่ห้อมิตซูบิชิ (Mitsubishi) มีจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 ข้อมูลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ คือ หนังสือพิมพ์ วารสาร สื่อโฆษณาต่างๆ มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 ใช้เครื่องปรับอากาศประเภทชนิดติดตั้งแขวนใต้ฝ้าเพดาน มีจำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 ซื้อเครื่องปรับอากาศในช่วงฤดูร้อน มีจำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศทุกๆ ด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านสถานที่

4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

5. การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ พบว่า ด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ด้านราคาเครื่องปรับอากาศ ด้านประโยชน์ของการซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านแหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านยี่ห้อของเครื่องปรับอากาศ ด้านข้อมูลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านประเภทของเครื่องปรับอากาศ และด้านช่วงเวลาในการซื้อเครื่องปรับอากาศที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

กลุ่มตัวอย่างเพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์ และยี่ห้อเครื่องปรับอากาศ

กลุ่มตัวอย่างอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ราคาเครื่องปรับอากาศพร้อมค่าติดตั้ง ประโยชน์ของเครื่องปรับอากาศ แหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ ยี่ห้อเครื่องปรับอากาศ และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ

กลุ่มตัวอย่างสภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ราคาเครื่องปรับอากาศพร้อมค่าติดตั้ง แหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ และฤดูกาลที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ

กลุ่มตัวอย่างระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในด้านราคาเครื่องปรับอากาศพร้อมค่าติดตั้ง ประโยชน์ของเครื่องปรับอากาศ แหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ และฤดูกาลที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ

กลุ่มตัวอย่างอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในด้านราคาเครื่องปรับอากาศพร้อมค่าติดตั้ง ประโยชน์ของเครื่องปรับอากาศ ยี่ห้อเครื่องปรับอากาศ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ ประเภทเครื่องปรับอากาศ และฤดูกาลที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ

กลุ่มตัวอย่างรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ราคาเครื่องปรับอากาศพร้อมค่าติดตั้ง แหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ และยี่ห้อเครื่องปรับอากาศ

### อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ทุกๆ ด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังต่อไปนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านสถานที่ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างทุกๆ กลุ่มให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นยี่ห้อ คุณภาพ รวมถึงการบริการด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เสาวนีย์ เคลือบมณี (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในภาพรวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศอยู่ในระดับมาก

1.2 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านราคา โดยส่วนใหญ่จะเน้นราคาที่มีความยุติธรรมและเหมาะสมกับคุณภาพของเครื่องปรับอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปาริชาติ สุภา (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อเครื่องปรับอากาศสำหรับใช้ในบ้านพักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อเครื่องปรับอากาศ พบว่า สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อเครื่องปรับอากาศ คือ ด้านราคา และด้านอื่นๆตามลำดับ

1.3 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับสถานที่ในการจำหน่าย เพื่อความสะดวกของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เสาวนีย์ เคลือบมณี (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา”

ผลการศึกษาพบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในภาพรวมโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศอยู่ในระดับมาก

1.4 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างทุกๆ กลุ่มให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด เช่น มีการบริการหลังการขายเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เสาวนีย์ เคลือบมณี (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในภาพรวม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านวัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยา มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศอยู่ในระดับมาก

2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านราคา และด้านสถานที่ แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่มีรายได้ที่มาก อาจมีความสามารถในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศในราคาที่สูงกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยหรืออาจเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่าอาจมีความสามารถในการเดินทางไปเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศได้หลากหลายกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ เสาวนีย์ เคลือบมณี (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

3. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศ พบว่า ด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านความสำคัญของผลิตภัณฑ์ ด้านราคาเครื่องปรับอากาศ ด้านประโยชน์ของการซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านแหล่งที่ซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านข้อมูลในการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ ด้านประเภทของเครื่องปรับอากาศ และด้านช่วงเวลาในการซื้อเครื่องปรับอากาศที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

เครื่องปรับอากาศ เน้นในหลักของส่วนประสมทางการตลาดอยู่แล้ว จึงทำให้ผู้บริโภคมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) ทางผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงคุณภาพของเครื่องปรับอากาศให้ดีขึ้น เพื่อสนองความต้องการต่อผู้บริโภค

1.2 ด้านราคา ทางผู้ประกอบการควรมีการตั้งราคาเครื่องปรับอากาศให้ยุติธรรม และเหมาะสมกับคุณภาพ

1.3 ด้านสถานที่ ควรมีการจัดสถานที่ให้มีความสะดวก และง่ายต่อการเลือกซื้อเครื่องปรับอากาศ

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางผู้ประกอบการควรมีการบริการหลังการขาย เช่น การเติมน้ำยาแอร์ การซ่อมบำรุง เพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้า

#### 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการของธุรกิจร้านจำหน่ายเครื่องปรับอากาศ

2.2 ผู้ศึกษาควรมีการจัดเรียงเนื้อหาข้อมูลคำตอบให้ละเอียดและตรงประเด็นกับหัวข้อที่จะถาม เพื่อได้รับทราบข้อมูลที่ชัดเจนอย่างละเอียดและเป็นจริงต่อกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้จริง