

การศึกษาการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตบางกะปิ

A Study of Parents' Purchasing Decision Making School Uniforms in Bangkok

วิโรจน์ จุลกระโทก¹

สนิทนุช นิยมศิลป์²

บทคัดย่อ

การวิจัยการศึกษาการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตบางกะปิ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสนใจในคุณลักษณะของชุดนักเรียนระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตบางกะปิที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียน ด้วยวิธีของเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) โดยคุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนที่นำมาศึกษา ได้แก่ ยี่ห้อ ราคา โปรโมชัน และเนื้อผ้า การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยซึ่งจะมีการจำลองชุดคุณลักษณะอันประกอบด้วยชุดคุณลักษณะจำนวน 13 ชุด โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ปกครองที่อาศัยอยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวน 243 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ และการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint analysis) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับคุณลักษณะด้านราคามากที่สุด โดยให้ค่าความสำคัญที่ 55.20 โดยราคา 430 บาท คือ ราคาที่กลุ่มตัวอย่างให้การตัดสินใจซื้อมากที่สุด, คุณลักษณะในลำดับที่สองที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจต่อการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนนั่นก็คือ ยี่ห้อ โดยให้ค่าความสำคัญที่ 23.44 โดย ทรามอ คือยี่ห้อที่มีผู้ตัดสินใจซื้อมากที่สุด, คุณลักษณะในลำดับที่สามที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจต่อการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนนั่นก็คือ เนื้อผ้า โดยให้ค่าความสำคัญที่ 11.46 โดยเนื้อผ้า Air cool ที่มีผู้ตัดสินใจซื้อมากที่สุด และคุณลักษณะในลำดับสุดท้ายที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจต่อการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนนั่นก็คือ โปรโมชัน โดยให้ค่าความสำคัญที่ 9.50 โดยปักชื่อฟรีที่มีผู้ตัดสินใจซื้อมากที่สุด

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อชุดนักเรียน , เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

¹ ผู้ทำวิจัย และ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (IT-Smart Program) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย

บทนำ

นโยบายการบริหารประเทศมีสาระสำคัญที่เน้นการพัฒนาการศึกษาของประชาชน เพิ่มคุณภาพการจัดการศึกษาทุกระดับ โดยขยายการศึกษาขั้นพื้นฐานจาก 9 ปีเป็น 12 ปี รวมทั้งให้การฝึกอบรมครู อาจารย์ทุกคนอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2522) กฎหมายว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติ กำหนดให้เด็กไทยทุกคนต้องได้รับการศึกษา และเมื่อเข้าสถานศึกษาต้องสวมเครื่องแบบนักเรียน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2555) ตามพระราชบัญญัติเครื่องแบบนักเรียน พ.ศ. 2551 มาตรา 4 ได้กำหนดความหมายของเครื่องแบบนักเรียนไว้ คือ เครื่องแบบนักเรียนนั้นจะเป็นไปตามที่สถานศึกษาได้ทำหนังสือขออนุญาตไปยังกระทรวงศึกษาธิการและนักเรียนทุกคนจะต้องแต่งเครื่องแบบแบบเดียวกัน โดยเครื่องแบบนักเรียนมีพระราชบัญญัติไว้ในพุทธศักราช 2482 ใช้บังคับมาเป็นเวลานาน เพื่อประโยชน์ในการประหยัดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย และสร้างวินัยให้แก่นักเรียน รวมทั้งเป็นการคุ้มครอง เพื่อมิให้บุคคลอื่นแต่งเครื่องแบบนักเรียนโดยไม่มีสิทธิที่จะแต่ง จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัติในช่วงเดือนพฤษภาคมของทุกปี ซึ่งเป็นช่วงเปิดภาคเรียนแรกแต่ละปีการศึกษาของโรงเรียน ผู้ปกครองซึ่งมีบุตรหลานที่กำลังศึกษาอยู่หรือกำลังจะเข้าระบบการศึกษาภาคบังคับจำเป็นต้องรับภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้นจากช่วงปกติอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าเครื่องแบบ อุปกรณ์การเรียน ฯลฯ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้ทำการสำรวจในปี พ.ศ. 2554 พบว่า เฉพาะในช่วงเปิดเทอมมีเงินสะพัดทั้งสิ้น 50,000 ล้านบาท ส่วนใหญ่ผู้ปกครองนักเรียนสามารถเลือกซื้อชุดนักเรียนได้ 2 ช่องทาง คือซื้อภายในโรงเรียน และซื้อทางห้างหรือร้านค้าทั่วไปอาจเป็นหน้าร้านหรือทางออนไลน์ได้เช่นกัน

โดยทั่วไปทางร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องแบบนักเรียนมักนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ เช่น การลดราคา แจกของสมนาคุณ บริการปักชื่อฟรี ซึ่งจะผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหากผู้ประกอบการเข้าใจถึงผลของปัจจัยต่าง ๆ นี้ต่อการตัดสินใจซื้อ จะสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์และแผนการตลาดที่เหมาะสม

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อชุดนักเรียนระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตบางกะปิ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายชุดนักเรียนในการนำผลการศึกษาไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์และปรับปรุงแผนการตลาดที่เหมาะสม การส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสนใจในคุณลักษณะของชุดนักเรียนระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบแนวทางในการนำไปพัฒนาแพ็คเกจชุดนักเรียนที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอขายให้กับผู้ปกครองในเขตบางกะปิซึ่งจะเป็นการไปส่งเสริมการขายให้กับผู้ประกอบการธุรกิจชุดนักเรียนในส่วนของชุดนักเรียนระดับมัธยมศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิเคราะห์กระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชั้นมัธยมศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการศึกษาจากผู้ปกครองที่มีบุตรหลานอยู่ในวัยเรียนระดับมัธยมศึกษาชั้นมัธยมศึกษา และอยู่ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวน 243 ราย โดยจะศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ปกครองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ตามชุดคุณลักษณะตามกระบวนการ Conjoint analysis (การจำลองผู้บริโภค) จำนวน 13 ชุด

การทบทวนวรรณกรรม

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อนั้นเป็นกระบวนการที่สำคัญ คือขั้นตอนในการเลือกซื้อที่เกิดจากสองทางเลือกขึ้นไปทุก ๆ ครั้งที่ตัดสินใจจะเลือกซื้อสินค้าผู้บริโภคจะมีกระบวนการคิดของผู้บริโภคเองในการแสดงความคิดเห็นตั้งแต่ก่อนการตัดสินใจซื้อและหลังการซื้อ (Kotler, 1997) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ จากขั้นตอนทั้ง 5 ข้อดังกล่าวอธิบายได้ว่าเมื่อผู้บริโภครับรู้ปัญหาเขาจะหาผลิตภัณฑ์เพื่อมาแก้ปัญหาของเขาเองโดยการหาจากคุณลักษณะที่ต้องการและดำเนินการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์เพื่อหาสิ่งที่ตอบโจทย์ของผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจซื้อและกระบวนการสุดท้ายคือพฤติกรรมหลังการซื้อ จะเห็นได้ว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนการค้นหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกจะต้องนำคุณลักษณะมาพิจารณา (Roger A, Kerin and Steven W.Harley, 2021)

แนวคิดเกี่ยวกับชุดนักเรียนมัธยมศึกษา

ท่ามกลางการตั้งคำถามมากมาย ทำให้เกิดความสงสัยใคร่รู้ถึงจุดกำเนิดของชุดนักเรียนว่าเริ่มต้นมาจากที่ไหน ไทยมีการกำหนดชุดนักเรียนตั้งแต่เมื่อไหร่ แต่ละประเทศให้เด็ก ๆ สวมใส่ชุดนักเรียนด้วยเหตุผลอะไรบ้าง และประเทศที่ไม่ได้ใช้เรียกขานนี้ฟอรัม มีระบบการศึกษาและการเรียนการสอนที่ดีกว่าประเทศที่ให้เด็กสวมใส่ชุดนักเรียนหรือไม่แล้วชุดนักเรียนยังมีความจำเป็นหรือไม่

แน่นอนว่าคำถามเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจชุดนักเรียนอย่างแน่นอนหากมีการให้ความสำคัญกับชุดนักเรียนน้อยลง สาเหตุอาจเกิดมาจาก การเรียนออนไลน์มากขึ้นหรือการให้ความสำคัญกับการใส่ชุดไปรเวทแทนชุดนักเรียน ผู้ประกอบการธุรกิจชุดนักเรียนจึงต้องการสร้างการรับรู้เพื่อสื่อสารไปยังผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นยอดขายให้กับธุรกิจด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1. **การสร้างตราผลิตภัณฑ์** คือการสร้างสิ่งที่สามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างสินค้าของเรา กับคู่แข่ง ต้องสื่อถึง 1.คุณลักษณะสามารถสื่อตนเองให้ได้ว่าแบรนด์นั้นคืออะไร ขายอะไร 2.คุณประโยชน์ แบรนด์ให้ประโยชน์อย่างไรสามารถทำอะไรได้บ้าง 3.คุณค่า (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549)

2. **พัฒนาด้าน โดย ราคา** คือสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเงินตรา การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดการซื้อ ในแต่ละตราสินค้าต่างก็มีการโฆษณาคุณสมบัติหรือคุณลักษณะต่าง ๆ ของสินค้ากันมากมายจนหาความแตกต่างไม่ค่อยได้ดังนั้นราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ (เอมอร วงษ์ศิริ, 2546: 42)

3. **ปรับปรุงโปรโมชั่น** ซึ่งคือการส่งเสริมการตลาด ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการกระตุ้นให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้นด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ลด แลก แจก แถม

4. **พัฒนาด้านเนื้อผ้าซึ่งเป็น** สิ่งที่ได้จากการนำวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุที่สังเคราะห์ ผ่านกระบวนการผลิต จนได้เป็นเส้นด้าย และผ่านกรรมวิธีผลิตผสมผสานหรือถักทอจนได้เป็นผืนผ้า เช่น ผ้าใยไหม ไนลอน สามารถผลิตนวัตกรรมใหม่ๆ จากผ้าได้เช่นกัน (จิราพร เกิดแก้ว, 2558)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรเป้าหมาย (Target Population) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองในเขตบางกะปิ จังหวัดกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ปกครองที่ซื้อชุดนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร จำนวน 243 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อให้คะแนนการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนของผู้ปกครองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูลตำรา โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสำรวจรายการ (Choice) ได้แก่ เพศ , อายุ , สถานภาพ , ระดับการศึกษา , อาชีพ , รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเรื่องการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียน โดยการให้คะแนน การตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนของผู้ปกครองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ซึ่งแบบสอบถามจะเป็นลักษณะการให้คะแนนเพื่อประเมินการตัดสินใจซื้อในแต่ละยี่ห้อ ด้วยการให้คะแนนเป็นลำดับตัวเลข 1-10 ไม่ซื้อแน่นอนจนถึงซื้อแน่นอน

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. การรวบรวมคุณลักษณะเพื่อทำการกำหนดคุณลักษณะ (Attributes) และระดับของคุณลักษณะ (Level) ของชุดนักเรียนมัธยมศึกษา โดยการสัมภาษณ์ แบ่งเป็นผู้ปกครองในเขตบางกะปิจำนวน 6 คน และ Sale จำนวน 2 คน

2. นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 มากำหนดคุณลักษณะ (Attribute) และระดับคุณลักษณะ (Level) ที่ต้องการศึกษา

3. ทำการสร้างชุดคุณลักษณะ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ได้ทั้งหมด 13 ชุด ประกอบด้วยชุดคุณลักษณะขั้นต่ำที่ควรมี 9 ชุด และ Holdout จำนวน 4 ชุด

4. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามผ่าน Google ฟอรม์

5. นำแบบสอบถามไปทำการ Pre-test กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 6 คน ผลที่ได้คือผู้ตอบแบบสอบถามให้ความร่วมมือโดยให้เหตุผลว่ามีความเข้าใจและไม่ทำให้เสียเวลามาก

6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ Pilot test กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อดูความผิดปกติของข้อมูล ผลที่ได้คือไม่ปรากฏว่าข้อมูลผิดปกติ

7. นำแบบสอบถามที่จัดทำใน Google Form ส่งให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาเพื่อทำเก็บข้อมูล โดยผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Facebook, Line

ตารางที่ 1 คุณลักษณะ (Attribute) และ ระดับคุณลักษณะ (Level)

คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ
1.ยี่ห้อ	สมอ
	น้อมจิตต์
	สมใจนึก
2.ราคา	460
	435
	430
3.โปรโมชั่น	ปักช้อฟรี
	รับเปลี่ยนสินค้าภายใน 30 วัน
4.เนื้อผ้า	สีไม่ซีด
	เนื้อผ้า Air cool ไม่ร้อน

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและสรุปผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และสถิติที่ใช้การวิเคราะห์ มีดังนี้ 1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) 2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ในการกำหนดรูปแบบและออกแบบชุดข้อมูลการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนระดับมัธยมศึกษาของผู้ปกครองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครของกลุ่มตัวอย่าง และนำค่า Part-worth Utility มาทำการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเพื่อหาค่าผลรวมของ Part-worth ดังนี้

$$Y = k_0 + k_1(\text{Level1}) + k_2(\text{Level2}) + k_3(\text{Level3}) + \dots + k_{11}(\text{Level11})$$

โดย Y คือ ผลรวมของ Part-worth utility ของระดับคุณลักษณะในชุดข้อมูลที่ศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

k_0 คือ ค่า คงที่ (Constant) ได้จากค่าเฉลี่ยของทุกแนวคิดทั้งหมดที่นำมาทดสอบ

k_1-k_{11} คือ ค่า part-worth utility ของแต่ละระดับคุณลักษณะ (level) (Moskowitz, H.R., Beckley, J.H. and Resurrecion, A.V.A, 2006)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 เรื่องข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อเปรียบเทียบจากกลุ่มตัวอย่าง 243 คน ส่วนใหญ่แล้วเป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.37 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.03 สถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 73.25 อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 67.49 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.98 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,0000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.63

สำหรับส่วนของการตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ผลการวิจัยการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนระดับมัธยมศึกษา โดยมีกรณีศึกษาผู้ประกอบการในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ได้ผลการวิเคราะห์ค่าความสำคัญของคุณลักษณะ (Importance Value) โดยให้ความสำคัญในด้าน ราคา มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ค่าสำคัญ 55.20 รองลงมา คือ ยี่ห้อ (Brand) ค่าความสำคัญ 23.44 ลำดับถัดมาคือ เนื้อผ้า (Texture) ค่าความสำคัญ 11.46 และลำดับสุดท้ายคือ โปรโมชั่น ค่าความสำคัญ 9.50 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับ Part-worth และ Importance value ของการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ	Part-worth	Importance value
ยี่ห้อ	ตราสมอ	0.331	23.44
	ตราน้อมจิตต์	-0.037	
	ตราสมใจนึก	-0.294	
ราคา	460	-2.160	55.20
	435	0.814	
	430	1.346	
โปรโมชั่น	ปักชื่อฟรี	0.079	9.50
	รับเปลี่ยนสินค้าภายใน 30 วัน	-0.079	
เนื้อผ้า	สีไม่ซีด	-0.167	11.46
	เนื้อผ้า Air cool	0.167	

และเมื่อทำการวิเคราะห์ค่า Part-worth ของแต่ละระดับคุณลักษณะพบว่าคุณลักษณะด้านราคานั้นค่า Part-worth สูงที่สุดคือ ราคา 430 บาท โดยค่า Part-worth อยู่ที่ 1.346 คุณลักษณะด้านยี่ห้อ นั้นค่า Part-worth

สูงที่สุดคือ ทรายสมอ โดยค่า Part-worth อยู่ที่ 0.331 คุณลักษณะด้านเนื้อฝ้านั้นค่า Part-worth สูงที่สุดคือ เนื้อผ้า Air cool โดยค่า Part-worth อยู่ที่ 0.167 คุณลักษณะด้านโปรโมชันนั้นค่า Part-worth สูงที่สุดคือ ปักชื้อฟรี โดยมีค่า Part-worth อยู่ที่ 0.079

จากค่า Part-worth ที่ได้ของแต่ละคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะของการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เมื่อนำมาเขียนสมการเพื่อพยากรณ์การตัดสินใจซื้อชุดนักเรียน ได้สมการดังต่อไปนี้

$$Y = 6.923 + (0.331)(\text{ทรายสมอ}) + (-0.037)(\text{ทราน้่อมจิดต์}) + (-0.294)(\text{ทรายสมใจนึก}) + (-2.160)(460) + (0.814)(435) + (1.346)(430) + (0.079)(\text{ปักชื้อฟรี}) + (-0.079)(\text{รับเปลี่ยนสินค้าภายใน 30 วัน}) + (-0.167)(\text{สีไม่ซีด}) + (0.167)(\text{เนื้อผ้า Air cool})$$

โดย Y คือ ผลรวมของระดับค่า Part-worth utility ของคุณลักษณะที่มีผลต่อความสนใจในการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อพิจารณาที่ชุดคุณลักษณะที่มีค่า Part-worth utility สูงสุดในแต่ละคุณลักษณะโดยกำหนดคุณลักษณะที่มีผลต่อความสนใจในการตัดสินใจซื้อที่มีค่า part-worth สูงสุด ดังต่อไปนี้

- | | | |
|-------------|-------------------|----------------------|
| 1. ยี่ห้อ | ทรายสมอ | ค่า part-worth 0.331 |
| 2. ราคา | 430 | ค่า part-worth 1.346 |
| 3. โปรโมชัน | ปักชื้อฟรี | ค่า part-worth 0.079 |
| 4. เนื้อผ้า | เนื้อผ้า Air cool | ค่า part-worth 0.167 |

นำข้อมูลมาทำการแทนค่าในสมการระดับค่าคุณค่า ได้ดังนี้

$$Y = 6.923 + (0.331)(\text{ทรายสมอ}) + (1.346)(430) + (0.079)(\text{ปักชื้อฟรี}) + (0.167)(\text{เนื้อผ้า Air cool}) = 8.846$$

นอกจากนี้ เนื่องจากผู้วิจัยต้องการทราบแนวทางในการพัฒนาแพ็คเกจของชุดนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบค่าผลรวมของ Part-worth utility ของชุดนักเรียนที่เป็นยี่ห้อที่ศึกษาอยู่ เพื่อนำมาวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของความสนใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อ 3 ยี่ห้อ ได้แก่ ทรายสมอ , น้่อมจิดต์ และ สมใจนึก โดยกำหนดชุดคุณลักษณะตามด้านล่างนี้

คุณลักษณะที่มีผลต่อความสนใจในการตัดสินใจซื้อ ของยี่ห้อสมอ มีดังต่อไปนี้

- | | | |
|-------------|-------------------|-----------------------|
| 1. ยี่ห้อ | สมอ | ค่า part-worth 0.331 |
| 2. ราคา | 460 | ค่า part-worth -2.160 |
| 3. โปรโมชัน | ปักชื้อฟรี | ค่า part-worth 0.079 |
| 4. เนื้อผ้า | เนื้อผ้า Air cool | ค่า part-worth 0.167 |

ทำการแทนค่าในสมการระดับค่าคุณค่าได้ดังนี้

$$Y = 6.923 + (0.331)(\text{ทรายสมอ}) + (-2.160)(460) + (0.079)(\text{ปักชื้อฟรี}) + (0.167)(\text{เนื้อผ้า Air cool}) = 5.34$$

คุณลักษณะที่มีผลต่อความสนใจในการตัดสินใจซื้อ ของยี่ห้อนมจืด มีดังต่อไปนี้

- | | | |
|--------------|-------------------|-----------------------|
| 1. ยี่ห้อ | นมจืด | ค่า part-worth -0.037 |
| 2. ราคา | 435 | ค่า part-worth 0.814 |
| 3. โปรโมชั่น | ปักช้อฟรี | ค่า part-worth 0.079 |
| 4. เนื้อผ้า | เนื้อผ้า Air cool | ค่า part-worth 0.167 |

ทำการแทนค่าในสมการระดับค่าคุณค่าได้ดังนี้

$$Y = 6.923 + (-0.037)(\text{นมจืด}) + (0.814)(435) + (0.079)(\text{ปักช้อฟรี}) + (0.167)(\text{เนื้อผ้า Air cool})$$
$$= 7.946$$

คุณลักษณะที่มีผลต่อความสนใจในการตัดสินใจซื้อ ของยี่ห้อสมใจนึก มีดังต่อไปนี้

- | | | |
|--------------|-----------|-----------------------|
| 1. ยี่ห้อ | สมใจนึก | ค่า part-worth -0.294 |
| 2. ราคา | 430 | ค่า part-worth 1.346 |
| 3. โปรโมชั่น | ปักช้อฟรี | ค่า part-worth 0.079 |
| 4. เนื้อผ้า | สีไม่ซีด | ค่า part-worth -0.167 |

ทำการแทนค่าในสมการระดับค่าคุณค่าได้ดังนี้

$$Y = 6.923 + (-0.294)(\text{สมใจนึก}) + (1.346)(430) + (0.079)(\text{ปักช้อฟรี}) + (-0.167)(\text{สีไม่ซีด})$$
$$= 7.887$$

จากข้อมูลของผลรวม Part-worth พบว่า ชุดคุณลักษณะที่มีค่า Part-worth สูงสุดมีผลรวม Part-worth อยู่ที่ 8.846 และเมื่อเปรียบเทียบกับชุดนักเรียนทั้ง 3 ยี่ห้อในท้องตลาด จะพบว่าชุดคุณลักษณะที่เป็นรูปแบบการขายที่ทั้ง 3 ยี่ห้อดำเนินการขายในปัจจุบันยังคงต่ำกว่าค่าผลรวม Part-worth สูงสุด โดยบริษัทนมจืด มีค่าผลรวมค่า Part-worth utility มากกว่ายี่ห้ออื่นอยู่ที่ 7.946 รองลงมาคือ สมใจนึก ที่ 7.887 และตราสมอยู่ที่ 5.34 ตามลำดับ โดยคุณลักษณะที่ทำให้นมจืดมีค่าผลรวมค่า Part-worth utility มากกว่ายี่ห้ออื่นเป็นผลจากปัจจัยด้านราคาและเนื้อผ้าที่มีค่า Part-worth สูง ในทางกลับกันเป็นผลมาจากการที่สมใจนึกมีปัจจัยด้านของยี่ห้อและเนื้อผ้าที่มีค่า Part-worth ตีลบทำให้ผลรวมต่ำลง และตราสมที่ได้รับผลกระทบด้านราคาที่สูงกว่ายี่ห้ออื่นซึ่งเป็นราคาที่ได้ Part-worth ตีลบมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็ยี่ห้อใดนั้น เพื่อให้โอกาสการตัดสินใจซื้อของลูกค้าในย่านบางกะปิสูงขึ้น จะต้องพิจารณาเพื่อปรับปรุงแพ็คเกจการขายให้สอดคล้องกับกรณีที่เป็น Part-worth ที่ค่าสูงสุด รวมถึงต้องพิจารณาถึงสภาพปัจจุบันของตัวเองเทียบกับคู่แข่งและเรื่องของต้นทุนด้วยเพื่อให้ Part-worth สูงกว่าคู่แข่ง

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การศึกษาคุณลักษณะที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมในการสร้างแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดนักเรียนสำหรับผู้ปกครองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจด้านราคาสูงกว่าคุณลักษณะด้านอื่น รองลงมาคือ ยี่ห้อ , เนื้อผ้า และโปรโมชั่น ตามลำดับ โดยชุดคุณลักษณะที่

ได้รับความสนใจสูงสุดคือ ชุดนักเรียนตราสมอราคา 430 บาท ปักชื่อฟรีและเนื้อผ้า Air cool ซึ่งจากงานวิจัยนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงคุณลักษณะสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชุดนักเรียนของผู้ปกครองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยจะนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแพ็คเกจชุดนักเรียนมัธยมศึกษาให้ตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้ปกครองในย่านนี้ต่อไปได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงธุรกิจ

ผู้ทำธุรกิจชุดนักเรียนสามารถนำค่า Part-worth จากงานวิจัยนี้ไปทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ โดยการหาค่า ผลรวมของค่า Part-worth utility เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของท่านหรือคาดการณ์แนวโน้มของตลาดชุดนักเรียนในส่วนที่ลูกค้าจะทำการซื้อหรือยอมรับสำหรับผลิตภัณฑ์ชุดนักเรียนที่ต้องการศึกษาโดย หากค่า ผลรวมของค่า Part-worth utility ยิ่งสูง จะยิ่งทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้ปกครองหรือผู้ซื้อมากยิ่งขึ้น เช่น ที่แสดงในการอภิปรายผลเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ที่ได้ค่า Part-worth สูงสุด กับ ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดทั่วไปแต่ยังมีข้อจำกัดคือ งานวิจัยนี้เป็นการทดลองกับผู้บริโภคในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครเท่านั้น รวมถึงมีปัจจัยของชุดนักเรียนที่จำกัด หากเงื่อนไขที่ต้องการศึกษาอยู่นอกเหนือจากนี้อาจไม่สามารถนำมาใช้ได้

ในส่วนของผู้วิจัยซึ่งทำงานอยู่บริษัทชุดนักเรียนน้อมจิตต์ ได้สังเกตเห็นประโยชน์ข้างต้นนี้และนำมาสร้างแพ็คเกจที่คาดว่าจะนำไปใช้พัฒนาและส่งเสริมการขายให้กับบริษัทได้ คือ ชุดนักเรียนยี่ห้อน้อมจิตต์ ราคา 430 บาท เนื้อผ้า Air cool และปักชื่อฟรี แพ็คเกจนี้จะมีค่าผลรวมของค่า Part-worth utility 8.478 ซึ่งเป็นการปรับในส่วนจากราคาจาก 435 บาท เป็น 430 บาท เพื่อให้ค่า Part-worth ในแง่ของราคาสูงขึ้นซึ่งจะเป็นการยกระดับการแข่งขันในด้านราคาให้เท่าเทียมกับสมใจนึก นอกเหนือจากนี้บริษัทน้อมจิตต์ควรทำแบรนด์ให้แข็งแกร่งขึ้นเพื่อไปสู้กับตราสมอที่ในปัจจุบันมีค่า Part-worth ด้านยี่ห้อสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะการวิจัย

- 2.1) ศึกษาหาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะแต่ละตัวว่า มีผลกระทบต่อกันอย่างไร
- 2.2) ศึกษาโดยใช้แนวทางของงานวิจัยนี้คุณลักษณะของชุดนักเรียนอื่น ยกตัวอย่างเช่น คุณลักษณะด้านอรรถประโยชน์อื่นๆ เช่น UV ลดการยับชื้น มองไม่ทะลุเนื้อผ้า ซึ่งเหมาะกับสภาพอากาศประเทศไทยได้เป็นอย่างดี หรือศึกษาจากปัจจัยที่เป็นแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในปัจจุบันอื่นๆ ได้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2555). ข้อมูลสารสนเทศด้านการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ.

จิราพร เกิดแก้ว. (2558). การศึกษาผ้าชนิดต่างๆ ด้วยเทคนิค ATR-FTIR, TGA และ DSC เพื่อประโยชน์ทางนิติวิทยาศาสตร์. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2549

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2522). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

เอมอร วงษ์ศิริ. (2546). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Kotler, Philip. (2012). Marketing Management (The Millennium edition). Upper Saddle River, NJ : Person Prentice Hall.

Moskowitz, H.R., Beckley, J.H. and Resurrecion A.V.A. (2006). Sensory and consumer research in food product design and development. Oxford: Blackwell Publishing.

Roger A, Kerin, And Steven W.Harley. (2021). Marketing.