

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจต่อการรับสื่อของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด และเพื่อศึกษาการรับสื่อของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด จำนวน 200 คน ซึ่งสามารถสรุปผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด จำนวน 200 คน มีสัดส่วนของผู้ที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวนเพศหญิงร้อยละ 51.5 มีอายุ 21 – 30 ปี มีจำนวนร้อยละ 47.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนร้อยละ 47.5 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวนร้อยละ 80.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 27.0 และมีสถานภาพสมรส มีจำนวนร้อยละ 48.0

กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์เพื่อตกแต่งบ้านหรือห้องใหม่ มีจำนวนร้อยละ 51.5 โดยมีเหตุผลใจที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ คือ มีความจำเป็นต้องใช้งาน มีจำนวนร้อยละ 41.5 มีความถี่ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์มากกว่าปีละ 1 ครั้ง มีจำนวนร้อยละ 40.5 ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเฟอร์นิเจอร์จากเว็บไซต์ หรืออินเทอร์เน็ต มีจำนวนร้อยละ 43.0 ตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ด้วยตนเอง มีจำนวนร้อยละ 56.5 ส่วนใหญ่ซื้อเฟอร์นิเจอร์จากร้านเฟอร์นิเจอร์ มีจำนวนร้อยละ 112 ชำระเงินค่าเฟอร์นิเจอร์ด้วยเงินสด มีจำนวนร้อยละ 89.5 และส่วนใหญ่ซื้อ Place All เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ซื้อล่าสุดจาก Mobel Thailand มีจำนวนร้อยละ 52.5

กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด มีความพึงพอใจการรับสื่อของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด อยู่ในระดับมากที่สุด โดยช่องทางงานแสดงสินค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องพนักงานที่ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.83 ด้านช่องทางป้ายโฆษณาขนาดใหญ่มีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องขนาดและความเหมาะสมของภาพต่อเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.79 และด้านช่องทางสื่อโฆษณาออนไลน์ (Line/ Facebook/ เว็บไซต์) มีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องมีรายละเอียดของสินค้า และแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.95

5.1.2 ข้อจำกัดหรือปัญหาในการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยพบข้อจำกัดหรือปัญหาในการวิจัย คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเก็บจากลูกค้าที่เคยซื้อสินค้า และเข้าชมสินค้าของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีการรับรู้ในตัวบริษัท และสินค้าอยู่แล้ว จึงทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลพฤติกรรมและการรับรู้การรับซื้อของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด จากประชากรที่ไม่ได้เป็นกลุ่มลูกค้าของบริษัท ทำให้ขาดข้อมูลที่จะนำมาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการขยายฐานลูกค้าใหม่

5.1.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ดังนี้

1. จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างของบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด มีสัดส่วนของผู้ที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัดจำนวนใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องรายงานการแสดงผลค่าการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ระหว่างกรุงเทพมหานคร กับต่างจังหวัด ตั้งแต่ปี 2555 – 2559 ของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธนาคารออมสิน ที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคเฟอร์นิเจอร์ไม้ในต่างจังหวัดมีแนวโน้มที่จะซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้เพิ่มขึ้นสูงกว่าผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ของบริษัทฯ คือ กลุ่มลูกค้าที่พักอาศัยอยู่ต่างจังหวัด ดังนั้นบริษัทควรนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมได้แก่ Place All ซึ่งเป็นสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างซื้อมากที่สุดมาทำการตลาดกับลูกค้าใหม่ โดยการนำสินค้ามาทำการสื่อสารผ่านทางออนไลน์ทุกประเภท ได้แก่ เว็บไซต์, Facebook, Line, Instagram และ Youtube เพื่อเป็นการอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของบริษัทฯ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าใหม่ การจัดโปรโมชั่น วันและเวลาในการออกบูธตามงานแสดงสินค้า รวมไปถึงการนำเสนอกิจกรรมทางสังคม (CSR) ที่บริษัทฯ ได้จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน เพื่อเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ซึ่งการสื่อสารออนไลน์เป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด

2. จากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท ไอดีโมเบล จำกัด ที่มีต่อสื่อที่บริษัทนำเสนอ บริษัทฯ สามารถนำมาวางแผนการใช้สื่อเพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่พักอาศัยอยู่ต่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ด้านงานแสดงสินค้า บริษัทฯ ควรมีการนำสินค้าไปงานแสดงสินค้าในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศไทย โดยผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องพนักงานที่ให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าเป็นอย่างดี ดังนั้น บริษัทฯ ควรมีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ ความเข้าใจในรายละเอียดสินค้าของบริษัทฯ อย่างละเอียด พร้อมทั้งทำการทดสอบการขายโดยการจำลองเหตุการณ์จริง เพื่อให้พนักงานสามารถให้ข้อมูลสินค้าได้อย่างถูกต้อง และครบถ้วน สามารถแนะนำสินค้าที่มีความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้าได้ รวมไปถึงการ

แก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าที่อาจจะเกิดขึ้นในการออกปฏิบัติงานจริง ซึ่งความเป็นมืออาชีของพนักงานขายจะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้อย่างสูงสุด

- ด้านป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ บริษัทฯ ควรมีการนำป้ายโฆษณาไปติดตั้งยังเส้นทางออกจากกรุงเทพมหานครไปยังภาคต่างๆ ของประเทศไทย โดยผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องขนาดและความเหมาะสมของภาพต่อเนื่องหา ดังนั้น บริษัทฯ ควรมีการออกแบบป้ายโฆษณาให้มีความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ เช่น ป้ายโฆษณาที่ติดบริเวณริมถนนใหญ่ควรมีขนาดใหญ่ และเน้นที่ภาพของสินค้ามากกว่าตัวหนังสือ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารอยู่ในรถที่เคลื่อนที่ด้วยความเร็ว ดังนั้น ภาพของสินค้าจึงต้องมีความโดดเด่น สะดุดตา ทำให้ง่ายต่อการจดจำในระยะเวลาที่สั้น ส่วนป้ายโฆษณาที่ติดอยู่ภายในห้างสรรพสินค้า หรือตามสถานที่ชุมชนต่างๆ เนื้อหาในการโฆษณาอาจจะมีการใส่รายละเอียดของสินค้าเข้าไปด้วย เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีเวลาอ่านรายละเอียดในป้ายโฆษณาที่นานกว่า ดังนั้นการใส่ข้อมูลรายละเอียดสินค้า ไม่ว่าจะเป็นราคา ส่วนลดพิเศษ หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย จะช่วยให้ลูกค้ามีข้อมูลในการตัดสินใจเพิ่มมากขึ้น

- ด้านสื่อโฆษณาออนไลน์ (Line/ Facebook/ เว็บไซต์) ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องมีรายละเอียดของสินค้า และแจ้งราคาสินค้าที่ชัดเจน ดังนั้น บริษัทฯ ควรมีการนำรายละเอียดของสินค้า ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพ ราคา และช่วงเวลาจัดโปรโมชัน คอยอัปเดตข้อมูลข่าวสารต่างๆ ลงในช่องทางออนไลน์ตลอดเวลา รวมไปถึงช่องทางในการที่ลูกค้าจะสามารถติดต่อกับบริษัทได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างทันถ่วงที

5.2 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ข้อดีของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ได้เรียนรู้การทำงานจริงนอกเหนือจากการเรียนรู้จากในห้องเรียน
- ได้เรียนรู้และพัฒนาตนเอง
- เรียนรู้การทำงานร่วมกับผู้อื่น
- มีความรับผิดชอบ และมีความมั่นใจในตนเองมากขึ้น
- ได้เรียนรู้ภาษาธุรกิจที่นอกเหนือจากในห้องเรียน
- ได้ทราบถึงการตลาดในหลายๆช่องทาง
- ทำให้รอบคอบในการสั่งงานมากขึ้น

5.2.2 ปัญหาที่พบของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

- ลูกค้ายกเลิกนัดกะทันหัน

- ไปไม่ทันตามเวลาที่ลูกค้านัดไว้
- ลูกค้ามาจากหลายประเทศอาจใช้หลากหลายภาษา บางครั้งอาจสื่อสารกันไม่

เข้าใจ

5.2.3 ข้อเสนอแนะ

ทุกอย่างโดยรวมคือดีมาก มีเพื่อนร่วมงานที่ดี พี่เลี้ยงที่ดูแลสอนงานได้ดีมาก ได้ความรู้ และประสบการณ์ค่อนข้างมากจากที่นี่ และได้ลงมือปฏิบัติจริงในทุกขั้นตอน และทุกช่องทางการตลาด