

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจของลูกค้าที่ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อการพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อการพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อการพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 137 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ค่าเอฟ (F-test) ผลการวิจัยสรุป ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะของกิจการร้านค้าปลีกทั่วไป มีจำนวน 56 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 40.9 มีผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้แช่ คือ เครื่องดื่มชูกำลัง น้ำดื่ม น้ำอัดลม เบียร์ และน้ำผลไม้ มีจำนวน 137 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตู้แช่เครื่องดื่มยี่ห้อซันเด็น (Sanden) มีจำนวน 50 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีขนาด 201 ถึง 400 ลิตร มีจำนวน 46 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 33.6 มีจำนวนตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ในร้านจำนวน 1 เครื่อง มีจำนวน 44 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 32.1 เจ้าของกิจการส่วนใหญ่ซื้อตู้แช่เครื่องดื่มในราคาต่ำกว่า 40,000 บาท มีจำนวน 81 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 59.1

2. ระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม โดยภาพรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม ปานกลาง

3. เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี ลักษณะของกิจการผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มที่ใช้แช่ ยี่ห้อตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ ขนาดความจุตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ และจำนวนตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ ในร้านที่แตกต่างกัน ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีระดับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ต่างกัน ในภาพรวม มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ถูกค่าใช้จ่ายตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยที่ถูกค่าใช้จ่ายในการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ โดยภาพรวมในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมในระดับมาก เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้งานและบำรุงรักษาง่าย อายุการรับประกันที่ยาวนาน รูปลักษณ์สวยงามมีประสิทธิภาพการใช้งานสูง คุณภาพดีและคงทน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ชีระชัย โพธิ์ศรี (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการซื้อ และ ปัจจัยทางการตลาดต่อการซื้อเครื่องปรับอากาศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

1.2 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ด้านราคา โดยภาพรวมในระดับมาก เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการตู้แช่เครื่องดื่มที่มีราคาถูก ค่าบริการหลังการขายต่ำ และการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ สุพัตรา จุฑาวิจิตรธรรม (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่การโฆษณา ตรายี่ห้อของสินค้าซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และราคาสินค้า ซึ่งอยู่ในระดับมาก

1.3 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมในระดับมาก เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการซื้อตู้แช่เครื่องดื่มในหลายช่องทาง และสามารถหาซื้อได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ชีระชัย โพธิ์ศรี (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการซื้อ และ ปัจจัยทางการตลาดต่อการซื้อเครื่องปรับอากาศในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

1.4 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมในระดับปานกลาง เพราะการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มของกลุ่ม

ตัวอย่างโดยรวมจะให้ความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ สุพัตรา จุฑาวิจิตรธรรม (2544 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่การโฆษณา ครายี่ห้อของสินค้าซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และราคาสินค้า ซึ่งอยู่ในระดับมาก

2. เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำเพื่อใช้ในการพาณิชย์ในเขต จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานทางธุรกิจที่แตกต่างกันพบว่า

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะของกิจการ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำที่แช่ เยื่อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำที่เลือกใช้ ขนาดความจุตู้แช่เครื่องดื่มน้ำที่เลือกใช้ และจำนวนตู้แช่เครื่องดื่มน้ำที่เลือกใช้ มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำ ไม่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1.1 ลักษณะของกิจการต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะ ลูกค้าที่มีลักษณะของกิจการที่ต่างกันไม่ว่าจะเป็นร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร หรือภัตตาคารก็ต้องการที่จะตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำที่มีประสิทธิภาพ ที่ดีเช่นเดียวกัน

2.1.2 ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำที่แช่ ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำที่แช่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำ เหมือนกันในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งอาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ตู้แช่สามารถแช่เครื่องดื่มน้ำได้หลากหลายแบบตรงตามที่ต้องการ ส่วนด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำแตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะลูกค้ามีงบประมาณจำกัดและเพื่อให้เหมาะสมกับปริมาณของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มน้ำที่แช่จึงส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

2.1.3 ยี่ห้อของตู้แช่เครื่องดื่มน้ำที่เลือกใช้ที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะ ลูกค้าที่มียี่ห้อของตู้แช่เครื่องดื่มน้ำต่างกันไม่ว่าจะเป็นยี่ห้อใด ก็มีความต้องการที่จะตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำที่มีประสิทธิภาพ ที่ดีเช่นเดียวกัน

2.1.4 ขนาดความจุตู้แช่เครื่องดื่มน้ำที่เลือกใช้ที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีขนาดความจุตู้แช่เครื่องดื่มน้ำที่ต่างกัน อาจมีการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มน้ำที่มีการสภาพที่ดีและสมบูรณ์เหมาะสมกับการใช้งาน เช่นเดียวกัน

2.1.5 ที่มีจำนวนตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ในร้านต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าลูกค้าที่มีจำนวนตู้แช่เครื่องดื่มมากหรือน้อยอาจมีความต้องการตู้แช่เครื่องดื่มที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ แตกต่างกัน ดังนี้

ระดับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่ม ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันซึ่งอาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีระดับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ในราคาที่สูงอาจมีเงินทุนในการส่งเสริมการตลาดได้มากกว่าลูกค้าที่มีระดับราคาตู้แช่เครื่องดื่มที่เลือกใช้ในราคาที่ต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ มโนชัย แก้วดำ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการซื้อเครื่องปรับอากาศจากร้านค้าปลีกเฉพาะและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยช่องทางจัดจำหน่ายและส่งเสริมการตลาดมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ผู้ประกอบการที่ผลิตตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ ควรให้ความสำคัญในด้านต่าง ๆ ซึ่งจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ในภาพรวม ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของการเพิ่มพื้นที่สำหรับใช้แช่สินค้าให้ได้ปริมาณมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของร้านค้าให้สูงขึ้น นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาในด้านอื่นเพื่อเพิ่มระดับการตัดสินใจซื้อให้สูงขึ้น เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีการใช้งาน และ บำรุงรักษาง่ายกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน มีระยะเวลาในการรับประกันยาวนานมากขึ้น มีใบรับรองการประหยัดพลังงาน ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5 ที่สำคัญควรเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.2 ด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ในภาพรวม ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในประเด็นย่อยทุกด้านเพื่อเพิ่มระดับการตัดสินใจซื้อให้สูงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เช่นการปรับราคาให้มีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน เพื่อรองรับลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น และการกำหนดราคาควรเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีความเหมาะสมกับสินค้าที่จำหน่าย ตลอดจนราคาค่าบริการหลังการขายที่ถูกลงค้ำค่าแก่การลงทุน

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ในภาพรวม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในประเด็นย่อย เช่น ด้านทำเลที่ตั้งของร้านจำหน่าย จะต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย จัดให้มีตัวแทนจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น มีการกระจายสินค้าไปอย่างทั่วถึงทุกที่ ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ในหลากหลายช่องทาง

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ในภาพรวม ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในประเด็นย่อยทุก ๆ ด้าน เช่น การใช้มาตรการด้านส่งเสริมการขาย มีส่วนลดในราคาสินค้า ให้บริการฟรีโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มจากราคาสินค้า ฝึกอบรมให้แก่พนักงานขายในรายละเอียดของสินค้าที่ขาย เพื่อให้สามารถแนะนำสินค้า และอธิบายรายละเอียดของสินค้า ให้ลูกค้าได้เข้าใจอย่างชัดเจน สินค้าสามารถผ่อนชำระได้โดยไม่มีดอกเบี้ย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยควรศึกษาเจาะจงในรายละเอียดด้านต่าง ๆ โดยกำหนดขอบเขตของประชากรให้แคบลง เพื่อให้ทราบข้อมูลในเชิงลึก สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ถูกจุด เช่น ศึกษาเฉพาะเจาะจงประเภทของกิจการร้านค้า ที่มีการเลือกซื้อตู้แช่เครื่องดื่มเพื่อใช้ในการพาณิชย์ เจาะจงประเภทสินค้าที่ใช้แช่