

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการใช้บริการธุรกิจเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอ บางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องใช้ บริการธุรกิจเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติของผู้บริโภค ในอำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาสัดส่วนพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของ เครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เก็บ รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ค่าไคสแควร์ (Chi-square) และค่าการวิเคราะห์การถดถอย โลจิสติก (Multinomial logistic regression) สรุปผลดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอ บางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปผลการวิจัยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 15 – 25 ปี การศึกษาระดับ ปวช./ปวส. หรือเทียบเท่า สถานภาพสมรสแล้ว ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/รับจ้าง รายได้เฉลี่ย 5,001-10,000 บาทต่อเดือน มีความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติประเภท ตู้เติมเงินมือถือหยอดเหรียญ ช่วงเวลาที่ใช้บริการเวลา 18.00-22.00 น. สถานที่ใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ ใกล้ที่พักอาศัย ปัจจัยทางการตลาดที่มี อิทธิพล คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ ด้าน ผลิตภัณฑ์ คือ ด้านความหลากหลายของเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ ด้านราคา คือ ราคามีความ เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับความสะดวก และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ความสะดวกในการ เข้าถึงสถานที่ตั้งเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ

ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติกับปัจจัย ส่วนบุคคล พบว่า เพศหญิงใช้เครื่องขายสินค้าอัตโนมัติมากกว่าเพศชาย โดยสูงสุดมาใช้บริการ สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง และมาใช้บริการทุกวัน ประเภทของเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติที่ใช้บริการ

ผู้เติมเงินมือถือหยอดเหรียญ รองลงมา ผู้นำดื่มหยอดเหรียญ ช่วงเวลาและสถานที่ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ โดยอายุมากขึ้นจะมาใช้บริการน้อยลง ช่วงอายุที่มาใช้บริการมากที่สุด 15 – 25 ปี โดยสูงสุดมาใช้บริการทุกวัน และสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง ประเภทของเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติที่มาใช้บริการ ผู้เติมเงินมือถือหยอดเหรียญ รองลงมา ผู้นำดื่มหยอดเหรียญ ช่วงเวลาไม่มีความสัมพันธ์กับอายุ สถานที่ที่ใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ สูงสุดจะใช้บริการ ใกล้ที่พักอาศัย รองลงมา ที่ทำงาน/สถานศึกษา ระดับการศึกษาที่ใช้บริการมากที่สุด ปวช./ปวส. หรือเทียบเท่า โดยสูงสุดมาใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ประเภทของเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ สูงสุดจะใช้บริการ ใกล้ที่พักอาศัย รองลงมา ที่ทำงาน/สถานศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สถานภาพสมรสแล้ว มาใช้บริการ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง รองลงมาสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ประเภทของเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติที่มาใช้บริการ ผู้เติมเงินมือถือหยอดเหรียญ รองลงมา ผู้นำดื่มหยอดเหรียญ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ เวลา 18.00 – 22.00 น. สถานที่ที่ใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ สูงสุดจะใช้บริการ ใกล้ที่พักอาศัย รองลงมา ที่ทำงาน/สถานศึกษา โดยประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/รับจ้าง มาใช้บริการ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง รองลงมา สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ประเภทของเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติที่มาใช้บริการ ผู้เติมเงินมือถือหยอดเหรียญ รองลงมา ผู้นำดื่มหยอดเหรียญ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ เวลา 18.00 – 22.00 น. สถานที่ที่ใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ สูงสุดจะใช้บริการ ใกล้ที่พักอาศัย รองลงมา ที่ทำงาน/สถานศึกษา และย่านศูนย์การค้า โดยมีรายได้เฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มาใช้บริการ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง รองลงมาสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ประเภทของเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติที่มาใช้บริการ ผู้เติมเงินมือถือหยอดเหรียญ รองลงมา ผู้นำดื่มหยอดเหรียญ ช่วงเวลาไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานที่ที่ใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ สูงสุดจะใช้บริการ ใกล้ที่พักอาศัย รองลงมา ที่ทำงาน/สถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. ความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติของผู้บริโภคในอำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 15 – 25 ปี การศึกษาระดับ ปวช./ปวส. หรือเทียบเท่า สถานภาพสมรสแล้ว ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/รับจ้าง รายได้เฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน มีความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ

สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง ใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติประเภท ตู้เติมเงินมือถือหยอดเหรียญ ช่วงเวลาที่ใช้บริการเวลา 18.00 – 22.00 น. เพราะเป็นเวลาหลังเลิกงาน มีเหตุผลในการเลือกสถานที่ที่ใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ คือ ใกล้ที่พักอาศัย สะดวกในการเดินทางซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปรียารัช สายเพชร (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายน้ำดื่มบริสุทธิ์แบบหยอดเหรียญ ของผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ในเขตจตุจักร โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-25 ปี การศึกษาปริญญาตรี รายได้ 5,001-7,500 บาทต่อเดือน โดยรู้จักเครื่องจำหน่ายจากการได้เห็น ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้บริการชื้อน้ำ 1-2 ลิตร มีทัศนคติว่าการใช้บริการเครื่องที่ตั้งอยู่ในอาคารที่พักอาศัยเพราะต้องการความสะดวก

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความต้องการใช้บริการเครื่องใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติและปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชาติ สูงตรง (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการล้างรถยนต์ด้วยเครื่องอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับบริการล้างรถระบบอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์จากผู้ที่เคยไปใช้บริการล้างรถระบบอัตโนมัติ 408 คน ณ สถานีบริการน้ำมัน ศูนย์บริการล้างรถอัตโนมัติ และห้างสรรพสินค้า จำนวน 24 แห่ง กระจายตามพื้นที่เขต ทั้ง 4 เขตในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน แบบทดสอบค่ากำลังสองและการวิเคราะห์การถดถอย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ผลการศึกษพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับการยอมรับบริการล้างรถระบบอัตโนมัติ เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ส่วนตัวในปัจจุบันอยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นโสด ลักษณะบ้านที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว มีจำนวนสมาชิกภายในครอบครัว จำนวน 3 - 4 คน ระดับการยอมรับการใช้บริการเครื่องล้างรถระบบอัตโนมัติของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างยอมรับว่าการใช้บริการล้างรถระบบอัตโนมัติทำให้ประหยัดเวลา และเหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนตัว ลักษณะบ้านที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับการยอมรับบริการล้างรถระบบอัตโนมัติ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านการให้บริการ รูปลักษณ์ของตัวเครื่อง และวัสดุที่ใช้ ราคา ค่าบริการ ทำเลที่ตั้ง พนักงานให้บริการ การโฆษณา และการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับการ

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้น สถานที่จำหน่ายหรือที่ตั้งเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคมากขึ้น เพราะส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่มาใช้บริการจะเป็นเพศหญิงและจะมาใช้บริการเวลา 18.00 น. เป็นต้น

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติเป็นอันดับที่สาม ต่อจาก ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา จึงควรมีการจัดทำโปรโมชั่นในด้านส่วนลดราคา สำหรับผู้บริโภควัยต่างๆ เพื่อกระตุ้นความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติของผู้บริโภคมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะความต้องการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติของผู้บริโภคดังนั้นควรมีการเพิ่มเติมในเรื่องทัศนคติหรือความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ

2.2 ควรมีการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงเครื่องขายสินค้าอัตโนมัติและเป็นช่องทางการกระจายสินค้าอีกช่องทางหนึ่ง และต้องการกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด