

บทที่ 5

สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.50 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.25 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.50 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 36.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13.50 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 20.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.50 ตามลำดับ

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอนสาขาคลองสถานของผู้บริโภค

ผลการสำรวจระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอนสาขาคลองสถานของผู้บริโภค มากที่สุดดังนี้ อันดับ 1 ด้านราคา ($\bar{X} = 4.58$) อันดับที่ 2 ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.53$) อันดับที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.39$) อันดับที่ 4 ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเท่ากัน ($\bar{X} = 4.38$) และอันดับที่ 5 ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.33$) ตามลำดับ

5.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอนสาขาคลองสถานของผู้บริโภค

ผลการสำรวจระดับความต้องการใช้บริการร้านค้าเฟอเมซอนสาขาคลองสถานของผู้บริโภค มากที่สุดดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านการตอบสนองลูกค้า ($\bar{X} = 4.55$) อันดับที่ 2 ด้านคุณภาพการให้บริการ ($\bar{X} = 4.52$) และอันดับที่ 3 ด้านความไว้วางใจในการบริการ ($\bar{X} = 4.48$) ตามลำดับ

5.4 การทดสอบสมมติฐาน

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ พบว่า Model 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอน สาขาคลองสาน ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000 ค่า Beta เท่ากับ 0.563

Model 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอน สาขาคลองสาน ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000 และ 0.000 ค่า Beta เท่ากับ 0.574 และ 0.359

Model 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ, ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคคล มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอน สาขาคลองสาน ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.000 ค่า Beta เท่ากับ 0.570, 0.311, และ 0.254

Model 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ, ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ, ด้านบุคคล และด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอน สาขาคลองสาน ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ค่า Beta เท่ากับ 0.543, 0.291, 0.255 และ -0.146

Model 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ, ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ, ด้านบุคคล, ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอน สาขาคลองสาน ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.001 และ 0.007 ค่า Beta เท่ากับ 0.506, 0.256, 0.218, -0.126 และ -0.118

Model 6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ, ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ, ด้านบุคคล, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอน สาขาคลองสาน ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.001, 0.010 และ 0.016 ค่า Beta เท่ากับ 0.519, 0.270, 0.224, -0.124, -0.112 และ -0.096

5.5 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านกาแฟเมซอนสาขาคลองสานของผู้บริโภค มากที่สุดดังนี้ อันดับ 1 ด้านราคา อันดับที่ 2 ด้านบุคคล อันดับที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับที่ 4 ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเท่ากัน และอันดับที่ 5 ด้านกระบวนการตามลำดับ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มัทวัน กุศลอภิบาล (2555) ได้ศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัด ราชบุรี รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟสดพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดโดยรวม อยู่ในระดับ มาก โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านราคา รองลงมาได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ, ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ, ด้านบุคคล, ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านกาแฟเมซอนสาขาคลองสาน ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มัทวัน กุศลอภิบาล (2555) ได้ศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัด ราชบุรี รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟสดของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี

5.6 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านกาแฟเมซอนสาขาคลองสานของผู้บริโภคมากที่สุด คือ ด้านราคา เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะนิยมทานเป็นประจำแทบทุกวัน ดังนั้นราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคต้องคำนึงถึงการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งกาแฟเมซอนมีการตั้งราคาจำหน่ายที่เหมาะสมที่ทำให้ผู้บริโภคใช้บริการ

2. การจัดด้านบุคคลของร้านค้าเพื่อเมซอนในการให้บริการอย่างเหมาะสมทำให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจในการใช้บริการซึ่งสะท้อนออกมาในความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอนสาขาคลองสานของผู้บริโภค มากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ดังนั้นควรจะต้องรักษามาตรฐานนี้ให้คงไว้อย่างต่อเนื่อง

5.7 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอนสาขาคลองสานของผู้บริโภคในเชิงคุณภาพนอกเหนือจากการศึกษาเชิงสำรวจในครั้งต่อไป

2. อาจทำการศึกษาปัจจัยและความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอนกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากบริเวณดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมาก เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้บริการร้านค้าเพื่อเมซอนในมุมมองของชาวต่างชาติ

