

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อมิตต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ คือ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ

2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร โดยจำแนกตามสถานภาพของผู้ประกอบการผลิตอาหารประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการผลิตอาหารในปี พ.ศ. 2549 จำนวน 498 บริษัท ได้กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจงจำนวน 200 บริษัท การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่มจึงนำไปใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและเมื่อพบความแตกต่างระหว่างกลุ่มจึงเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธีการของScheffe' เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 และมีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาและสูงกว่าปริญญาตรี เท่ากันจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.5 จำแนกตามประสบการณ์ในการประกอบกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ 3-8 ปี มากที่สุด จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีประสบการณ์ 9-14 ปี จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0 จำแนกตามประเภทกิจการ พบว่า กิจการผลิตอาหารแปรรูป พืช ผัก และผลไม้ มากที่สุด จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 กิจการผลิตอาหารแปรรูปประเภทเครื่องดื่มและนม และกิจการผลิตอาหารแปรรูปประเภทสัตว์น้ำ มีจำนวนเท่ากัน คือ 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5

2. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการผลิตอาหาร พบว่า ผู้ประกอบการ มีความเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร โดยภาพรวม

อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์โดยซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.17 มีความเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และ มีความเห็นอยู่ในระดับมาก

3. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการที่มีวุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ทุกปัจจัยซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และพบว่าประเภทกิจการที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 จำแนกตามประสบการณ์ในการประกอบกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ 3-8 ปี มากที่สุด จำนวน 73 ราย มีประสบการณ์ 9-14 ปี จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0 ประกอบกิจการผลิตอาหารแปรรูป พืช ผัก และผลไม้ มากที่สุด จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ คนไทยส่วนมากทำอาชีพเกษตรกรรม ทั้งผักและผลไม้ซึ่งจะมีผลผลิตตลอดทั้งปีทำให้จัดหาวัตถุดิบได้ง่ายเป็นผู้ประกอบการรายใหม่อยู่ในช่วงเริ่มต้นประกอบการโดยมีระยะเวลาเพียง 3-8 ปี

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรผลิตอาหาร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 สำหรับด้านราคาและด้านภาพลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.90 อยู่ในระดับมาก ด้านการบริการหลังการขาย เท่ากับ 3.95 อยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 3.73 อยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับคุณภาพของเครื่องจักรมากที่สุด ทั้งในด้านคุณภาพเครื่องจักร อายุการใช้งาน มีความปลอดภัยในการใช้งานสูง มีความสะดวกในการทำความสะดวกและบำรุงรักษา รองลงมาเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสะดวกในการติดต่อกับผู้ผลิต ความสะดวกในการสั่งซื้อ ความสามารถของพนักงานขาย ส่งมอบตรงต่อเวลาและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย สอดคล้องกับ พิเศษฐ พุฒรุ่ง (2547) ได้

ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อชิ้นส่วนรถยนต์ที่ทำด้วยพลาสติก พบว่า ลูกค้านี้มีความเห็นต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

3. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรผลิตอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์พบว่ามีเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็น รายข้อ พบว่า ความปลอดภัยในการใช้งานสูง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดรองลงมาคือ คุณภาพเครื่องจักรได้มาตรฐาน อายุการใช้งานเครื่องจักรยาวนาน สะดวกในการทำความสะดวกและบำรุงรักษา สามารถออกแบบให้หลากหลายตามความต้องการได้ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคุณภาพของเครื่องจักร และความปลอดภัยเป็นเรื่องที่สำคัญมากในโรงงานผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญสูงสำหรับอายุการใช้งานนั้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นอันดับ ที่3เนื่องจากเครื่องจักรจะมีระยะเวลาในการรับประกันและมีเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงคอยดูแลอยู่ สำหรับประเด็น สามารถออกแบบให้หลากหลายตามความต้องการได้ มีความสำคัญอันดับสุดท้าย เนื่องจากการทำงานทั่วไปของเครื่องจักรการไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการทำงานบ่อยนัก สอดคล้องกับ สมจิต นันทวโนทยาน (2544) ได้ศึกษา สัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถปิกอัพเคลื่อนที่สี่ล้อของคน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านราคา ปัจจัยสถานที่ การส่งเสริมการตลาด

4. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับวุฒิการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรโดยภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความเห็นต่อปัจจัยแตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี มีความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมีความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร ต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่สำเร็จการศึกษาระดับที่สูงกว่า จะมีความรู้ความเข้าใจในระบบการตลาดและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมากกว่า ดังนั้นผลที่ได้ทำให้ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูง จะมีความเห็นต่อปัจจัยสูงกว่า

5. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ จำแนกตามประสบการณ์ในการประกอบกิจการ พบว่าผู้ประกอบการมีความ

คิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรโดยภาพรวมทั้ง 6 ด้าน แตกต่างกัน ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการประกอบกิจการต่ำกว่า 2 ปี และประสบการณ์ในการประกอบกิจการ 3-8 ปี มีความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรต่ำกว่า ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์มากกว่าจะเข้าใจปัญหาและมีความรู้จากที่ได้ดำเนินงานธุรกิจมานาน ดังนั้นความเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร จึงมีค่าสูงกว่า

6. ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทกิจการ พบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรของผู้ประกอบการโดยภาพรวมทั้ง 6 ด้านมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือผู้ประกอบการ ที่มีประเภทกิจการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องจักรไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเภทกิจการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ ในการตัดสินใจของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นการทำมาจากธุรกิจประเภทใดก็ตาม จะพิจารณาจากปัจจัยสินค้า ราคา การจัดจำหน่าย ภาพลักษณ์ การบริการหลังการขาย โดยใช้ตามความรู้และประสบการณ์ของแต่ละคน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ผลที่ได้จากการวิจัยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ซึ่งนับว่าเป็นจุดแข็งของการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร ดังนั้นบริษัท ควรจะเน้นในเรื่อง การพัฒนาคุณภาพเครื่องจักรให้ได้มาตรฐาน ความปลอดภัยในการใช้งานให้สูงขึ้น การตรงต่อเวลาในการส่งมอบเครื่องจักร และมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขาย ให้มากขึ้นเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า

1.2 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ 3-8 ปี และผู้ประกอบการผลิตแปรรูป พืชและผลไม้มากที่สุด ดังนั้น หากผู้ผลิตเครื่องจักรสามารถปรับปรุงแบบที่ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคหลักที่เป็นกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรได้ คาดว่าต่อไป น่าจะมีลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้น

1.3 ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นผู้ผลิตเครื่องจักรควรจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้นโดยจัดให้มีการโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต ทำการตลาดออฟไลน์ให้ลูกค้า ส่งตัวแทนขายไปติดต่อโดยตรง มีการประชาสัมพันธ์และให้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง คาดว่าลูกค้าจะกลับมาให้ความสนใจและตัดสินใจซื้อมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารประเภทพืชผักและผลไม้ของผู้ประกอบการเพราะจากการวิจัยพบว่าเครื่องจักรแปรรูปอาหารประเภทพืชผักและผลไม้มีความจำเป็นและใช้มากในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารพืชผักและผลไม้ จึงน่าจะเป็นโอกาสดีที่จะสานต่อเรื่องนี้

2.2 ควรทำการศึกษาประเภทเครื่องจักรที่ใช้ของโรงงานแปรรูปอาหารประเภทพืชผักและผลไม้หรือประเภทแช่เยือกแข็งอาหารทะเล ประเภทเครื่องคั้นและนม ประเภทเนื้อสัตว์ ประเภทปลาทูน่า และอื่นอีกมากมาย ว่าแต่ละประเภทกิจการใช้เครื่องจักรชนิดใดบ้าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับแต่ละประเภทของการแปรรูปนั้นๆ ให้เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้งานและผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะซื้อไปใช้ต่อไป



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร