

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE KIOSK MOBILE PHONE SERVICE IN MUEANG UBON
RATCHATHANI DISTRICT, UBON RATCHATHANI PROVINCE

อรพิน เนคมานุรักษ์¹ และ ดร.จักริน วชิรเมธิน²

Onparin Nakamanurak¹ and Dr.Chakarin Vajiramedhin²

¹สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี 34190

²คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี 34190

¹Program in Business Administration, Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani University,
Ubon Ratchathani 34190, Thailand

²Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani University, Ubon Ratchathani 34190, Thailand

*Corresponding author: E-mail: jibiko.kb@gmail.com

รับบทความ 17 กุมภาพันธ์ 2561 แก้ไขบทความ 18 เมษายน 2561 ตอบรับบทความ 22 เมษายน 2561 เผยแพร่บทความ 15 กรกฎาคม 2562

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อศึกษาปัจจัยความไว้วางใจของลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test การทดสอบ F-test และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจ ด้านการบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการตัดสินใจ พบว่า การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ส่วนการทดสอบอิทธิพลของความไว้วางใจ พบว่า ความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส, ความไว้วางใจ, การตัดสินใจ

ABSTRACT

The proposes of this research were to compare the personal factors affecting the decision to use kiosk mobile phone service in Mueang Ubon Ratchathani district, Ubon Ratchathani province and to study customer's trust factors affecting the decision to use kiosk mobile phone service in Mueang Ubon Ratchathani district, Ubon Ratchathani province. The research was a quantitative research. The sample consisted of 400 customers who made the decision to use kiosk mobile phone service in Mueang Ubon Ratchathani District, Ubon Ratchathani Province by purposive sampling. The instrument in the research was questionnaire. The statistical analysis consisted of frequency, mean, percentage, standard deviation, t-test, F-Test and multiple regression analysis.

The results reveal that the majority of participants are female, age between 21-30 years old, bachelor degree in education, pupil/ student in career and average income between 10,001-20,000 baht per month. In terms of the trust and making decision opinions, the service is the highest mean with strongly agree, meanwhile, making decision in evaluation of alternatives is the highest mean with strongly agree. The comparison of

personal factors reveal that different gender, age, highest educational level, career and average monthly income are not affected the decision to use kiosk mobile phone service in Mueang Ubon Ratchathani district, Ubon Ratchathani province. The influence of trust analysis reveals that trust significantly affects the decision to use kiosk mobile phone service in Mueang Ubon Ratchathani district, Ubon Ratchathani province with statistical level 0.01.

Keywords: kiosk mobile phone, trust, decision

บทนำ

โลกยุคนี้ถูกเรียกว่ายุคโลกาภิวัตน์ ถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ทำให้ผู้บริโภคได้มีสินค้าที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้มีความสะดวกสบายและประหยัดเวลาในการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้น ทำให้มนุษย์ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการใช้ชีวิตประจำวันอยู่เสมอ เช่น เครื่องซักผ้า รถยนต์ คอมพิวเตอร์แบบกระเป๋าทัวร์โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ ซึ่งทำให้สินค้าอิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้มีการเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ (บุญทวรรณ วิงวอน, 2556, หน้า 78-79)

จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2559 พบว่า ประชากรในประเทศไทย มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน จำนวน 67.4 ล้านคน อยู่ในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 12.9 ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) ร้อยละ 28.7 ภาคเหนือ ร้อยละ 17.0 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 27.8 และภาคใต้ร้อยละ 13.6 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบแนวโน้มการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ในช่วงระยะเวลา 5 ปี ระหว่างปี 2555-2559 พบว่า ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ลดลงจากร้อยละ 33.7 (จำนวน 21.2 ล้านคน) เป็นร้อยละ 32.2 (จำนวน 20.2 ล้านคน) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 26.5 (จำนวน 16.6 ล้านคน) เป็นร้อยละ 47.5 (จำนวน 29.8 ล้านคน) และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือทุกประเภทเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 70.2 (จำนวน 44.1 ล้านคน) เป็นร้อยละ 81.4 (จำนวน 51.1 ล้านคน) และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.0 (จำนวน 5.0 ล้านคน) เป็นร้อยละ 50.5 (จำนวน 31.7 ล้านคน) เมื่อพิจารณารายภาค พบว่า กรุงเทพมหานคร ประชากรมีโทรศัพท์มือถือทุกประเภทร้อยละ 91.3 และมีโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ร้อยละ 70.3 ภาคกลางมีโทรศัพท์มือถือทุกประเภท ร้อยละ 85.5 และมีโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ร้อยละ 56.3 ภาคเหนือโทรศัพท์มือถือทุกประเภทร้อยละ 78.9 และมีโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ร้อยละ 45.2 ภาคใต้มีโทรศัพท์มือถือทุกประเภท ร้อยละ 77.3 และมีโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ร้อยละ 48.7 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือโทรศัพท์มือถือทุกประเภท ร้อยละ 76.1 และมีโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน ร้อยละ 39.3 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559, เว็บไซต์)

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่สุดชายแดนตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศ ติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 1,857,429 คน โดยแยกเป็นประชากรวัยแรงงาน 940,917 คน คิดเป็นร้อยละ 50.65 ของประชากรทั้งจังหวัด โดยในจำนวนประชากรวัยแรงงาน เป็นผู้ที่มีการทำงาน 920,868 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี, 2560, เว็บไซต์) การให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมในจังหวัดอุบลราชธานี มีทั้งระบบโทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ระบบอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยจังหวัดอุบลราชธานี มีประชากรที่ใช้โทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 69.6 คิดเป็นอันดับที่ 51 ของประเทศ สูงสุดในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และยังมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 23.0 คิดเป็นอันดับที่ 53 ของประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559, เว็บไซต์)

การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจค้าปลีก ที่เทคโนโลยีและการเติบโตของเศรษฐกิจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงธุรกิจและโครงสร้างค้าปลีกตลอดเวลา เมื่อเทียบกับปีพุทธศักราช 2500 ที่ร้านค้าปลีกยังคงเป็นลักษณะร้านขายของชำขนาดเล็กที่ขายให้คนที่อยู่ใกล้ ๆ ในแหล่งบริเวณชุมชนนั้น แต่เมื่อพ่อค้าขายเข้ามาค้าขายกับประเทศไทย จึงได้นำเอาแนวความคิดจากตะวันตกมาใช้ จนกำเนิดเป็นห้างสรรพสินค้าในปัจจุบัน ซึ่งห้างสรรพสินค้านี้เองที่ทำให้รูปแบบธุรกิจการค้าเปลี่ยนแปลงไป และเริ่มได้รับความนิยมจากคนเมือง จึงได้ขยายร้านค้าปลีกอย่างซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดย่อยสู่ชนเมือง ธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยที่เคยเป็นร้านค้าปลีกแบบครอบครัว ตลาดสด ก็กลายมาเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ที่เน้นตั้งในทำเลที่ผู้บริโภคเดินทางไปมาสะดวก มีการบริการสะดวก ประหยัดเวลาในการซื้อสินค้า รวมทั้งมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาบริหารพื้นที่ขาย และสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (ค่านาย อภิปรัชญากุล, 2557, หน้า 10-13) ความก้าวหน้าของตลาดสมาร์ทโฟน จากเดิมที่มีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างการโฆษณา การตลาด รวมถึงการให้บริการ มาสร้างจุดแข็งในผลิตภัณฑ์ของตนเอง เพื่อการแข่งขันและสร้างต้นทุนให้กับผู้ค้ารายใหม่ที่พยายามจะเข้าสู่ตลาดสมาร์ทโฟน ส่งผลกระทบกับร้านค้าปลีกขนาดเล็กโดยตรง ที่นอกจากภาวะเศรษฐกิจทำให้ประชาชนซื้อสินค้าน้อยลงแล้ว การที่มีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มาเปิดให้บริการในบริเวณใกล้เคียง ทำให้มีผลกระทบต่อยอดขายที่ลดลง ร้านค้าปลีกขนาดเล็กต้องประสบปัญหาขาดเงินทุนหมุนเวียนในการสั่งซื้อสินค้าเพื่อนำมาจำหน่าย และบางแห่งต้องเลิกกิจการไป (ชาติชาย ชูธนิก, 2558, หน้า 1)

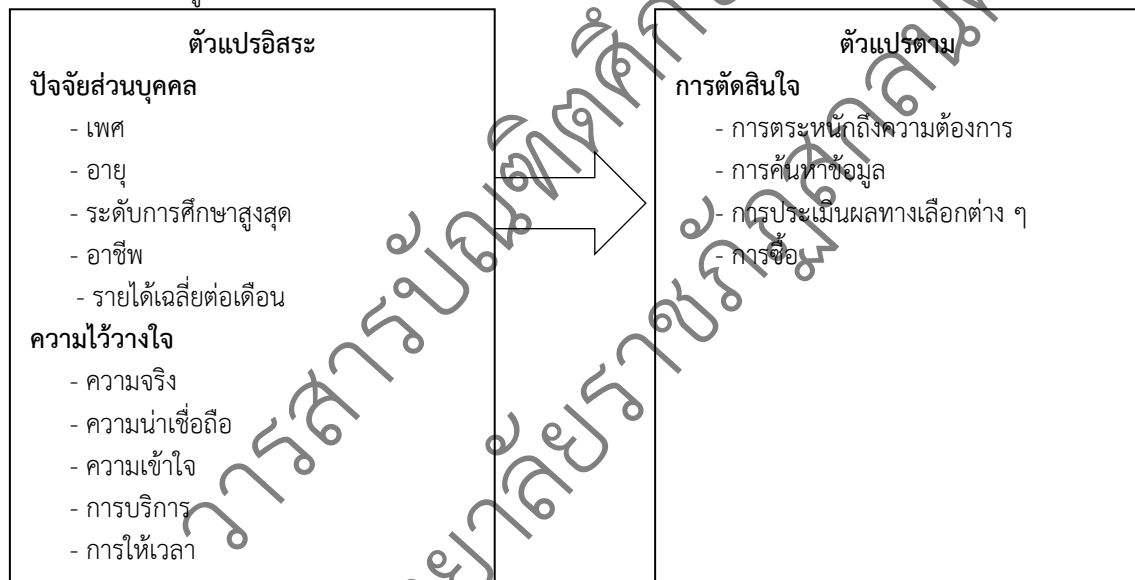
จากความเป็นมาและปัญหาที่เกิดขึ้นข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส เนื่องจากการสำรวจเบื้องต้นของผู้ศึกษา พบว่า ร้านโทรศัพท์มือถือขนาดใหญ่ในปัจจุบันมีลูกค้าซื้อสินค้าและใช้บริการจำนวนมาก ทำให้ร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออสหลายร้านมีลูกค้าลดน้อยลงทำให้ต้องปิดกิจการไป แต่บางร้านก็ยังคงดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ดังนั้น เพื่อเข้าใจความคิดและแง่มุมต่าง ๆ ของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ผลการศึกษาที่ได้ จะมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำไปปรับใช้และวางแผนธุรกิจ ให้เข้าใจลูกค้าและนำไปสู่การให้บริการที่ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้และกลุ่มใหม่ในอนาคต รวมทั้งสามารถขยายกิจการไปเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความไว้วางใจของลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออสในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานีทั้งหมด โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและความไว้วางใจของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี เป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 27 ข้อ โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ทั้งหมด คือ 0.92

วิธีรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 คน และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary

Data) จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้ได้ผลการวิจัยที่มีความสมบูรณ์ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สถิติทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA หรือ F-Test) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลและอธิบายผลข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	197	49.30
หญิง	203	50.70
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 203 คน (ร้อยละ 50.70) รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 197 คน (ร้อยละ 49.30)

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	87	21.75
21 - 30 ปี	146	36.50
31 - 40 ปี	108	27.00
มากกว่า 41 ปี	59	14.75
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 146 คน (ร้อยละ 36.50) รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 31-40 ปี จำนวน 108 คน (ร้อยละ 27.00) กลุ่มอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 87 คน (ร้อยละ 21.75) และกลุ่มอายุมากกว่า 41 ปี จำนวน 59 คน (ร้อยละ 14.75)

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	1.30
มัธยมศึกษาตอนต้น	26	6.50
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	43	10.70
มัธยมศึกษาตอนปลาย	82	20.50
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	38	9.50
ปริญญาตรี	184	46.00
ปริญญาโท	22	5.50
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 184 คน (ร้อยละ 46.00) รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 82 คน (ร้อยละ 20.50) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.70) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 38 คน (ร้อยละ 9.50) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 26 คน (ร้อยละ 6.50) ระดับปริญญาโท จำนวน 22 คน (ร้อยละ 5.50) และระดับประถมศึกษา จำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.30)

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	103	25.70
ข้าราชการ	63	15.70
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	15.00
พนักงานบริษัทเอกชน	65	16.30
ธุรกิจส่วนตัว	40	10.00
รับจ้างทั่วไป	46	11.50
เกษตรกร	13	3.30
อื่น ๆ	10	2.50
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 103 คน (ร้อยละ 25.70) รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 65 คน (ร้อยละ 16.30) ข้าราชการ จำนวน 63 คน (ร้อยละ 15.70) พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 60 คน (ร้อยละ 15.00) รับจ้างทั่วไป จำนวน 46 คน (ร้อยละ 11.50) ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 40 คน (ร้อยละ 10.00) เกษตรกร จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.30) และอื่น ๆ จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.50)

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	136	34.00
10,001–20,000 บาท	152	38.00
20,001–30,000 บาท	49	12.30
30,001–40,000 บาท	26	6.50
40,001–50,000 บาท	16	4.00
มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป	21	5.20
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–20,000 บาท จำนวน 152 คน (ร้อยละ 38.00) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 136 คน (ร้อยละ 34.00) 20,001–30,000 บาท จำนวน 49 คน (ร้อยละ 12.30) 30,001–40,000 บาท จำนวน 26 คน (ร้อยละ 6.50) มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 21 คน (ร้อยละ 5.20) และ 40,001–50,000 บาท จำนวน 16 คน (ร้อยละ 4.00)

ปัจจัยความไว้วางใจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความไว้วางใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี แบ่งออกเป็น 5 อย่าง ได้แก่ ความจริง ความน่าเชื่อถือ ความเข้าใจ การบริการ และการใช้เวลา มีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความไว้วางใจ

ปัจจัยความไว้วางใจ	X	SD	แปลผล
1. ความจริง	4.60	0.58	มากที่สุด
2. ความน่าเชื่อถือ	4.62	0.60	มากที่สุด
3. ความเข้าใจ	4.65	0.55	มากที่สุด
4. การบริการ	4.67	0.55	มากที่สุด
5. การให้เวลา	4.64	0.56	มากที่สุด
ภาพรวม	4.64	0.57	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยความไว้วางใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมมีระดับความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, $SD = 0.57$) และเมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การบริการ ($\bar{X} = 4.67$, $SD = 0.55$) ความเข้าใจ ($\bar{X} = 4.65$, $SD = 0.55$) การให้เวลา ($\bar{X} = 4.64$, $SD = 0.56$) ความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.62$, $SD = 0.60$) และความจริง ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.58$) ตามลำดับ

ปัจจัยการตัดสินใจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ และการซื้อ มีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ	X	SD	แปลผล
1. การตระหนักถึงความต้องการ	4.22	0.95	มากที่สุด
2. การค้นหาข้อมูล	4.13	1.09	มาก
3. การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ	4.60	0.57	มากที่สุด
4. การซื้อ	4.00	1.06	มาก
ภาพรวม	4.24	0.92	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.92$) เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นรายด้าน พบว่า การตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.57$) และการตระหนักถึงความต้องการ ($\bar{X} = 4.22$, $SD = 0.95$) ตามลำดับ ส่วนการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.13$, $SD = 1.09$) และการซื้อ ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 1.06$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน (Independent sample t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จะยอมรับสมมติฐาน เมื่อค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 8 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจ	เพศ	จำนวน (คน)	X	SD	t	df	Sig.
ภาพรวม	ชาย	197	12.68	1.48	0.39	398	0.78
	หญิง	203	3.99	0.78			

ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เพศแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จะยอมรับสมมติฐาน เมื่อค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 9 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจ	แหล่งที่มาความแปรปรวน	SS	df	MS	f	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	9.08	5	1.82	0.85	0.51
	ภายในกลุ่ม	837.67	394	2.13		
	รวม	846.75	399			

ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จะยอมรับสมมติฐาน เมื่อค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 10 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การตัดสินใจ	แหล่งที่มาความแปรปรวน	SS	df	MS	f	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.82	6	0.97	0.45	0.84
	ภายในกลุ่ม	840.93	393	2.14		
	รวม	846.75	399			

ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 อาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จะยอมรับสมมติฐาน เมื่อค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 11 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจ	แหล่งที่มาความแปรปรวน	SS	df	MS	f	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	27.23	7	3.89	1.86	0.07
	ภายในกลุ่ม	819.52	392	2.09		
	รวม	846.75	399			

ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (one way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จะยอมรับสมมติฐาน เมื่อค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 12 การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจ	แหล่งที่มาความแปรปรวน	SS	df	MS	f	Sig.
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	9.19	5	1.84	0.86	0.50
	ภายในกลุ่ม	837.56	394	2.13		
	รวม	846.75	399			

ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 6 ความไว้วางใจ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยความไว้วางใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) ซึ่งค่าที่ได้ต้องมีระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จะยอมรับสมมติฐาน กล่าวคือเมื่อค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 13 การวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณของปัจจัยความไว้วางใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

ตัวแปร	B	SE.	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
ความไว้วางใจ	0.64	0.06	0.48	10.95	0.00**	1.00	1.00

$R^2 = 0.23$ SEE = 1.28 F = 119.94 Sig = 0.00**

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความไว้วางใจ มีค่า Sig. = 0.00 แสดงว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์ยังพบอีกว่า ค่า R Square (R^2) เท่ากับ 0.23 พยากรณ์ได้ว่า ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานีได้ ร้อยละ 23

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี สามารถสรุปประเด็นและอภิปรายผลได้ ดังนี้

การอภิปรายผลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิญญา จินตจันทรวงศ์ (2556) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคกับบริษัทเทเลวิในจังหวัดนครปฐม พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ

อายุ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคอส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของธราธิป แวศรี (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ซื้อและผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อและใช้สมาร์ตโฟนแตกต่างกัน ในด้านกิจกรรมที่ใช้เพื่อสนทนาโต้ตอบบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social network) ความบันเทิง ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม การส่งข้อความผ่านทางโทรศัพท์ (Sms) และการเข้าชมอินเทอร์เน็ต (Internet)

ระดับการศึกษาสูงสุด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพร บุญญาสัย (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน พบว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีโทรศัพท์ให้เลือกหลากหลายยี่ห้อและหลากหลายรุ่น และด้านโปรโมชั่น ที่มีโปรโมชั่นตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น การชิงของรางวัล และมีการแจ้งข่าวสารการจัดกิจกรรมของร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ

อาชีพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิพล นาคน้อย (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคภายในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ภายในห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยที่อาชีพอื่น ๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวนีย์ ขจรเทววงศ์ (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีนของผู้บริโภคคนไทย พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคคนไทยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีนไม่แตกต่างกัน เพราะผู้ผลิตสามารถผลิตสมาร์ตโฟนออกมาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในระดับราคาที่หลากหลายเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน รวมทั้งระบบการใช้งานพื้นฐานสามารถตอบสนองการใช้งานของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้เหมือนกัน ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการใช้งานสมาร์ตโฟนได้อย่างเท่าเทียมกันในระดับกำลังซื้อที่ตนเองพึงพอใจ

การอภิปรายผลเกี่ยวกับปัจจัยความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี เนื่องจากการบริการของพนักงานร้านค้ามีความเป็นกันเอง สามารถให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ เป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด พนักงานมีความเข้าใจในความต้องการและให้ความสนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีและเสมอภาคกัน โดยปราศจากความเสียและปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งร้านค้าควรมีความทันสมัย สะอาด มีสินค้าและอุปกรณ์ทันสมัยที่มีคุณภาพไม่แตกต่างกับร้านค้าขนาดใหญ่ตามที่พนักงานให้ข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนันท์ โกวิทสิทธิพันธ์ (2556) ที่ศึกษาเรื่องความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้ที่อาศัยในอาคารชุดและอาคารอยู่อาศัยรวมในเขตกรุงเทพมหานครปี 2557 พบว่า ความไว้วางใจในภาพรวมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความไว้วางใจด้านสินค้ามากที่สุด โดยให้ความสำคัญในเรื่องการที่ร้านค้าคัดเลือกสินค้าใหม่ตรงกับที่ลูกค้าต้องการเข้ามาจำหน่ายภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ รองลงมาคือ มีสินค้าหลายขนาดให้เลือกซื้อที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า สินค้ามีคุณภาพดีไม่ชำรุดและสะอาด และมีการจำหน่ายสินค้าบางประเภทที่ร้านค้าอื่นไม่มี นอกจากนั้นยังมีปัจจัยด้านอื่นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่า ความไว้วางใจด้านราคา ความไว้วางใจด้านบริการ ความไว้วางใจด้านสถานที่จัดจำหน่ายและวิธีการจัดจำหน่าย และความไว้วางใจด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวนีย์ วิบุโร (2558) ที่ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อสินค้ากับร้านนั้น ๆ เนื่องจากส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ร้านค้ามีความทันสมัย นำเข้าไปใช้บริการ มีตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ก่อนตัดสินใจซื้อ จำนวนสาขาของศูนย์บริการมีมากมายครอบคลุมเพื่อตอบสนองข้อสงสัยต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้ และการตัดสินใจซื้อก็สามารถเลือกเข้าช่องทางการจำหน่ายใดก็ได้ ซึ่งไม่จำเป็นที่จะต้องเข้ารับบริการที่ใดที่หนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มลูกค้าสมาร์ตโฟน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้เจ้าของกิจการนำผลการศึกษาที่ได้ไปพัฒนา ปรับปรุง และต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้าให้มีการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือมากขึ้น ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นหนึ่งปัจจัยพื้นฐานในการแบ่งส่วนตลาดและกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจ แต่ร้านค้าก็ไม่สามารถเลือกหรือกำหนดลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อสินค้าและบริการได้ทั้งหมด ดังนั้นเจ้าของกิจการจะต้องมีความเข้าใจในความแตกต่างของปัจจัย

ส่วนบุคคลนี้ เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษา ที่มีการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออสมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษานี้ จะพิจารณาประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ จากทำเลที่ตั้งของร้านที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงพิจารณาเรื่องการค้นหาข้อมูล โดยสอบถามข้อมูลสินค้ากับพนักงานร้าน เมื่อถูกกระตุ้นการซื้อจากพนักงานร้าน ก็จะตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด โดยยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างนักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่มีความตั้งใจมาซื้อสินค้าจากร้านนั้น ๆ อยู่แล้ว เนื่องจากมีความคิดเห็นว่าเป็นร้านที่สามารถซื้อสินค้าใหม่เพื่อทดแทนสินค้าเดิมจากร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออสได้ ดังนั้น เมื่อเจ้าของกิจการมีความเข้าใจในกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของร้านแล้ว การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าที่มีความโดดเด่นสะดุดตา มีพนักงานร้านที่สามารถให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและกระตุ้นการซื้อจากลูกค้าได้ และมีสินค้าที่มีคุณภาพทนทานและเหมาะสมกับราคา จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ได้อย่างสูงสุด รวมทั้งผู้ประกอบการจะสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจได้ชัดเจนยิ่งขึ้นอีกด้วย

ปัจจัยความไว้วางใจ กลุ่มตัวอย่างให้ความไว้วางใจในการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี มากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ ด้านการบริการ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีความเป็นกันเองในการให้บริการมากที่สุด พนักงานจึงเป็นบุคคลสำคัญที่จะช่วยให้ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าเกิดการตัดสินใจง่ายและรวดเร็วขึ้น โดยพนักงานร้านเองจะต้องเป็นบุคคลที่ให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ รวมทั้งสามารถจัดการให้ลูกค้าเข้ารับบริการได้โดยสะดวก ไม่ต้องรอคิว ดังนั้นเจ้าของกิจการจึงควรกำชับพนักงานขายในการแสดงความจริงใจในการให้บริการกับลูกค้าทุกครั้ง หากร้านค้าทำได้ดังนี้ ร้านค้าขนาดเล็กแบบร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ก็สามารถสร้างความไว้วางใจและความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าและบริการได้ไม่แตกต่างกับร้านค้าขนาดใหญ่ได้อย่างแน่นอน ในระยะยาวก็将会ให้ผลประกอบการดีขึ้นเพราะลูกค้าให้ความไว้วางใจในการมาซื้อสินค้าที่ร้านได้โดยไร้กังวล จนสามารถพัฒนาต่อยอดขยายธุรกิจจากร้านค้าขนาดเล็กแบบคิออสไปเป็นร้านค้าขนาดใหญ่ได้

ปัจจัยการตัดสินใจ ก่อนกลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส กลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาปัจจัยด้านการประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ก่อนเป็นอันดับแรก โดยขั้นแรกจะประเมินเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านค้าที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย จากนั้นจะค้นหาข้อมูลโดยการสอบถามข้อมูลสินค้าจากพนักงานขาย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตระหนักถึงความต้องการของตนเองแล้วว่าสามารถซื้อสินค้าใหม่เพื่อทดแทนสินค้าเดิมจากร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออสได้เนื่องจากมีความตั้งใจมาซื้อสินค้าจากร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออสอยู่แล้ว ดังนั้นเจ้าของกิจการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้านค้าที่จะต้องโดดเด่นและดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้า โดยอาจจะมีการตกแต่งด้วยป้ายไฟต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการมองเห็น หรือตั้งป้ายโฆษณาของร้านค้าขนาดใหญ่ในระดับสายตาเพื่อดึงดูดความสนใจลูกค้า ในขณะที่ตัวแทนพนักงานขายก็ควรจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าทุกประเภทที่มีจำหน่ายในร้านค้าเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับลูกค้า โดยพนักงานขายจะต้องเรียนรู้สินค้าใหม่ ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยม หรือศึกษาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือลูกค้าในกรณีให้บริการข้อมูลด้านการใช้งานในเรื่องต่าง ๆ นอกจากนี้ขณะที่นำเสนอขายสินค้าหรือบริการอยู่นั้น พนักงานควรแจ้งสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ลูกค้าคาดหวังเพื่อเป็นการเร้าให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น เพื่อสร้างความไว้วางใจ ความประทับใจ และทัศนคติที่ดีต่อร้านค้าขนาดเล็กอย่างร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส เสมอเหมือนร้านขายโทรศัพท์มือถือขนาดใหญ่

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือแบบคิออส ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณภาพ ที่สามารถนำไปใช้ขยายองค์ความรู้ให้กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายความเกี่ยวข้องกันของปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากข้อค้นพบได้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

เลือกกลุ่มประชากร ควรกำหนดกลุ่มประชากรให้มีสัดส่วนเท่า ๆ กัน ซึ่งข้อมูลที่ได้นั้นจะทำให้สามารถนำมาเปรียบเทียบและบอกรายละเอียดที่แตกต่างกันของลักษณะส่วนบุคคลได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

พื้นที่ในการวิจัย ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในสถานที่แตกต่างกัน เพื่อนำผลมาศึกษาว่ามีความแตกต่างจากงานวิจัยฉบับนี้หรือไม่ ซึ่งผลที่ได้สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ในการทำธุรกิจร้านโทรศัพท์มือถือให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้

การกำหนดตัวแปร ควรเพิ่มตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดเข้าไปด้วย จะช่วยให้ครอบคลุมตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านโทรศัพท์มือถือของลูกค้า ซึ่งจะทำให้สามารถปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

การทำวิจัยเชิงคุณภาพ ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ทราบข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้นอันนำไปสู่คำตอบที่แท้จริงที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- คำนาย อภิปรัชญากุล. (2557). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก*. กรุงเทพฯ: บริษัท โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง จำกัด.
- ชนันทร โกวิทสิทธิ์นันท์. (2556). *ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้ที่อาศัยในอาคารชุด และอาคารอยู่อาศัยรวมในเขตกรุงเทพมหานครปี 2557*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชาติชาย ชูรินทร์. (2558). *ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองเลย จังหวัดเลย*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ณัฐพร บุญญาสัย. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมการการค้าปลีกที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้า ในห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาลำพูน*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธราธิป แววศรี. (2557). *ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุญทวารณ วิงวอน. (2556). *การเป็นผู้ประกอบการยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวภาคย์ วิบุโร. (2558). *ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสาวนีย์ ขจรเทวาวงค์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีนของผู้บริโภคคนไทย*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *บทสรุปสำหรับผู้บริหารการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2559*. เข้าถึงได้จาก <http://www.nso.go.th>. 18 มิถุนายน 2560.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี. (2560). *แผนพัฒนาท้องถิ่น 4 ปี พ.ศ. 2561-2564*. เข้าถึงได้จาก <http://www.ubon.go.th/webdatas/articles/ArticleFile6565.pdf>. 18 มิถุนายน 2560.
- อภิญา จินต์จันทรวงศ์. (2556). *พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคกับบริษัทเทเลวิทใน จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อิทธิพล นาคน้อย. (2556). *ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคภายในห้างสรรพสินค้าใน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.