

พฤติกรรมการใช้บริการตู้เต๋าบิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต Behavior of Using the Tao Bin Vending Machine Service, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University

วัชรพงศ์ โสภางค์¹ ภาณุพันธ์ นายนาว¹ วัชรารัตน์ นิรุติธรรมธรา^{*2} และ วีระพล สุขสมบุญ²
Watcharapong Sopapong¹ Panupun Nayao¹ Vacharawadee Niruttithamthara^{*2}
and Veerapol Suksomboon²

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต¹

Undergraduate Student, Business Computer Program, Faculty of Management Sciences Science Phuket Rajabhat University¹

อาจารย์สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต²

Faculty Member, Business Computer Program, Faculty of Management Science Phuket Rajabhat University²

*Corresponding author, e-mail: vacharawadee.n@pkru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเต๋าบิน พฤติกรรมการใช้บริการตู้เต๋าบิน การตัดสินใจใช้บริการตู้เต๋าบิน ปัญหาในการใช้บริการตู้เต๋าบิน และปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการตู้เต๋าบิน ประชากร และกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตที่เคยใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเต๋าบิน โดยสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติค่า t การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-21 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 3,100-3,500 บาท ใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน นิยมซื้อเครื่องดื่มประเภทชาไม่กลั่นในช่วงกลางวัน ด้วยเหตุผลด้านความสะดวก และการชำระเงินผ่านบัตรเดบิตเงิน ปัญหาที่พบบ่อยที่สุด คือ สินค้าหมดหรือไม่มีสินค้าในตู้ รองลงมา คือ ระบบการชำระเงินขัดข้อง ปัจจัยด้านความสะดวกในการเข้าถึงมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคาและการส่งเสริมการขาย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการและการตัดสินใจใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเต๋าบินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาการให้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: พฤติกรรม ตู้เต๋าบิน คณะวิทยาการจัดการ

Abstract

This research aims to study the behavior of using "Tao Bin" automated beverage vending machines among students at Phuket Rajabhat University. The study focuses on the usage behavior, decision-making processes, issues encountered, and the key factors influencing the usage of Tao Bin vending machines. The population and sample consisted of 400 students from Phuket Rajabhat University who had experience using Tao Bin vending machines. The sampling method employed was accidental sampling. A questionnaire was used as the data collection instrument. Data analysis was conducted using descriptive statistics, along with hypothesis testing through t-tests, One-way ANOVA, and pairwise comparison analysis.

The results revealed that most respondents were male, aged between 20-21 years, pursuing a bachelor's degree, with a monthly income of 3,100-3,500 baht. They used the vending machines 1-2 times per month, predominantly purchasing bubble tea during the afternoon. Convenience and cashless payment methods, such as prepaid cards, were the primary reasons for using the service. The most common issues were product unavailability and payment system malfunctions. The most influential factors affecting their

decision to use the vending machines were the convenience of access, followed by price and promotional activities. Personal factors, such as gender, age, educational level, and income, significantly influenced the importance of service factors and decision-making at the 0.05 level of statistical significance. The findings from this study can be used to enhance the efficiency of automated beverage vending machines, ensuring they better meet the needs of users and improve service satisfaction.

Keywords: Behavior, Tao Bin Vending Machines, Faculty of Management Science

บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจแนวโน้มนำรายได้ของอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ในปี 2565-2567 ยังคงมีแนวโน้มเติบโตขึ้นในตลาดในประเทศ (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, 2565) ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องหาวิธีการในการออกแบบนวัตกรรมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค พร้อมทั้งต้องพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมไปถึงการสร้างความสะดวกสบายที่จะทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มพร้อมทั้งเป็นการลดต้นทุน และความซับซ้อนของการบริหารจัดการร้านค้าปลีก ซึ่งบริษัท ฟอรัท เวนดิง จำกัด ได้ทำการคิดค้นและพัฒนาตู้จำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ ในชื่อ “ตู้เต่าบิน” ให้บริการคาเฟ่อัตโนมัติ 24 ชั่วโมง โดยตู้เต่าบินจะจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีการทำสดใหม่ มีเมนูให้ผู้บริโภคเลือกมากถึง 170 เมนู (Taobin, 2022) โดยตู้เต่าบินเปิดตัวครั้งแรกในงานไทยแลนด์ แฟรนไชส์ แอนด์ บิสซิเนส ออฟฟอร์ทูนิตี้ ในเดือน ตุลาคม 2563 ก่อนจะติดตั้งตู้แห่งแรกในเดือน มกราคม 2564 ด้วยระยะเวลาเพียง 1 ปี แต่ตู้เต่าบินประสบความสำเร็จอย่างมาก ณ สิ้นไตรมาสที่ 2 ของปี 2565 มีจำนวนตู้เต่าบินให้บริการ 2,138 ตู้ สัดส่วนพื้นที่ติดตั้ง ร้อยละ 53 กระจายตัวอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และร้อยละ 47 กระจายอยู่ในต่างจังหวัด ทำยอดขายต่อเดือน 80,135 บาทต่อตู้ต่อเดือน คิดเป็นจำนวน 76 แก้วต่อตู้ต่อเดือน โดยบริษัทคาดว่าภายในปี 2565 จะเพิ่มขึ้นไปถึง 5,000 ตู้ และเป้าหมายในปี 2567 ตู้เต่าบินจะมีมากถึง 20,000 ตู้ (บริษัท ฟอรัท สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน), 2565) ด้วยเหตุนี้ การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องดื่มอัตโนมัติ “เต่าบิน” ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการ ปัญหาและอุปสรรคที่พบ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ผลการศึกษานี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และสามารถพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการตู้เต่าบิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการตู้เต่าบิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
3. เพื่อศึกษาปัญหาในการใช้บริการตู้เต่าบิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการตู้เต่าบิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

สมมติฐานในการวิจัย

1. ข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการตู้เต่าบิน
2. ข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตู้เต่าบิน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 3,194 คน (สำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, 2567) ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1973) ยังไม่เห็นในหัวข้อ เอกสารอ้างอิงได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 355 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเป็นชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยการแบ่งเป็นชั้นปี และจึงใช้การสุ่มไม่อาศัยความน่าจะเป็น แบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ทศคติที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของเครื่องขายอัตโนมัติมีลักษณะเป็นแบบคำถามปลายปิด

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการใช้ตู้เครื่องดื่มจากเครื่องขายอัตโนมัติเตาบิน

ตอนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานตู้เครื่องดื่มอัตโนมัติเตาบิน

และเพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใน 2 ด้าน คือ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา และความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยดำเนินการดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อตรวจสอบเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารว่าเหมาะสมและง่ายต่อการทำความเข้าใจและการประเมินความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยรายข้อมากกว่า 0.5

2. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้านความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด จากนั้นจึงนำข้อมูลมาทดสอบหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยวิธีการหาค่า Cronbach's Alpha โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติต่างๆ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การแปลความหมายข้อมูล (Interpretation) โดยใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive Research) อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยอธิบายและนำเสนอในรูปตารางเป็นร้อยละ

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	แสดงถึง ระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	แสดงถึง ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	แสดงถึง ระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	แสดงถึง ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	แสดงถึง ระดับน้อยที่สุด

การวิเคราะห์สมมติฐาน โดยการหาค่า t (Independent sample t-test) สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) การหาความแตกต่างรายคู่ (Post Hoc)

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการตู้เตาบิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สรุปผลได้ดังนี้
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเตาบินของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ผู้ที่ใช้บริการตู้เตาบิน ในมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต คณะวิทยาการจัดการ ส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อเครื่องดื่มประเภท ชาไข่มุก (ร้อยละ 45.5) นิยมเลือกซื้อเครื่องดื่ม เดือนละ 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 60.3) ใช้ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง 20-40 บาท (ร้อยละ 58.9) นิยมเลือกซื้อกับเพื่อน (ร้อยละ 44.9) ช่วงกลางวันมากที่สุด (ร้อยละ 45.3) ปัญหาที่พบบ่อยที่สุด คือ การเลือกสินค้าไม่สะดวก (ร้อยละ 47.8) ส่วนใหญ่นิยมใช้บัตรเติมเงินในการชำระค่าสินค้า (ร้อยละ 52.2)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติต่าบิณของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการตัดสินใจการใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติต่าบิณของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

การตัดสินใจการใช้บริการตู้ต่าบิณ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	4.12	0.573	มีการตัดสินใจมาก
ด้านเวลาและความรวดเร็ว	4.06	0.429	มีการตัดสินใจมาก
ด้านราคาและความคุ้มค่า	3.99	0.444	มีการตัดสินใจมาก
ด้านคุณภาพของสินค้า	3.70	0.605	มีการตัดสินใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97	0.450	มีการตัดสินใจมาก

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการตัดสินใจการใช้บริการตู้ต่าบิณทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ด้านเวลาและความรวดเร็ว ด้านราคาและความคุ้มค่า และด้านคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.12, 4.06, 3.99 และ 3.70 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติต่าบิณของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัญหาในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติต่าบิณของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับปัญหา
ด้านเครื่องไม่จ่ายสินค้า	3.98	0.364	มีปัญหามาก
ด้านระบบการชำระเงินขัดข้อง	4.02	0.382	มีปัญหามาก
ด้านสินค้าหมดหรือไม่มีสินค้าในตู้	4.20	0.286	มีปัญหามาก
ด้านเครื่องทำงานช้า	3.85	0.599	มีปัญหามาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01	0.285	มีปัญหามาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานตู้เครื่องดื่มอัตโนมัติต่าบิณทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการที่สินค้าหมดหรือไม่มีสินค้าในตู้ ด้านระบบการชำระเงินขัดข้อง ด้านเครื่องไม่จ่ายสินค้า และด้านเครื่องทำงานช้า มีค่าเฉลี่ย 4.20, 4.02, 3.98 และ 3.85 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการตู้ต่าบิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต คณะวิทยาการจัดการ

ตารางที่ 3. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการตู้ต่าบิณ

ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการตู้ต่าบิณ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.04	0.643	มีความสำคัญมาก
ด้านราคา	3.94	0.672	มีความสำคัญมาก
ด้านสถานที่	4.02	0.550	มีความสำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.10	0.296	มีความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02	0.475	มีความสำคัญมาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการตู้ต่าบิณทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.10, 4.04, 4.02 และ 3.94 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตู้เต่าบิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ตารางที่ 4 การทดสอบความแตกต่างที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการตู้เต่าบิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	การทดสอบ F-test	
	F-Ratio	F-Prob.
อายุ	16.207	.000*
ระดับการศึกษา	4.310	.000*
รายได้ต่อเดือน	2.051	.000*
เพศ	5.163	.000*
สถานะภาพ	3.336	.737

จากตารางที่ 4 พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการตู้เต่าบิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตู้เต่าบิน

ตารางที่ 5 การทดสอบความแตกต่างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตู้เต่าบิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	การทดสอบ F-test	
	F-Ratio	F-Prob.
อายุ	129.683	.000*
ระดับการศึกษา	34.669	.000*
รายได้ต่อเดือน	198.132	.000*
เพศ	5.163	.000*
สถานะภาพ	3.336	.737

จากตารางที่ 5 พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตู้เต่าบิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลงานวิจัยในหัวข้อ เรื่อง “พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเต่าบิน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต คณะวิทยาการจัดการ” พบประเด็นที่น่าสนใจควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. การตัดสินใจใช้บริการ เครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเต่าบินของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล ปาละสุข (2562) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มจากตู้กดอัตโนมัติเต่าบินของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัย พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มจากตู้กดอัตโนมัติเต่าบินของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมาที่สุดคือด้านการประเมินทางเลือกด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากคือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อด้านการรับรู้ปัญหา และด้านการค้นหาข้อมูลตามลำดับ

2. พฤติกรรมการใช้ตู้เครื่องดื่มจากเครื่องขายอัตโนมัติเต่าบิน ผู้ที่ใช้บริการตู้เต่าบิน ในมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต คณะวิทยาการจัดการ ส่วนใหญ่นิยมชำระเงินโดยใช้บัตรเติมเงินมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์นิภา กิตติวุฒิดำรงชัย และ กฤษฎา พรประภา (2563) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญกับพฤติกรรมการใช้บริการตู้เติมเงินอัตโนมัติบุญเติม ในจังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมใช้บัตรเติมเงินในการทำธุรกรรม เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากความสะดวกและการเข้าถึงง่าย

3. ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการตู้เต่าบิน ในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเต่าบิน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรวัฒน์ โอสยะเสน (2565) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการเลือกใช้ตู้เต่าบินของประชากรในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า การส่งเสริมการขายและการจัดกิจกรรมมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การแข่งขัน การแจกคูปองส่วนลด ส่งผลต่อความสนใจและการเข้าร่วมของผู้บริโภค

4. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานตู้เครื่องดื่มอัตโนมัติเตาบิน มากที่สุด คือ ด้านสินค้าหมดหรือไม่มีสินค้าในตู้ รองลงมา คือ ด้านระบบการชำระเงินขัดข้อง ด้านเครื่องไม่จ่ายสินค้า และด้านเครื่องทำงานช้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญญา เทียนทอง (2564) ได้ศึกษา ปัญหาเกี่ยวกับความเสถียรของระบบของการใช้บริการตู้เตาบิน ปัญหาหลักในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติที่นักศึกษาพบ คือ การจ่ายเงินไม่สำเร็จ หรือเครื่องไม่ทำงานตามปกติ ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไม่พึงพอใจ และอาจไม่กลับมาใช้บริการอีก

5. การตัดสินใจการใช้บริการตู้เตาบิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มากที่สุด คือ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง รองลงมา คือ ด้านเวลาและความรวดเร็ว ด้านราคาและความคุ้มค่า และด้านคุณภาพของสินค้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยธิดา แสงนิล และ ทรงพร หาญสันติ (2566) ได้ศึกษา การรับรู้และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มจากตู้จำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ “เตาบิน” ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่ระบุถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย บุคคล กระบวนการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มจากตู้เตาบินอย่างมีนัยสำคัญ

สรุป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-21 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพนักศึกษา รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 3,100-3,500 บาท ใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเตาบินเดือนละ 1-2 ครั้ง นิยมเลือกซื้อในช่วงเวลาเที่ยงวัน โดยเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ ชาไข่มุก เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ คือ ความสะดวก และการชำระเงินผ่านบัตรเติมเงิน ปัญหาสำคัญที่พบจากการใช้บริการ คือ สินค้าหมดในตู้และระบบการชำระเงินขัดข้อง ในขณะที่ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดกิจกรรมกระตุ้นความสนใจ ถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านการบริการและคุณภาพของสินค้า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเตาบินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้พัฒนาประสิทธิภาพของเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรวางแผนกลยุทธ์การตลาดโดยพิจารณาปัจจัย เช่น อายุและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ซึ่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ “เตาบิน” โดยการปรับกลยุทธ์ที่เหมาะสมสามารถเพิ่มความนิยมและยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรศึกษาวิธีการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ “เตาบิน” ผ่านการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ เช่น ระบบแจ้งเตือนสถานะสินค้าแบบเรียลไทม์ การเพิ่มตัวเลือกชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน หรือการปรับปรุงระบบรักษาความเสถียรของเครื่อง เพื่อเพิ่มความสะดวกและประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ

3. ควรจัดกิจกรรมหรือแคมเปญเพื่อสร้างความรับรู้เกี่ยวกับข้อดีและวิธีการใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ เช่น การแจกคูปองส่วนลด การจัดโปรโมชั่นสำหรับนักศึกษา หรือกิจกรรมชิงรางวัล เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ

4. ควรศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มเติมเกี่ยวกับรสชาติและประเภทของเครื่องดื่ม เช่น การเพิ่มตัวเลือกเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ หรือการพัฒนารสชาติที่สอดคล้องกับความนิยมในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

5. ควรมีแผนการบำรุงรักษาเครื่องและการแก้ไขปัญหาเชิงรุก เช่น การตรวจสอบสภาพเครื่องอย่างสม่ำเสมอ การเพิ่มช่องทางแจ้งปัญหาของผู้ใช้งาน หรือการตั้งทีมสนับสนุนที่สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันที เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัย ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเตาบินของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ของคนในจังหวัดภูเก็ตรวมทั้งยังเป็นผลทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ ๆ ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการศึกษาวิจัยตามแนวทางต่อไปนี้

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ควรมีการศึกษาถึงประชากรกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ อาจจะเป็นกลุ่มจังหวัดหัวเมืองใหญ่ ๆ ตามภูมิภาคหรือจังหวัด ปริมณฑล

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการที่ตัดสินใจซื้อหรือไม่ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลให้แก่ผู้ให้บริการไปใช้ในการปรับปรุงและจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจและ สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภคได้ อย่างดีที่สุด

3. ควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรอื่นๆที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการเครื่องจำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติเตาป็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

เอกสารอ้างอิง

บริษัท ฟอर्थ สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน). (2565). รายงานคำอธิบายและการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและผลดำเนินงาน ประจำปีไตรมาส 2 ปี 2565.

ปิยธิดา แสงนิล และ ทรงพร หาญสันติ (2566) การรับรู้และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มจากตู้จำหน่ายเครื่องดื่มอัตโนมัติ “เตาป็น” ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(5), 23-23.

ปริญญา เทียนทอง. (2564). ปัญหาเกี่ยวกับความเสถียรของระบบการใช้บริการตู้เตาป็น (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

พรพิมล ปาละสุข. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มจากตู้กดอัตโนมัติเตาป็นของคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พิมพ์นิภา กิตติวุฒิดำรงชัย, และ กฤษฎา พรประภา. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการตู้เติมเงินอัตโนมัติบูตเติม: กรณีศึกษาจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์*, 16(1), 77-85

ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี. (2565). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2565-2567: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม. ค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Food-Beverage/Beverage/IO/io-beverage-2022>

สำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. (2567). ข้อมูลจำนวนนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

อมรวัฒน์ โอสีเสณ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการเลือกใช้บริการตู้เตาป็นในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การศึกษาคำว่าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Taobin. (2022). *Your Robotic Barista*. Retrieved from <https://www.tao-bin.com/>

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Harper and Row.