

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา ประกอบด้วย

- ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ข้อมูลทั่วไปของโรงแรม
- ข้อมูลสำหรับธุรกิจที่ยังไม่ได้ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนหรือระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์
- ข้อมูลสำหรับธุรกิจที่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์
- ข้อมูลทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีต่อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์
- ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อ

ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษา

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 70.7 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 29.3 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมา อายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมา ระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 31.0 มีตำแหน่งงานในปัจจุบันอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา ตำแหน่งผู้จัดการ/หัวหน้าด้านซ่อมบำรุงและตำแหน่งผู้จัดการ/หัวหน้าส่วนด้านซ่อมบำรุง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.4 มีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจโรงแรม 10 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมา มีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจโรงแรม 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.6 มากกว่าด้านอื่น

ข้อมูลทั่วไปของโรงแรม

จากการศึกษาพบว่า ขนาดของโรงแรมของธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่มีจำนวนห้อง 50 – 99 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา มีจำนวนห้องต่ำกว่า 49 ห้อง คิดเป็นร้อยละ 29.3 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา มากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.9 จำนวนพนักงานมีต่ำกว่า 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมา มีพนักงาน 11 – 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 ลักษณะของการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัดและบริษัทจำกัด จำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมา เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 20.7 ราคาของห้องพักของมีราคา 400 – 600 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมา มีราคาต่ำกว่า 400 บาท คิดเป็น ร้อยละ 39.7 การติดตั้งระบบทำน้ำร้อน คิดเป็นร้อยละ 87.9 รองลงมา ไม่มีการติดตั้งระบบทำน้ำร้อน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ระบบทำน้ำร้อนที่ติดตั้งเป็นระบบทำน้ำร้อนแบบใช้ไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมา ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 26.6 มากกว่าด้านอื่น

ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ของธุรกิจ ที่ยังไม่ได้ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนหรือระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์

จากการศึกษา พบว่า สาเหตุที่ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ยังไม่ได้ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนหรือระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์คือภาวะเศรษฐกิจทำให้ไม่ยอมลงทุนเพิ่ม คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมา ระบบน้ำร้อนที่ใช้อยู่ดีแล้ว คิดเป็นร้อยละ 21.3 ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ไม่สนใจในการติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ การติดตั้งระบบน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ในอนาคตธุรกิจโรงแรมให้ความสำคัญในระดับไม่แน่ใจ แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ได้แก่ สิ่งพิมพ์โฆษณา คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมา โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 21.3 ส่วนใหญ่ยังไม่ได้ติดตั้งระบบทำน้ำเพราะไม่รู้จักระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 87.2 รองลงมา รู้จักระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 12.7 บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ได้แก่เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมา หุ่นส่วนของกิจการและผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 6.4 มากกว่าด้านอื่น

ข้อมูลของธุรกิจที่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์

จากการศึกษา พบว่า สาเหตุที่ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์คือช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาได้แก่ เหมาะสมกับขนาดของโรงแรมที่ประกอบธุรกิจอยู่ คิดเป็นร้อยละ 72.7 ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ พร้อมกับสร้างโรงแรมใหม่ คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมา ติดตั้ง 3 – 5 ปี ที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 27.3 ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับระบบน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์จากตัวแทน คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมา จากข่าวสารการณรงค์เรื่องการประหยัดพลังงาน และจากการแนะนำจากธุรกิจประเภทเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแนะนำการติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ให้ธุรกิจประเภทเดียวกันแน่นอน ในอนาคตเมื่อธุรกิจโรงแรมมีการขยายสาขาหรือกิจการมีการติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์แน่นอน และติดตั้งกับบริษัทเดิม คิดเป็นร้อยละ 81.8 เนื่องจาก มีการรับประกันสินค้า คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาให้บริการดีและรวดเร็ว และชื่อเสียงบริษัทเป็นที่รู้จักกันดี จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 55.6 ส่วนเล็กติดตั้งกับบริษัทใหม่ คิดเป็นร้อยละ 18.2 เนื่องจากพิจารณาจากองค์ประกอบโดยรวม เช่น ราคา การบริการ และคุณภาพของระบบทำน้ำร้อนแบบแบบเดิมยังไม่ดีพอ

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการโรงแรมที่มีต่อปัจจัยที่มีผลในการเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์

ปัจจัยที่มีผลทำให้เลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ประโยชน์ มีการรับประกันสินค้า และมีอะไหล่สำรอง โดยที่ปัจจัยย่อยด้านการบริการหลังขายคุณภาพ ทรานสิค้ำ มีหลากหลายยี่ห้อให้เลือก และมีหลายขนาดตามขนาดของห้องพักของโรงแรม ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตาม ขนาดของโรงแรม ลักษณะการจดทะเบียน และราคาห้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการมีการรับประกัน มากกว่าปัจจัยอื่น

ด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ราคาเครื่อง โดยที่ปัจจัยย่อยด้านราคาอะไหล่ ราคาอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ในการติดตั้ง ส่วนลดเงินสด เวลาการชำระเงิน เงินคาวนั อัตรดอกเบี้ยเงินผ่อน และระยะเวลาในการให้สินเชื่อ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตาม ขนาดของโรงแรม ลักษณะการจดทะเบียน และราคาห้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อราคาเครื่อง มากกว่าปัจจัยอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ ติดต่อได้ง่าย บริษัทมีชื่อเสียงและเชื่อถือได้ มีการทำงานและการให้บริการลูกค้ารวดเร็ว มีตัวแทนหลายแห่ง และทำเลที่ตั้งบริษัท ไปมาสะดวก

เมื่อจำแนกตาม ขนาดของโรงแรม ลักษณะการจดทะเบียน และราคาห้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการติดต่อได้ง่าย มากกว่าปัจจัยอื่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีพนักงานออกไปแนะนำระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ การประชาสัมพันธ์ โดยการใช้แผ่นพับ ป้ายผ้า จดหมายเชิญชวนให้มาใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ โดยที่ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการขาย เช่น มีการลดราคา หรือมีของแถม จดหมายตรง / โทรศัพท์เชิญลูกค้ามาใช้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญน้อย

เมื่อจำแนกตาม ขนาดของโรงแรม ลักษณะการจดทะเบียน และราคาห้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการมีพนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มากกว่าปัจจัยอื่น

ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ต้นทุนของเงิน และภาวะเศรษฐกิจ โดยที่ปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร และขั้นตอนในการอนุมัติ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญน้อย

เมื่อจำแนกตาม ขนาดของโรงแรม ลักษณะการจดทะเบียน และราคาห้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อต้นทุนของเงิน มากกว่าปัจจัยอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์คือทำให้ประหยัดพลังงานไฟฟ้า คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา ช่วยรักษาสภาพแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 79.3 ระบบสามารถใช้กับห้องพักจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 56.9 เล็งเห็นถึงประโยชน์ในระยะยาวและบำรุงรักษาง่าย จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 36.4 และตระหนักในความจำเป็นในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาที่พบในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ เรียงตามลำดับ ได้แก่ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ ผลิตภัณฑ์ต้องใช้พื้นที่มากในการติดตั้งและน้ำไม่ร้อนตอนที่ไม่มีแสงอาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมา อะไหล่หาซื้อยาก คิดเป็นร้อยละ 14.0 มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ ผลิตภัณฑ์มีราคาสูง คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมา อะไหล่มีราคาสูง คิดเป็นร้อยละ 25.9 มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ มีตัวแทนน้อย คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมา พนักงานให้บริการมีจำนวน ไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 19.0 มากกว่าด้านอื่น

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ ไม่มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมา ไม่มีการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 34.5 มากกว่าด้านอื่น

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ทักษะของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ใช้ทฤษฎี ดังนี้

- ทฤษฎีสี่ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix)
- ทฤษฎี S-R
- ทฤษฎีการวิเคราะห์ตลาดธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค
- ทฤษฎีทางทัศนคติ

สำหรับทฤษฎี ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุดในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ ประโยชน์ มีการรับประกันสินค้า และมีอะไหล่สำรอง คุณภาพ ราคาสินค้า มีหลากหลายยี่ห้อให้เลือก และมีหลายขนาดตามขนาดของห้องพักของโรงแรม

- ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมากในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ ราคาเครื่อง ราคาอะไหล่ ราคาอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ในการติดตั้ง ส่วนลดเงินสด เวลาการชำระเงิน เงินคาวนั้ อัตราดอกเบี้ยเงินผ่อน และระยะเวลาในการให้สินเชื่อ

- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ได้แก่ ติดต่อดี ง่าย บริษัทมีชื่อเสียงและเชื่อถือได้ มีการทำงานและการให้บริการลูกค้ารวดเร็ว มีตัวแทนหลายแห่ง และทำเลที่ตั้งบริษัทไปมาสะดวก

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุดในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีพนักงานออกไปแนะนำระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ ป้ายผ้า จดหมายเชิญชวนให้มาใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ มีการลดราคา หรือมีของแถม จดหมายตรง / โทรศัพท์เชิญลูกค้ามาใช้บริการ

สำหรับทฤษฎีการวิเคราะห์ตลาดธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย

- ปัจจัยสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors)

- ปัจจัยภายในองค์กร (Organizational Factors)

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยสิ่งแวดล้อม ในระดับมากที่สุดในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ได้แก่ ต้นทุนของเงิน ภาวะ

เศรษฐกิจ ส่วนปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร และขั้นตอนในการอนุมัติ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญ 4 ระดับตามความสำคัญมาก

สำหรับทฤษฎี S - R ซึ่งประกอบด้วย

สิ่งกระตุ้นจากภายนอกด้านการตลาดและสิ่งกระตุ้นภายนอกอื่น ๆ จากการศึกษา พบว่า

- สิ่งกระตุ้นทางผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับที่ 2 และโดยเฉพาะในเรื่องการรับประกันสินค้า ประโยชน์และการมีอะไหล่สำรองซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด
- สิ่งกระตุ้นทางราคาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับ 1 โดยเฉพาะปัจจัยด้านราคาเครื่องผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด
- สิ่งกระตุ้นทางช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับ 3 สำหรับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในทุกปัจจัย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับ 4 ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด
- ด้านการตอบสนองของผู้ซื้อ ด้านการเลือกผลิตภัณฑ์ พบว่าส่วนใหญ่ใช้ระบบทำน้ำร้อนแต่ใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์เพียง 11 ราย ทางด้านการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่ได้จากสิ่งพิมพ์และโฆษณา

สำหรับทฤษฎีทางทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วย

1. องค์ประกอบทางด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Component) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์คือทำให้ประหยัดพลังงานไฟฟ้า แหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สิ่งพิมพ์โฆษณา
2. องค์ประกอบทางด้านท่าทีความรู้สึก (Affective Component) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลทำให้เลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ ปัจจัยด้านราคา เป็นอันดับแรก
3. องค์ประกอบทางด้านการปฏิบัติ (Behavioral Component) พบว่า การติดตั้งระบบทำน้ำร้อนของธุรกิจ โรงแรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการติดตั้งระบบทำน้ำร้อน โดยระบบทำน้ำร้อนที่ติดตั้งในธุรกิจโรงแรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระบบทำน้ำร้อนแบบใช้ไฟฟ้าและระยะเวลาที่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์พร้อมสร้างโรงแรม

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาค้นพบว่าธุรกิจ โรงแรมที่ไม่ได้ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนมีเพียง 7 ราย และระบบทำน้ำร้อนที่ติดตั้งในธุรกิจ โรงแรมของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระบบทำน้ำร้อนแบบใช้ขี้เลื่อยหรือก๊าซหุงต้มเป็นเชื้อเพลิงมี 7 ราย สาเหตุที่ธุรกิจ โรงแรมไม่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ นอกจากสาเหตุที่สำคัญต่างๆ แล้วยังมีเหตุผลเกี่ยวกับเรื่องไม่มีข้อมูลของระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งสูง และไม่มีตัวแทนมานำเสนอแหล่งข้อมูลที่ทำให้ทราบเกี่ยวกับระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ได้แก่พนักงานขาย และธุรกิจที่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์แล้วจะแนะนำให้ธุรกิจประเภทเดียวกันติดตั้งอย่างแน่นอน

ธุรกิจ โรงแรมที่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อน 51 แห่ง จากทั้งหมด 58 แห่ง ซึ่งเป็นระบบไฟฟ้า 33 แห่ง ระบบน้ำมันเชื้อเพลิง 8 แห่งและระบบ แสงอาทิตย์เพียง 11 แห่ง สาเหตุส่วนหนึ่งที่ยังไม่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ได้แก่ ไม่มีข้อมูลของระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ และยังไม่มีความสนใจด้าน การติดตั้งในระบบแสงอาทิตย์ในระดับมากและมากที่สุดถึง 13 ราย ในอนาคตมีผู้ที่จะติดตั้งระบบแน่นอน และอาจทำเลย 13 ราย แหล่งข้อมูลที่น่าสนใจได้รับด้าน สิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ มากกว่าสื่ออื่นๆ โดยทราบจากพนักงานขาย มี 5 ราย และตัวแทน 1 ราย สาเหตุส่วนใหญ่ที่ไม่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ เพราะไม่รู้จัก ถึง 42 ราย และสำหรับผู้ที่รู้จักจะรู้จักยี่ห้อ Solahart และ Solarcell บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจจะเป็นเจ้าของกิจการ มากกว่าเจ้าหน้าที่ระดับสูง สาเหตุที่หลักที่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและรองลงมาคือ เหมาะสมกับขนาดของ โรงแรมที่ประกอบธุรกิจอยู่ สำหรับผู้ที่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์อยู่แล้ว ส่วนใหญ่จะทราบข้อมูลจากตัวแทนและทำการติดต่อให้ในธุรกิจเจ้าของเดียวกันและจะติดตั้งเมื่อทำการขยายสาขาหรือธุรกิจ และพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกบริษัทเดิม

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่อยู่ในแต่ละระดับได้แก่

ลำดับความสำคัญที่ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลำดับความสำคัญที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลำดับความสำคัญที่ 3 ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ลำดับความสำคัญที่ 4 ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ พบว่า ปัจจัยที่มีลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการรับประกันสินค้า ประโยชน์ มีอะไหล่สำรอง

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ พบว่า ปัจจัยที่มีลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ราคาเครื่อง ราคาอะไหล่ ราคาอุปกรณ์ที่ใช้ในการติดตั้ง ส่วนลดเงินสด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ พบว่า ปัจจัยที่มีลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ติดต่อดีง่าย บริษัทมีชื่อเสียง และเชื่อถือได้ มีการทำงาน และให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ พบว่า ปัจจัยที่มีลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีพนักงานออกไปแนะนำระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ

ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ที่มีผลทำให้เลือกใช้ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ปัจจัยที่มีลำดับความสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ต้นทุนของเงิน ภาวะเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

ปัญหาที่พบในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ตามลำดับความสำคัญได้แก่

ในลำดับความสำคัญที่ 1 ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์

ในลำดับความสำคัญที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลำดับความสำคัญที่ 3 ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับความสำคัญที่ 4 ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ ผลิตภัณฑ์ต้องใช้พื้นที่มากในการติดตั้ง ไซ้ยาก อะไหล่หาซื้อยาก น้ำไม่ร้อนตอนที่ไม่มีแสงอาทิตย์ มีขนาดใหญ่และเสียงบอย ตามลำดับ

ปัญหาด้านราคา พบว่า ในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ ผลิตภัณฑ์มีราคาสูง อะไหล่มีราคาสูง ราคาของผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงบ่อย ไม่มีการให้เครดิต และแต่ละยี่ห้อีราคาแตกต่างกัน ตามลำดับ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ มีตัวแทนน้อย พนักงานให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอ ระบบการทำงานและบริการล่าช้า ระบบการทำงานไม่แม่นยำและไม่ถูกต้องและติดต่อยาก ตามลำดับ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ในการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ คือ ไม่มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ ไม่มีการประชาสัมพันธ์ พนักงานให้บริการมีจำนวนไม่เพียงพอและไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับระบบ ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ส่วนใหญ่จำแนกตามการติดตั้งและขนาดของโรงแรม ลักษณะการจดทะเบียน และราคาห้องพัก ส่วนใหญ่ไม่ต่างกันยกเว้นเรื่อง ปัจจัยทางด้านการจัดจำหน่าย

สำหรับเมื่อจำแนกตามการจดทะเบียนแตกต่างทางด้านปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สำหรับเมื่อจำแนกตามราคาห้องพัก พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึงปัจจัยภายนอกอื่นๆ ด้วย

สำหรับเมื่อจำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ แตกต่างกัน ได้แก่ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึงปัจจัยภายนอกอื่นๆ ด้วย

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมติดตั้งระบบทำน้ำร้อน แต่มีการติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ 11 แห่ง จากทั้งหมด 58 แห่ง โดยส่วนใหญ่ไม่สนใจที่จะติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์

บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์เป็นเจ้าของกิจการ หุ่นส่วนของกิจการ ผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการ/หัวหน้าด้านการจัดซื้อ กรรมการ และผู้จัดการผู้จัดการ/หัวหน้าด้านซ่อมบำรุง ตามลำดับ

สาเหตุที่ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ เพราะช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย เหมาะสมกับขนาดของโรงแรมที่ประกอบธุรกิจอยู่ ห่วงใยสิ่งแวดล้อม เล็งเห็นถึงประโยชน์ในระยะยาวและบำรุงรักษาง่าย ตามลำดับ

สาเหตุที่ธุรกิจโรงแรมที่ยังไม่ได้ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ตามลำดับดังนี้

1. ภาวะเศรษฐกิจทำให้ไม่อยากลงทุนเพิ่ม
2. ระบบน้ำร้อนที่ใช้อยู่ดีแล้วไม่จำเป็น
3. ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์
4. ยังไม่มีตัวแทนมานำเสนอ

ความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ตามลำดับ ดังนี้

1. ทำให้ประหยัดพลังงานไฟฟ้า
2. ช่วยรักษาสภาพแวดล้อม
3. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง
4. มีขนาดพอเหมาะไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้
5. ระบบสามารถใช้กับห้องพักจำนวนมาก
6. ทำให้ลดการใช้น้ำมัน
7. อายุการใช้งานยาวนาน
8. เก็บความร้อนไว้ได้นาน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อการเลือกใช้หรือเลือกซื้อระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ประกอบด้วยเหตุผล ปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้หรือเลือกซื้อและปัญหาที่จะเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

เนื่องจากว่ายังมีความเป็นไปได้ที่จะเสนอให้ติดตั้งระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ เพราะว่ามีเพียง 11 รายเท่านั้น ที่ติดตั้งและเหตุผลที่ไม่ติดตั้ง เพราะว่ามีข้อมูล ไม่มีตัวแทนไปเสนอขาย ดังนั้นเราควรที่จะโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น การส่งจดหมายตรงไป พร้อมทั้งให้พนักงานขายไปติดต่อเพื่อชี้แจงข้อมูลให้ละเอียดขึ้น โดยการนำเสนอในด้านที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เช่น การรับประกันสินค้า ราคาเครื่อง วิธีการติดตั้ง มีบริการหลังการขาย

ถ้าจะทำการโฆษณาควรจะโฆษณาทางโทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ในด้านการบริการหลังการขาย ควรมีแผนกบริการโดยเฉพาะ ซึ่งสามารถติดต่อได้ง่ายและตลอดเวลา และมีพนักงานเพียงพอที่จะบริการทางด้านนี้

สำหรับพนักงานขายควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องทำความร้อนซึ่งสามารถที่จะให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาได้ถูกต้องและเพียงพอ

สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นอาจแก้ไขได้ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

- ควรจะแก้ปัญหารีเอจอะไหล่หายาก โดยจัดหาอะไหล่สำรองไว้เพียงพอ ส่วนด้านการใช้งานยากของเครื่องทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์ ควรจะมีพนักงานเข้าไปแนะนำการใช้และคู่มือให้ง่ายต่อการเข้าใจ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ควรเพิ่มพนักงานขายและตัวแทนให้มีเพียงพอและอบรมพนักงานให้มีการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ควรที่จะโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น นอกจากนั้นควรจะมีการวางแผนการตลาดดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) ยึดหลักคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีเด่น และพัฒนาตราสินค้า จำเป็นต้องมีการให้บริการก่อนและหลังการขาย (Pre sales and post sales servicing) มีการผลิตตามที่ถูกคำต้องการ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ต้องมีความคงทนถาวร สามารถประหยัดเวลาแรงงาน สามารถสร้างความเชื่อถือ และมีกำลังการผลิตสูง

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) เนื่องจากปริมาณการขายต่ำมาก ราคาต่อหน่วยจึงสูงและต้องบวกส่วนเกินไว้สูง เพราะฉะนั้นทุกหน่วยที่ขายได้ จึงมีความสำคัญ และสินค้ามีมูลค่าสูง ระบบชำระเงินแบบผ่อนชำระ เป็นงวด ๆ จึงจำเป็นต้องนำมาใช้

3. กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Distribution strategy) จะจัดจำหน่ายโดยใช้พนักงานขายมากกว่าการโฆษณา พนักงานขายต้องมีความรู้เฉพาะด้าน เช่น ด้านวิศวกรรม คอมพิวเตอร์ ฯลฯ ส่วนการโฆษณาอาจจะมีบ้างในนิตยสารเฉพาะกลุ่มลูกค้า

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy) เน้นการขายโดยตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมโดยผ่านคนกลาง เพราะสินค้าราคาสูง และต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะด้านของพนักงานขาย

นอกจากนี้ควรจะดูปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อหรือเลือกใช้ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อใช้เป็นจุดขาย สำหรับโรงแรมที่ยังไม่ได้ติดตั้งหรือติดตั้งระบบอื่นที่ไม่ใช่ระบบทำน้ำร้อนด้วยแสงอาทิตย์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University