

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีอายุอยู่ในช่วง 15-60 ปี จำนวน 400 ราย ผลการศึกษานำเสนอเป็น 5 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 1-8)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ (ตาราง 9-18)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ (ตาราง 19-23)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 24-78)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 79-98)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติมากที่สุด (ตาราง 99-100)

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตาม เพศ ลักษณะที่อยู่อาศัย การเคยเห็นหรือใช้บริการ แนวโน้มที่จะซื้อ และการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ (ตาราง 101-123)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนผู้อยู่อาศัย และลักษณะที่อยู่อาศัย โดยผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	127	31.8
หญิง	273	68.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	17	4.2
20-30 ปี	139	34.8
31-40 ปี	112	28.0
41-50 ปี	84	21.0
51-60 ปี	43	10.8
มากกว่า 60 ปี	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	198	49.5
สมรส	192	48.0
อื่นๆ	10	2.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ คือ หย่าร้าง และหม้าย

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา มีสถานภาพ สมรส จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 และมีสถานภาพอื่นๆ คือ หย่าร้าง และหม้าย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	22	5.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช.	58	14.5
อนุปริญญา, ปวส.	50	12.4
ปริญญาตรี	239	59.8
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	31	7.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปวส. จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน-นักศึกษา	30	7.5
พนักงานเอกชน	183	45.8
ข้าราชการ-พนักงานรัฐวิสาหกิจ	71	17.8
เจ้าของกิจการ	40	10.0
รับจ้างทั่วไป	50	12.4
แม่บ้าน-พ่อบ้าน	22	5.5
อื่นๆ	4	1.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ คือ พนักงานมหาวิทยาลัย

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	28	7.0
5,000-10,000 บาท	164	41.0
10,001-15,000 บาท	80	20.0
15,001-20,000 บาท	34	8.4
20,001-25,000 บาท	23	5.8
มากกว่า 25,000 บาท	71	17.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา ระดับรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และระดับรายได้มากกว่า 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย

จำนวนผู้อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
1 คน (อาศัยอยู่คนเดียว)	63	15.7
2-4 คน	246	61.5
5-7 คน	87	21.8
มากกว่า 7 คน	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้อยู่อาศัยด้วย 2-4 คน จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา มีผู้อยู่อาศัยด้วย 5-7 คน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 และมีผู้อยู่อาศัยด้วย 1 คน หรืออาศัยอยู่คนเดียว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ลักษณะที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
บ้านพัก (บ้านเดี่ยว, ทาวน์เฮาส์, ตึกแถว)	293	73.2
อาคารชุด (หอพัก, อพาร์ทเมนต์, คอนโดมิเนียม)	107	26.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก เช่น บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ และตึกแถว จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 และมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด เช่น หอพัก อพาร์ทเมนต์ และคอนโดมิเนียม จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ

การศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ตามแนวคิดเกี่ยวกับการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ โดยผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการ เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ

เคยเห็นหรือใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เคยเห็นและเคยใช้บริการ	4	1.0
เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ	34	8.5
ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้บริการ	362	90.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 362 คน คิดเป็นร้อยละ 90.5 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น

ประโยชน์มากกว่าซื้อจากแหล่งอื่น	จำนวน	ร้อยละ
สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง	318	79.5
ข้าวสารมีคุณภาพดี สดใหม่เพราะมีการเปลี่ยนและเติมข้าวสารเป็นประจำ	103	25.8
สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ	254	63.5
สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	220	55.0
สถานที่ติดตั้งเครื่องสะดวก ใกล้บ้านหรือแหล่งชุมชน	182	45.5
ได้ข้าวสารนำหนักเต็มตามจำนวนที่ซื้อมากกว่า เพราะการซื้อจากร้านค้าปลีกแบบแบ่งขายมักได้ข้าวสารขาดน้ำหนัก	151	37.8

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคา

ระดับราคา	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูกกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด	184	46.0
ราคาเท่ากับราคาที่ขายตามท้องตลาด	179	44.8
ราคาแพงกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด	37	9.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาถูกกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา มีความคิดเห็น คือ ราคาเท่ากับราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ตั้ง

สถานที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้คอนโดมิเนียม, หอพัก	258	64.5
ภายในโครงการบ้านจัดสรร	178	44.5
ใกล้ตลาด ร้านค้าชุมชน	221	55.3
ใกล้ร้านสะดวกซื้อ	156	39.0
ใกล้ที่ทำงาน	113	28.3
อื่นๆ	11	2.8

หมายเหตุ: 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

2. อื่นๆ คือ ใกล้บ้าน และใกล้ชุมชน

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวอัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ภายในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

ตาราง 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	50	12.5
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	206	51.5
2 สัปดาห์/ครั้ง	55	13.8
เดือนละ 1 ครั้ง	43	10.7
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	12	3.0
ไม่ซื้อเลย	34	8.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: ไม่ซื้อเลย เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และคาดว่าจะซื้อทุกวัน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตาราง 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะในการซื้อ

ลักษณะในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อใช้เป็นประจำ	199	49.8
ซื้อเฉพาะเมื่อขาด (ฉุกเฉิน)	201	50.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 และคาดว่าจะซื้อใช้เป็นประจำ จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8

ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อ

ปริมาณการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (5 บาท)	22	5.5
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (10 บาท)	39	9.8
0.5 กิโลกรัม	52	13.0
0.8 กิโลกรัม (1 ลิตร)	61	15.2
1 กิโลกรัม	140	35.0
3 กิโลกรัม	38	9.5
5 กิโลกรัม	28	7.0
มากกว่า 5 กิโลกรัม	20	5.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

ตาราง 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ

แนวโน้มที่จะซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	139	34.8
อาจจะซื้อ	159	39.8
ไม่แน่ใจ	82	20.5
อาจจะไม่ซื้อ	11	2.7
ไม่ซื้อแน่นอน	9	2.2
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: ไม่ซื้อแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขยายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาซื้อแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5

ตาราง 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขยายอัตโนมัติ

การเปลี่ยนมาซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อทดแทนแน่นอน	106	26.5
อาจจะซื้อทดแทน	161	40.2
ไม่แน่ใจ	98	24.5
อาจจะไม่ซื้อทดแทน	24	6.0
ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน	11	2.8
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจาก เครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5

ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการ แนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ

การแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	171	42.8
อาจจะแนะนำ	154	38.5
ไม่แน่ใจ	65	16.2
อาจจะไม่แนะนำ	8	2.0
ไม่แนะนำแน่นอน	2	0.5
รวม	400	100.0

หมายเหตุ: ไม่แนะนำแน่นอน เนื่องจาก ไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่น ซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว	160 (40.0)	165 (41.3)	66 (16.5)	5 (1.3)	4 (1.0)	4.18 (มาก)
ความอร่อยของข้าวสาร	179 (44.8)	154 (38.5)	62 (15.5)	5 (1.3)	0 (0.0)	4.27 (มาก)
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	133 (33.3)	189 (47.3)	71 (17.8)	6 (1.5)	1 (0.3)	4.12 (มาก)
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	247 (61.8)	104 (26.0)	43 (10.8)	5 (1.3)	1 (0.3)	4.48 (มาก)
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	182 (45.5)	133 (33.3)	77 (19.3)	7 (1.8)	1 (0.3)	4.22 (มาก)
รูปลักษณ์ของเครื่องขายข้าวสาร	110 (27.5)	158 (39.5)	121 (30.3)	11 (2.8)	0 (0.0)	3.92 (มาก)
ความง่ายในการใช้งานเครื่อง ขายข้าวสารอัตโนมัติ	186 (46.5)	162 (40.5)	46 (11.5)	4 (1.0)	2 (0.5)	4.32 (มาก)
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ใน ราคาเพียง 5 บาท	139 (34.8)	144 (36.0)	91 (22.8)	17 (4.3)	9 (2.3)	3.97 (มาก)
เครื่องสามารถทอนเงินได้	175 (43.8)	148 (37.0)	61 (15.3)	10 (2.5)	6 (1.5)	4.19 (มาก)
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	186 (46.5)	153 (38.3)	54 (13.5)	7 (1.8)	0 (0.0)	4.30 (มาก)
มีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท	156 (39.0)	170 (42.5)	64 (16.0)	9 (2.3)	1 (0.3)	4.18 (มาก)

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีการเติมข่าวสารสม่ำเสมอ	181 (45.3)	165 (41.3)	50 (12.5)	4 (1.0)	0 (0.0)	4.31 (มาก)
มีการเปลี่ยนข่าวสารในเครื่องทุกเดือน	187 (46.8)	157 (39.3)	51 (12.8)	5 (1.3)	0 (0.0)	4.32 (มาก)
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	249 (62.3)	104 (26.0)	39 (9.8)	8 (2.0)	0 (0.0)	4.49 (มาก)
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	190 (47.5)	145 (36.3)	59 (14.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	4.30 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	184 (46.0)	130 (32.5)	73 (18.3)	12 (3.0)	1 (0.3)	4.21 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	257 (64.3)	104 (26.0)	34 (8.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.53 (มากที่สุด)
เครื่องไม่กินเหรียญ	242 (60.5)	107 (26.8)	43 (10.8)	8 (2.0)	0 (0.0)	4.46 (มาก)
สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย	254 (63.5)	115 (28.8)	29 (7.3)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.55 (มากที่สุด)
มีป้ายบอกชี้หือข่าวสารที่จำหน่าย	149 (37.3)	174 (43.5)	69 (17.3)	7 (1.8)	1 (0.3)	4.16 (มาก)
รวม	3,746 (46.8)	2,881 (36.0)	1,203 (15.0)	142 (1.8)	28 (0.4)	4.27 (มาก)

จากตาราง 19 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.27 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมา คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.53 และตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. ค่าเฉลี่ย 4.49

ตาราง 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	197 (49.3)	115 (28.8)	78 (19.5)	9 (2.3)	1 (0.3)	4.25 (มาก)
ราคาเท่ากับราคาตลาด	72 (18.0)	142 (35.5)	146 (36.5)	27 (6.8)	13 (3.3)	3.58 (มาก)
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	35 (8.8)	60 (15.0)	130 (32.5)	64 (16.0)	111 (27.8)	2.61 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ของข้าว	154 (38.5)	177 (44.3)	63 (15.8)	6 (1.5)	0 (0.0)	4.20 (มาก)
รวม	458 (28.6)	494 (30.9)	417 (26.1)	106 (6.6)	125 (7.8)	3.66 (มาก)

จากตาราง 20 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.66 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.20 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.58

ตาราง 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่าย ต่อการเข้าถึง	197 (49.3)	159 (39.8)	41 (10.3)	2 (0.5)	1 (0.3)	4.37 (มาก)
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	214 (53.5)	152 (38.0)	32 (8.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.44 (มาก)
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	185 (46.3)	159 (39.8)	53 (13.3)	2 (0.5)	1 (0.3)	4.31 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวก ใกล้บ้าน	187 (46.8)	166 (41.5)	46 (11.5)	0 (0.0)	1 (0.3)	4.35 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่ง ร้านค้า	138 (34.5)	167 (41.8)	82 (20.5)	10 (2.5)	3 (0.8)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	123 (30.8)	166 (41.5)	100 (25.0)	9 (2.3)	2 (0.5)	4.00 (มาก)
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถแลกเปลี่ยน เหรียญได้	117 (29.3)	165 (41.3)	95 (23.8)	21 (5.3)	2 (0.5)	3.94 (มาก)
รวม	1,161 (41.5)	1,134 (40.5)	449 (16.0)	45 (1.6)	11 (0.4)	4.21 (มาก)

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.21 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.37 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.35

ตาราง 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	92 (23.0)	157 (39.3)	126 (31.5)	24 (6.0)	1 (0.3)	3.79 (มาก)
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่อง ขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ	111 (27.8)	165 (41.3)	101 (25.3)	22 (5.5)	1 (0.3)	3.91 (มาก)
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	84 (21.0)	177 (44.3)	113 (28.3)	24 (6.0)	2 (0.5)	3.79 (มาก)
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	80 (20.0)	174 (43.5)	117 (29.3)	27 (6.8)	2 (0.5)	3.76 (มาก)
มีการแจกตัวอย่างข้าว ให้ทดลองหุง	151 (37.8)	139 (34.8)	85 (21.3)	22 (5.5)	3 (0.8)	4.03 (มาก)
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จ แล้ว	119 (29.8)	147 (36.8)	96 (24.0)	31 (7.8)	7 (1.8)	3.85 (มาก)
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้ เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติ	103 (25.8)	185 (46.3)	91 (22.8)	19 (4.8)	2 (0.5)	3.92 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งาน ในตอนแรก	103 (25.8)	169 (42.3)	91 (22.8)	30 (7.5)	7 (1.8)	3.83 (มาก)
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุน กิจกรรมในชุมชน	111 (27.8)	175 (43.8)	91 (22.8)	18 (4.5)	5 (1.3)	3.92 (มาก)
รวม	954 (26.5)	1,488 (41.3)	911 (25.3)	217 (6.0)	30 (0.8)	3.87 (มาก)

จากตาราง 22 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.87 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมา คือ มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติและบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.92

ตาราง 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติมากที่สุด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	214	53.5
ด้านราคา	74	18.5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	106	26.5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติมากที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และด้านราคา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ จำนวนผู้อยู่อาศัย และลักษณะที่อยู่อาศัย กับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ตามแนวคิดเกี่ยวกับการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ โดยผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

จากข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้นั้น พบว่ามีการกระจายตัวของข้อมูลอยู่มาก จึงจำเป็นต้องรวบรวมข้อมูลบางกลุ่มแล้วทำการจัดกลุ่มใหม่ เพื่อให้ข้อมูลที่ทำ การจัดกลุ่มใหม่นั้นสามารถวิเคราะห์ได้ถูกต้องมากขึ้น ซึ่งหลังจากจัดกลุ่มข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามใหม่แล้ว พบว่าข้อมูลบางด้านยังคงเหมือนเดิม คือ ข้อมูลด้านเพศ และข้อมูลด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ส่วนข้อมูลที่จัดกลุ่มใหม่ มีทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ ข้อมูลด้านอายุ ข้อมูลด้านรายได้ ข้อมูลด้านจำนวนผู้อยู่อาศัย แนวโน้มที่จะซื้อ และการเปลี่ยนมาซื้อซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลด้านอายุ จากตาราง 2 พบว่า ช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี ช่วงอายุ 50-60 ปี และช่วงอายุมากกว่า 60 ปี มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อย จึงทำการรวมข้อมูลใหม่ โดยรวมช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี และ ช่วงอายุ 20-30 ปี เข้าด้วยกันแล้วเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นช่วงอายุต่ำกว่า 31 ปี และรวมช่วงอายุ 41-50 ปี ช่วงอายุ 51-60 ปี และช่วงอายุมากกว่า 60 ปี เข้าด้วยกันแล้วเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ดังตาราง 24

ตาราง 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 31 ปี	156	39.0
31-40 ปี	112	28.0
มากกว่า 40 ปี	132	33.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 31 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

ข้อมูลด้านรายได้ จากตาราง 6 พบว่า ระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 15,001-20,000 บาท และมากกว่า 25,000 บาท มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อย จึงทำการรวมข้อมูลใหม่ โดยรวมระดับรายได้ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท เข้าด้วยกันแล้วเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นระดับรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท รวมระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท เข้าด้วยกันแล้วเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นระดับรายได้ 10,001-20,000 บาท และรวมระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท และ มากกว่า 25,000 บาท เข้าด้วยกันแล้วเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาทดังตาราง 25

ตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,001 บาท	192	48.0
10,001-20,000 บาท	114	28.5
มากกว่า 20,000 บาท	94	23.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ต่อเดือน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา ระดับรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และระดับรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

ข้อมูลด้านจำนวนผู้อยู่อาศัย จากตาราง 7 พบว่า จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 7 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อย จึงทำการรวมข้อมูลใหม่ โดยรวมจำนวนผู้อยู่อาศัย 5-7 คน และมากกว่า 7 คน เข้าด้วยกันแล้วเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นจำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คนดังตาราง 26

ตาราง 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่

จำนวนผู้อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
1 คน (อาศัยอยู่คนเดียว)	63	15.7
2-4 คน	246	61.5
มากกว่า 4 คน	91	22.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีผู้อยู่อาศัยด้วย 2-4 คน จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมามีผู้อยู่อาศัยด้วยมากกว่า 4 คน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และมีผู้อยู่อาศัยด้วย 1 คน หรืออาศัยอยู่คนเดียว จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7

ตาราง 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่

แนวโน้มที่จะซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	139	35.5
ยังไม่ได้ตัดสินใจ	252	64.5
รวม	391	100.0

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มยังไม่ได้ตัดสินใจที่จะซื้อข่าวสารผ่านเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติ จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และกลุ่มที่ตัดสินใจแล้วว่าจะซื้อแน่นอน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

ตาราง 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปลี่ยนมาซื้อ ที่ทำการจัดกลุ่มใหม่

การเปลี่ยนมาซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	106	27.2
ยังไม่ได้ตัดสินใจ	283	78.2
รวม	389	100.0

จากตาราง 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่ได้ตัดสินใจที่จะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารผ่านเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนแหล่งซื้อเดิม จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.7 และกลุ่มที่ตัดสินใจแล้วว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารผ่านเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนแหล่งซื้อเดิม จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ

จำแนกตามเพศ

ตาราง 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ และเพศ

เคยเห็นหรือใช้บริการ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เคยเห็นและเคยใช้บริการ	1 (0.8)	3 (1.1)	4 (1.0)
เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ	14 (11.0)	20 (7.3)	34 (8.5)
ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้บริการ	112 (88.2)	250 (91.6)	362 (90.5)
รวม	127 (100.0)	273 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 29 การศึกษาการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 88.2 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 91.6 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตาราง 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น และเพศ

ประโยชน์มากกว่าซื้อจากแหล่งอื่น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง	99 (78.0)	219 (80.2)	318 (79.5)
ข้าวสารมีคุณภาพดี สดใหม่เพราะมีการเปลี่ยนและเติมข้าวสารเป็นประจำ	32 (25.2)	71 (26.0)	103 (25.8)
สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ	84 (66.1)	170 (62.3)	254 (63.5)
สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	65 (51.2)	155 (56.8)	220 (55.0)
สถานที่ติดตั้งเครื่องสะดวก ใกล้บ้านหรือแหล่งชุมชน	58 (45.7)	124 (45.4)	182 (45.5)
ได้ข้าวสารน้ำหนักเต็มตามจำนวนที่ซื้อ มากกว่า เพราะการซื้อจากร้านค้าปลีกแบบแบ่งขายมักได้ข้าวสารขาดน้ำหนัก	48 (37.8)	103 (37.7)	151 (37.8)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

จากตาราง 30 การศึกษาความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 66.1 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8

ตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคา และเพศ

ระดับราคา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ราคาถูกกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด	57 (44.9)	127 (46.5)	184 (46.0)
ราคาเท่ากับราคาที่ขายตามท้องตลาด	54 (42.5)	125 (45.8)	179 (44.8)
ราคาแพงกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด	16 (12.6)	21 (7.7)	37 (9.2)
รวม	127 (100.0)	273 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 31 การศึกษาระดับราคาของข้าวสารที่ซื้อจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาถูกกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมามีความคิดเห็น คือ ราคาเท่ากับราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาถูกกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมามีความคิดเห็น คือ ราคาเท่ากับราคาขายตามท้องตลาด จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาขายตามท้องตลาด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตาราง 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ตั้ง และเพศ

สถานที่ตั้ง	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ใกล้คอนโดมิเนียม, หอพัก	82 (64.6)	176 (64.5)	258 (64.5)
ภายในโครงการบ้านจัดสรร	57 (44.9)	121 (44.3)	178 (44.5)
ใกล้ตลาด ร้านค้าชุมชน	84 (66.1)	137 (50.2)	221 (55.3)
ใกล้ร้านสะดวกซื้อ	53 (41.7)	103 (37.7)	156 (39.0)
ใกล้ที่ทำงาน	28 (22.0)	85 (31.1)	113 (28.3)
อื่นๆ	2 (1.6)	9 (3.3)	11 (2.8)

หมายเหตุ: 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

2. อื่นๆ คือ พนักงานมหาวิทยาลัย

จากตาราง 32 การศึกษาสถานที่ตั้งของเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 66.1 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทั้งหมด รองลงมาความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 และมีความคิดเห็นว่าการตั้งอยู่ในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 และมีความคิดเห็นว่าการตั้งอยู่ในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3

ตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อและเพศ

ความถี่ในการซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ทุกวัน	19 (15.0)	31 (11.4)	50 (12.5)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	69 (54.3)	137 (50.2)	206 (51.5)
2 สัปดาห์/ครั้ง	16 (12.6)	39 (14.3)	55 (13.8)
เดือนละ 1 ครั้ง	11 (8.6)	32 (11.6)	43 (10.7)
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	3 (2.4)	9 (3.3)	12 (3.0)
ไม่ซื้อเลย	9 (7.1)	25 (9.2)	34 (8.5)
รวม	127 (100.0)	273 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อเลย เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 33 การศึกษาความถี่ในการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคาดว่าจะซื้อทุกวัน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และคาดว่าจะซื้อเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

ตาราง 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะในการซื้อ และเพศ

ลักษณะในการซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อใช้เป็นประจำ	71 (55.9)	128 (46.9)	199 (49.8)
ซื้อเฉพาะเมื่อขาด (ฉุกเฉิน)	56 (44.1)	145 (53.1)	201 (50.2)
รวม	127 (100.0)	273 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 34 การศึกษาลักษณะในการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติเป็นประจำ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 และคาดว่าจะซื้อเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 44.1

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ เฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1 และคาดว่าจะซื้อใช้เป็นประจำ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9

ตาราง 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อ และเพศ

ปริมาณการซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (5 บาท)	9 (7.1)	13 (4.8)	22 (5.5)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (10 บาท)	11 (8.7)	28 (10.3)	39 (9.8)
0.5 กิโลกรัม	20 (15.7)	32 (11.7)	52 (13.0)
0.8 กิโลกรัม (1 ลิตร)	10 (7.9)	51 (18.6)	61 (15.2)
1 กิโลกรัม	49 (38.6)	91 (33.3)	140 (35.0)
3 กิโลกรัม	9 (7.1)	29 (10.6)	38 (9.5)
5 กิโลกรัม	15 (11.8)	13 (4.8)	28 (7.0)
มากกว่า 5 กิโลกรัม	4 (3.1)	16 (5.9)	20 (5.0)
รวม	127 (100.0)	273 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 35 การศึกษาปริมาณการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ ปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 5 กิโลกรัม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ ปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

ตาราง 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ และ เพศ

แนวโน้มที่จะซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อแน่นอน	53 (41.7)	86 (31.5)	139 (34.8)
อาจจะซื้อ	45 (35.4)	114 (41.8)	159 (39.8)
ไม่แน่ใจ	25 (19.7)	57 (20.9)	82 (20.5)
อาจจะไม่ซื้อ	2 (1.6)	9 (3.2)	11 (2.7)
ไม่ซื้อแน่นอน	2 (1.6)	7 (2.6)	9 (2.2)
รวม	127 (100.0)	273 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 36 การศึกษาแนวโน้มที่จะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมามีแนวโน้มที่อาจจะซื้อ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9

ตาราง 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และเพศ

การเปลี่ยนมาซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อทดแทนแน่นอน	35 (27.6)	71 (26.0)	106 (26.5)
อาจจะซื้อทดแทน	55 (43.3)	106 (38.8)	161 (40.2)
ไม่แน่ใจ	30 (23.6)	68 (24.9)	98 (24.5)
อาจจะไม่ซื้อทดแทน	5 (3.9)	19 (7.0)	24 (6.0)
ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน	2 (1.6)	9 (3.3)	11 (2.8)
รวม	127 (100.0)	273 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 37 การศึกษาความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9

ตาราง 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และเพศ

การแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แนะนำแน่นอน	62 (48.8)	109 (39.9)	171 (42.8)
อาจจะแนะนำ	47 (37.0)	107 (39.2)	154 (38.5)
ไม่แน่ใจ	16 (12.6)	49 (18.0)	65 (16.2)
อาจจะไม่แนะนำ	2 (1.6)	6 (2.2)	8 (2.0)
ไม่แนะนำแน่นอน	0 (0.0)	2 (0.7)	2 (0.5)
รวม	127 (100.0)	273 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่แนะนำแน่นอน เนื่องจาก ไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 38 การศึกษาความคิดเห็นต่อการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขาย
อัตโนมัติ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจาก
เครื่องขายอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมามีความคิดเห็นว่า
อาจจะแนะนำ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อย
ละ 12.6

เพศหญิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสาร
จากเครื่องขายอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมามีความคิดเห็นว่า
อาจจะแนะนำ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 49 คน คิดเป็น
ร้อยละ 18.0

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามอายุ

ตาราง 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ และอายุ

เคยเห็นหรือใช้บริการ	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เคยเห็นและเคยใช้บริการ	2 (1.3)	0 (0.0)	2 (1.5)	4 (1.0)
เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ	10 (6.4)	8 (7.1)	16 (12.1)	34 (8.5)
ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้บริการ	144 (92.3)	104 (92.9)	114 (86.4)	362 (90.5)
รวม	156 (100.0)	112 (100.0)	132 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 39 การศึกษาการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 92.3 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 92.9 และเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 86.4 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตาราง 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น และอายุ

ประโยชน์มากกว่าซื้อจากแหล่งอื่น	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง	129 (82.7)	91 (81.3)	98 (74.2)	318 (79.5)
ข้าวสารมีคุณภาพดี สดใหม่เพราะมีการเปลี่ยนและเติมข้าวสารเป็นประจำ	32 (20.5)	28 (25.0)	43 (32.6)	103 (25.8)
สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ	87 (55.8)	79 (70.5)	88 (66.7)	254 (63.5)
สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	87 (55.8)	65 (58.0)	68 (51.5)	220 (55.0)
สถานที่ติดตั้งเครื่องสะดวก ใกล้บ้านหรือแหล่งชุมชน	76 (48.7)	49 (43.8)	57 (43.2)	182 (45.5)
ซื้อมากกว่า เพราะการซื้อจากร้านค้าปลีกแบบแบ่งขายมักได้ข้าวสารขาดน้ำหนัก	43 (27.6)	53 (47.3)	55 (41.7)	151 (37.8)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

จากตาราง 40 การศึกษาความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 82.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการและสามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 74.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5

ตาราง 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคา และอายุ

ระดับราคา	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด	54 (34.6)	59 (52.7)	71 (53.8)	184 (46.0)
ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด	76 (48.7)	47 (42.0)	56 (42.4)	179 (44.8)
ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด	26 (16.7)	6 (5.3)	5 (3.8)	37 (9.2)
รวม	156 (100.0)	112 (100.0)	132 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 41 การศึกษาระดับราคาของข่าวสารที่ซื้อจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมามีความคิดเห็น คือ ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมามีความคิดเห็น คือ ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมามีความคิดเห็น คือ ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตาราง 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ตั้ง และอายุ

สถานที่ตั้ง	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ใกล้คอนโดมิเนียม, หอพัก	124 (79.5)	71 (63.4)	63 (47.7)	258 (64.5)
ภายในโครงการบ้านจัดสรร	71 (45.5)	51 (45.5)	56 (42.4)	178 (44.5)
ใกล้ตลาด ร้านค้าชุมชน	70 (44.9)	66 (58.9)	85 (64.4)	221 (55.3)
ใกล้ร้านสะดวกซื้อ	62 (39.7)	46 (41.1)	48 (36.4)	156 (39.0)
ใกล้ที่ทำงาน	32 (20.5)	36 (32.1)	45 (34.1)	113 (28.3)
อื่นๆ	2 (1.3)	4 (3.6)	5 (3.8)	11 (2.8)

หมายเหตุ: 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

2. อื่นๆ คือ พนักงานมหาวิทยาลัย

จากตาราง 42 การศึกษาสถานที่ตั้งของเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 58.9 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4

ตาราง 43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ และ อายุ

ความถี่ในการซื้อ	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ทุกวัน	15 (9.6)	11 (9.8)	24 (18.2)	50 (12.5)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	78 (50.0)	55 (49.1)	73 (55.3)	206 (51.5)
2 สัปดาห์/ครั้ง	20 (12.9)	18 (16.1)	17 (12.9)	55 (13.8)
เดือนละ 1 ครั้ง	18 (11.5)	13 (11.6)	12 (9.1)	43 (10.7)
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	7 (4.5)	5 (4.5)	0 (0.0)	12 (3.0)
ไม่ซื้อเลย	18 (11.5)	10 (8.9)	6 (4.5)	34 (8.5)
รวม	156 (100.0)	112 (100.0)	132 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อเลย เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 43 การศึกษาความถี่ในการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตาม อายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 และคาดว่าจะซื้อเดือนละ 1 ครั้ง และไม่ซื้อเลย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และคาดว่าจะซื้อเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคาดว่าจะซื้อทุกวัน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9

ตาราง 44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะในการซื้อ และอายุ

ลักษณะในการซื้อ	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อใช้เป็นประจำ	57 (36.5)	51 (45.5)	91 (68.9)	199 (49.8)
ซื้อเฉพาะเมื่อขาด (ฉุกเฉิน)	99 (63.5)	61 (54.5)	41 (31.1)	201 (50.2)
รวม	156 (100.0)	112 (100.0)	132 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 44 การศึกษาลักษณะในการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 และคาดว่าจะซื้อใช้เป็นประจำ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และคาดว่าจะซื้อใช้เป็นประจำ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติเป็นประจำ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 68.9 และคาดว่าจะซื้อเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1

ตาราง 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อ และอายุ

ปริมาณการซื้อ	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (5 บาท)	9 (5.8)	4 (3.6)	9 (6.8)	22 (5.5)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (10 บาท)	22 (14.1)	8 (7.1)	9 (6.8)	39 (9.8)
0.5 กิโลกรัม	27 (17.3)	15 (13.4)	10 (7.6)	52 (13.0)
0.8 กิโลกรัม (1 ลิตร)	35 (22.4)	11 (9.8)	15 (11.4)	61 (15.2)
1 กิโลกรัม	49 (31.4)	45 (40.2)	46 (34.8)	140 (35.0)
3 กิโลกรัม	7 (4.5)	13 (11.6)	18 (13.6)	38 (9.5)
5 กิโลกรัม	6 (3.9)	12 (10.7)	10 (7.6)	28 (7.0)
มากกว่า 5 กิโลกรัม	1 (0.6)	4 (3.6)	15 (11.4)	20 (5.0)
รวม	156 (100.0)	112 (100.0)	132 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 45 การศึกษาปริมาณการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 3 กิโลกรัม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 3 กิโลกรัม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร และมากกว่า 5 กิโลกรัม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตาราง 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ และ อายุ

แนวโน้มที่จะซื้อ	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อแน่นอน	41 (26.3)	34 (30.3)	64 (48.5)	139 (34.8)
อาจจะซื้อ	62 (39.7)	53 (47.3)	44 (33.3)	159 (39.8)
ไม่แน่ใจ	41 (26.3)	20 (17.9)	21 (15.9)	82 (20.5)
อาจจะไม่ซื้อ	7 (4.5)	1 (0.9)	3 (2.3)	11 (2.7)
ไม่ซื้อแน่นอน	5 (3.2)	4 (3.6)	0 (0.0)	9 (2.2)
รวม	156 (100.0)	112 (100.0)	132 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลุกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 46 การศึกษาแนวโน้มที่จะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอนและยังไม่แน่ใจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอนจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9

ตาราง 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และอายุ

การเปลี่ยนมาซื้อ	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อทดแทนแน่นอน	37 (23.7)	18 (16.1)	51 (38.6)	106 (26.5)
อาจจะซื้อทดแทน	55 (35.3)	57 (50.9)	49 (37.1)	161 (40.2)
ไม่แน่ใจ	47 (30.1)	25 (22.3)	26 (19.7)	98 (24.5)
อาจจะไม่ซื้อทดแทน	11 (7.1)	7 (6.2)	6 (4.6)	24 (6.0)
ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน	6 (3.8)	5 (4.5)	0 (0.0)	11 (2.8)
รวม	156 (100.0)	112 (100.0)	132 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 47 การศึกษาความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่อง
ขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5
รองลงมายังไม่แน่ใจ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 และจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 37
คน คิดเป็นร้อยละ 23.7

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขาย
อัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมา
ยังไม่แน่ใจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 18 คน คิด
เป็นร้อยละ 16.1

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขาย
อัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมแน่นอน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6
รองลงมาอาจจะซื้อทดแทน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 26 คน
คิดเป็นร้อยละ 19.7

ตาราง 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และอายุ

การแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แนะนำแน่นอน	51 (32.7)	46 (41.1)	74 (56.0)	171 (42.8)
อาจจะแนะนำ	76 (48.7)	47 (41.9)	31 (23.5)	154 (38.5)
ไม่แน่ใจ	25 (16.0)	16 (14.3)	24 (18.2)	65 (16.2)
อาจจะไม่แนะนำ	3 (1.9)	3 (2.7)	2 (1.5)	8 (2.0)
ไม่แนะนำแน่นอน	1 (0.7)	0 (0.0)	1 (0.8)	2 (0.5)
รวม	156 (100.0)	112 (100.0)	132 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่แนะนำแน่นอน เนื่องจาก ไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 48 การศึกษาความคิดเห็นต่อการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมามีความคิดเห็นว่าจะแนะนำแน่นอน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

อายุ 31-40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมามีความคิดเห็นว่าจะแนะนำแน่นอน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

อายุมากกว่า 40 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมามีความคิดเห็นว่าจะแนะนำ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามรายได้

ตาราง 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ และรายได้

เคยเห็นหรือใช้บริการ	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เคยเห็นและเคยใช้บริการ	2 (1.0)	1 (0.9)	1 (1.1)	4 (1.0)
เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ	13 (6.8)	10 (8.8)	11 (11.7)	34 (8.5)
ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้บริการ	177 (92.2)	103 (90.3)	82 (87.2)	362 (90.5)
รวม	192 (100.0)	114 (100.0)	94 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 49 การศึกษาการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 92.2 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 87.2 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตาราง 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น และรายได้

ประโยชน์มากกว่าซื้อจากแหล่งอื่น	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง	154 (80.2)	92 (80.7)	72 (76.6)	318 (79.5)
ข้าวสารมีคุณภาพดี สดใหม่เพราะมีการเปลี่ยนและเติมข้าวสารเป็นประจำ	45 (23.4)	31 (27.2)	27 (28.7)	103 (25.8)
สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ	109 (56.8)	78 (68.4)	67 (71.3)	254 (63.5)
สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	101 (52.6)	65 (57.0)	54 (57.4)	220 (55.0)
สถานที่ติดตั้งเครื่องสะดวก ใกล้บ้านหรือแหล่งชุมชน	81 (42.2)	58 (50.9)	43 (45.7)	182 (45.5)
ได้ข้าวสารน้ำหนักเต็มตามจำนวนที่ซื้อมากกว่า เพราะการซื้อจากร้านค้าปลีกแบบแบ่งขายมักได้ข้าวสารขาดน้ำหนัก	63 (32.8)	45 (39.5)	43 (45.7)	151 (37.8)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

จากตาราง 50 การศึกษาความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 80.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4

ตาราง 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคา และรายได้

ระดับราคา	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด	90 (46.9)	54 (47.4)	40 (42.6)	184 (46.0)
ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด	89 (46.3)	44 (38.6)	46 (48.9)	179 (44.8)
ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด	13 (6.8)	16 (14.0)	8 (8.5)	37 (9.2)
รวม	192 (100.0)	114 (100.0)	94 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 51 การศึกษาระดับราคาของเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมา มีความคิดเห็น คือ ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมา มีความคิดเห็น คือ ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมา มีความคิดเห็น คือ ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตาราง 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ตั้ง และรายได้

สถานที่ตั้ง	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ใกล้คอนโดมิเนียม, หอพัก	127 (66.1)	73 (64.0)	58 (61.7)	258 (64.5)
ภายในโครงการบ้านจัดสรร	73 (38.0)	50 (43.9)	55 (58.5)	178 (44.5)
ใกล้ตลาด ร้านค้าชุมชน	100 (52.1)	65 (57.0)	56 (59.6)	221 (55.3)
ใกล้ร้านสะดวกซื้อ	70 (36.5)	44 (38.6)	42 (44.7)	156 (39.0)
ใกล้ที่ทำงาน	54 (28.1)	33 (28.9)	26 (27.7)	113 (28.3)
อื่นๆ	5 (2.6)	5 (4.4)	1 (1.1)	11 (2.8)

หมายเหตุ: 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

2. อื่นๆ คือ พนักงานมหาวิทยาลัย

จากตาราง 52 การศึกษาสถานที่ตั้งของเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 66.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาที่มีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ภายในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาที่มีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ภายในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาที่มีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ภายในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5

ตาราง 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ และ รายได้

ความถี่ในการซื้อ	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ทุกวัน	31 (16.1)	14 (12.3)	5 (5.3)	50 (12.5)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	96 (50.0)	57 (50.0)	53 (56.4)	206 (51.5)
2 สัปดาห์/ครั้ง	30 (15.6)	14 (12.3)	11 (11.7)	55 (13.8)
เดือนละ 1 ครั้ง	18 (9.4)	12 (10.5)	13 (13.8)	43 (10.7)
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	2 (1.1)	4 (3.5)	6 (6.4)	12 (3.0)
ไม่ซื้อเลย	15 (7.8)	13 (11.4)	6 (6.4)	34 (8.5)
รวม	192 (100.0)	114 (100.0)	94 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อเลย เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 53 การศึกษาความถี่ในการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตาม รายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคาดว่าจะซื้อทุกวัน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคาดว่าจะซื้อทุกวันและ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมาคาดว่าจะซื้อเดือนละ 1 ครั้งจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้งจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

ตาราง 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะในการซื้อ และรายได้

ลักษณะในการซื้อ	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อใช้เป็นประจำ	101 (52.6)	49 (43.0)	49 (52.1)	199 (49.8)
ซื้อเฉพาะเมื่อขาด (ฉุกเฉิน)	91 (47.4)	65 (57.0)	45 (47.9)	201 (50.2)
รวม	192 (100.0)	114 (100.0)	94 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 54 การศึกษาลักษณะในการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจากเครื่องขายข่าวอัตโนมัติเป็นประจำ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 และคาดว่าจะซื้อเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจาก
เครื่องขายข้าวอัตโนมัติเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 และคาด
ว่าจะซื้อใช้เป็นประจำ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจาก
เครื่องขายข้าวอัตโนมัติเป็นประจำ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 และคาดว่าจะซื้อเฉพาะ
เมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9

ตาราง 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณการซื้อและรายได้

ปริมาณการซื้อ	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (5 บาท)	16 (8.3)	4 (3.5)	2 (2.1)	22 (5.5)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (10 บาท)	19 (9.9)	16 (14.0)	4 (4.3)	39 (9.8)
0.5 กิโลกรัม	23 (12.0)	14 (12.3)	15 (16.0)	52 (13.0)
0.8 กิโลกรัม (1 ลิตร)	34 (17.7)	19 (16.7)	8 (8.5)	61 (15.2)
1 กิโลกรัม	66 (34.4)	39 (34.2)	35 (37.2)	140 (35.0)
3 กิโลกรัม	19 (9.9)	7 (6.2)	12 (12.8)	38 (9.5)
5 กิโลกรัม	9 (4.7)	12 (10.5)	7 (7.4)	28 (7.0)
มากกว่า 5 กิโลกรัม	6 (3.1)	3 (2.6)	11 (11.7)	20 (5.0)
รวม	192 (100.0)	114 (100.0)	94 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 55 การศึกษาปริมาณการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตาม รายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และคาดว่าจะซื้อปริมาณน้อยกว่า 0.5 กิโลกรัมหรือ 10 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 3 กิโลกรัม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8

ตาราง 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อและรายได้

แนวโน้มที่จะซื้อ	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อแน่นอน	63 (32.8)	41 (36.0)	35 (37.3)	139 (34.8)
อาจจะซื้อ	82 (42.7)	44 (38.6)	33 (35.1)	159 (39.8)
ไม่แน่ใจ	38 (19.8)	22 (19.3)	22 (23.4)	82 (20.5)
อาจจะไม่ซื้อ	4 (2.1)	5 (4.4)	2 (2.1)	11 (2.7)
ไม่ซื้อแน่นอน	5 (2.6)	2 (1.7)	2 (2.1)	9 (2.2)
รวม	192 (100.0)	114 (100.0)	94 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 54 การศึกษาแนวโน้มที่จะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4

ตาราง 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และรายได้

การเปลี่ยนมาซื้อ	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อทดแทนแน่นอน	46 (24.0)	33 (28.9)	27 (28.7)	106 (26.5)
อาจจะซื้อทดแทน	84 (43.7)	41 (36.0)	36 (38.3)	161 (40.2)
ไม่แน่ใจ	43 (22.4)	31 (27.2)	24 (25.6)	98 (24.5)
อาจจะไม่ซื้อทดแทน	12 (6.3)	7 (6.1)	5 (5.3)	24 (6.0)
ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน	7 (3.6)	2 (1.8)	2 (2.1)	11 (2.8)
รวม	192 (100.0)	114 (100.0)	94 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลุกข้าวเอง และไม่มั่นใจใน
คุณภาพของข้าว

จากตาราง 57 การศึกษาความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสาร
จากเครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ
43.7 รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และยังไม่แน่ใจ
จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสาร
จากเครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ
36.0 รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 และยังไม่แน่ใจ
จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสาร
จากเครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ
38.3 รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และยังไม่แน่ใจ
จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6

ตาราง 58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และรายได้

การแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แนะนำแน่นอน	80 (41.7)	50 (43.9)	41 (43.6)	171 (42.8)
อาจจะแนะนำ	74 (38.5)	44 (38.6)	36 (38.3)	154 (38.5)
ไม่แน่ใจ	32 (16.7)	18 (15.8)	15 (16.0)	65 (16.2)
อาจจะไม่แนะนำ	4 (2.1)	2 (1.7)	2 (2.1)	8 (2.0)
ไม่แนะนำแน่นอน	2 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)
รวม	192 (100.0)	114 (100.0)	94 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่แนะนำแน่นอน เนื่องจาก ไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 58 การศึกษาความคิดเห็นต่อการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

รายได้ 10,001-20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย

ตาราง 59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ และจำนวนผู้อยู่อาศัย

เคยเห็นหรือใช้บริการ	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เคยเห็นและเคยใช้บริการ	0 (0.0)	4 (1.6)	0 (0.0)	4 (1.0)
เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ	3 (4.8)	22 (9.0)	9 (9.9)	34 (8.5)
ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้บริการ	60 (95.2)	220 (89.4)	82 (90.1)	362 (90.5)
รวม	63 (100.0)	246 (100.0)	91 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 59 การศึกษาการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 95.2 และเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 89.4 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 90.1 และเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9

ตาราง 60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น และจำนวนผู้อยู่อาศัย

ประโยชน์มากกว่าซื้อจากแหล่งอื่น	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง	48 (76.2)	196 (79.7)	74 (81.3)	318 (79.5)
ข้าวสารมีคุณภาพดี สดใหม่เพราะมีการเปลี่ยนและเติมข้าวสารเป็นประจำ	13 (20.6)	66 (26.8)	24 (26.4)	103 (25.8)
สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ	37 (58.7)	159 (64.6)	58 (63.7)	254 (63.5)
สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	26 (41.3)	140 (56.9)	54 (59.3)	220 (55.0)
สถานที่ติดตั้งเครื่องสะดวก ใกล้บ้านหรือแหล่งชุมชน	29 (46.0)	115 (46.7)	38 (41.8)	182 (45.5)
ซื้อมากกว่า เพราะการซื้อจากร้านค้าปลีกแบบแบ่งขายมักได้ข้าวสารขาดน้ำหนัก	16 (25.4)	96 (39.0)	39 (42.9)	151 (37.8)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

จากตาราง 60 การศึกษาความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 76.2 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 และมีความคิดเห็น คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องสะดวก ใกล้บ้านหรือแหล่งชุมชน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 79.7 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3

ตาราง 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคา และจำนวนผู้
อยู่อาศัย

ระดับราคา	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด	25 (39.7)	112 (45.5)	47 (51.6)	184 (46.0)
ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด	32 (50.8)	113 (45.9)	34 (37.4)	179 (44.8)
ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด	6 (9.5)	21 (8.6)	10 (11.0)	37 (9.2)
รวม	63 (100.0)	246 (100.0)	91 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 61 การศึกษาระดับราคาของเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้
อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ
ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา
มีความคิดเห็น คือ ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 และ
มีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา
คือ ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมา
มีความคิดเห็น คือ ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 และ
มีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับ
ราคา คือ ราคาสูงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมา
มีความคิดเห็น คือ ราคาเท่ากับราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 และ
มีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ยขายตามท้องตลาด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตาราง 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ตั้ง และจำนวนผู้
อยู่อาศัย

สถานที่ตั้ง	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ใกล้คอนโดมิเนียม, หอพัก	51 (81.0)	152 (61.8)	55 (60.4)	258 (64.5)
ภายในโครงการบ้านจัดสรร	24 (38.1)	114 (46.3)	40 (44.0)	178 (44.5)
ใกล้ตลาด ร้านค้าชุมชน	26 (41.3)	138 (56.1)	57 (62.6)	221 (55.3)
ใกล้ร้านสะดวกซื้อ	19 (30.2)	96 (39.0)	41 (45.1)	156 (39.0)
ใกล้ที่ทำงาน	15 (23.8)	69 (28.0)	29 (31.9)	113 (28.3)
อื่นๆ	1 (1.6)	9 (3.7)	1 (1.1)	11 (2.8)

หมายเหตุ: 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

2. อื่นๆ คือ พนักงานมหาวิทยาลัย

จากตาราง 62 การศึกษาสถานที่ตั้งของเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้
อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าว
อัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 ของผู้ตอบ
แบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 26
คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 24
คน คิดเป็นร้อยละ 38.1

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าว
อัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน
จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ในโครงการบ้านจัดสรร
จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่อง
ขายข้าวอัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 ของ
ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก
จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ร้านสะดวกซื้อ จำนวน
41 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1

ตาราง 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ และจำนวนผู้อยู่อาศัย

ความถี่ในการซื้อ	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ทุกวัน	9 (14.3)	33 (13.4)	8 (8.8)	50 (12.5)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	27 (42.8)	123 (50.0)	56 (61.5)	206 (51.5)
2 สัปดาห์/ครั้ง	7 (11.1)	39 (15.9)	9 (9.9)	55 (13.8)
เดือนละ 1 ครั้ง	7 (11.1)	27 (11.0)	9 (9.9)	43 (10.7)
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	2 (3.2)	8 (3.2)	2 (2.2)	12 (3.0)
ไม่ซื้อเลย	11 (17.5)	16 (6.5)	7 (7.7)	34 (8.5)
รวม	63 (100.0)	246 (100.0)	91 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อเลย เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 63 การศึกษาความถี่ในการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคาดว่าจะไม่ซื้อเลย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และคาดว่าจะซื้อทุกวัน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 และคาดว่าจะซื้อทุกวัน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้งและเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9

ตาราง 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะในการซื้อ และจำนวนผู้อยู่อาศัย

ลักษณะในการซื้อ	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อใช้เป็นประจำ	28 (44.4)	129 (52.4)	42 (46.2)	199 (49.8)
ซื้อเฉพาะเมื่อขาด (ฉุกเฉิน)	35 (55.6)	117 (47.6)	49 (53.8)	201 (50.2)
รวม	63 (100.0)	246 (100.0)	91 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 64 การศึกษาลักษณะในการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 และคาดว่าจะซื้อใช้เป็นประจำ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติเป็นประจำ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 และคาดว่าจะซื้อเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และคาดว่าจะซื้อใช้เป็นประจำ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7

ตาราง 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อ และจำนวนผู้อยู่อาศัย

ปริมาณการซื้อ	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (5 บาท)	7 (11.1)	9 (3.6)	6 (6.6)	22 (5.5)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (10 บาท)	15 (23.8)	19 (7.7)	5 (5.5)	39 (9.8)
0.5 กิโลกรัม	10 (15.9)	32 (13.0)	10 (11.0)	52 (13.0)
0.8 กิโลกรัม (1 ลิตร)	7 (11.1)	42 (17.1)	12 (13.2)	61 (15.2)
1 กิโลกรัม	21 (33.3)	87 (35.4)	32 (35.1)	140 (35.0)
3 กิโลกรัม	2 (3.2)	26 (10.6)	10 (11.0)	38 (9.5)
5 กิโลกรัม	0 (0.0)	17 (6.9)	11 (12.1)	28 (7.0)
มากกว่า 5 กิโลกรัม	1 (1.6)	14 (5.7)	5 (5.5)	20 (5.0)
รวม	63 (100.0)	246 (100.0)	91 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 65 การศึกษาปริมาณการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณน้อยกว่า 0.5 กิโลกรัมหรือ 10 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 5 กิโลกรัม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1

ตาราง 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ และจำนวนผู้อยู่อาศัย

แนวโน้มที่จะซื้อ	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อแน่นอน	20 (31.7)	89 (36.2)	30 (33.0)	139 (34.8)
อาจจะซื้อ	27 (42.9)	91 (37.0)	41 (45.0)	159 (39.8)
ไม่แน่ใจ	12 (19.0)	53 (21.5)	17 (18.7)	82 (20.5)
อาจจะไม่ซื้อ	1 (1.6)	8 (3.3)	2 (2.2)	11 (2.7)
ไม่ซื้อแน่นอน	3 (4.8)	5 (2.0)	1 (1.1)	9 (2.2)
รวม	63 (100.0)	246 (100.0)	91 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 66 การศึกษาแนวโน้มที่จะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา มีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7

ตาราง 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และจำนวนผู้อยู่อาศัย

การเปลี่ยนมาซื้อ	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อทดแทนแน่นอน	18 (28.6)	69 (28.1)	19 (20.9)	106 (26.5)
อาจจะซื้อทดแทน	26 (41.2)	97 (39.4)	38 (41.7)	161 (40.2)
ไม่แน่ใจ	16 (25.4)	57 (23.2)	25 (27.5)	98 (24.5)
อาจจะไม่ซื้อทดแทน	1 (1.6)	16 (6.5)	7 (7.7)	24 (6.0)
ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน	2 (3.2)	7 (2.8)	2 (2.2)	11 (2.8)
รวม	63 (100.0)	246 (100.0)	91 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 67 การศึกษาความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจาก
เครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2
รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 16
คน คิดเป็นร้อยละ 25.4

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจาก
เครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4
รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 57
คน คิดเป็นร้อยละ 23.2

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อ
ข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 38 คน คิดเป็น
ร้อยละ 41.7 รองลงมายังไม่แน่ใจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และจะซื้อทดแทน
แน่นอน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9

ตาราง 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และจำนวนผู้อยู่อาศัย

การแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แนะนำแน่นอน	25 (39.7)	111 (45.1)	35 (38.5)	171 (42.8)
อาจจะแนะนำ	29 (46.0)	86 (35.0)	39 (42.8)	154 (38.5)
ไม่แน่ใจ	9 (14.3)	43 (17.5)	13 (14.3)	65 (16.2)
อาจจะไม่แนะนำ	0 (0.0)	5 (2.0)	3 (3.3)	8 (2.0)
ไม่แนะนำแน่นอน	0 (0.0)	1 (0.4)	1 (1.1)	2 (0.5)
รวม	63 (100.0)	246 (100.0)	91 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่แนะนำแน่นอน เนื่องจาก ไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 68 การศึกษาความคิดเห็นต่อการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำแน่นอน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าอาจจะแนะนำ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าอาจจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำแน่นอน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการและความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ตาราง 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการ
เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ และลักษณะที่อยู่อาศัย

เคยเห็นหรือใช้บริการ	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เคยเห็นและเคยใช้บริการ	2 (0.7)	2 (1.9)	4 (1.0)
เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ	28 (9.5)	6 (5.6)	34 (8.5)
ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้บริการ	263 (89.8)	99 (92.5)	362 (90.5)
รวม	293 (100.0)	107 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 69 การศึกษาการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนก
ตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้
บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่
เคยใช้บริการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 2 คน
คิดเป็นร้อยละ 0.7

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่เคยใช้
บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 รองลงมาเคยเห็นแต่ไม่
เคยใช้บริการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และเคยเห็นและเคยใช้บริการ จำนวน 2 คน
คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตาราง 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น และลักษณะที่อยู่อาศัย

ประโยชน์มากกว่าซื้อจากแหล่งอื่น	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง	233 (79.5)	85 (79.4)	318 (79.5)
ข้าวสารมีคุณภาพดี สดใหม่เพราะมีการเปลี่ยนและเติมข้าวสารเป็นประจำ	77 (26.3)	26 (24.3)	103 (25.8)
สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ	189 (64.5)	65 (60.7)	254 (63.5)
สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	161 (54.9)	59 (55.1)	220 (55.0)
สถานที่ติดตั้งเครื่องสะดวก ใกล้บ้านหรือแหล่งชุมชน	130 (44.4)	52 (48.6)	182 (45.5)
ได้ข้าวสารน้ำหนักเต็มตามจำนวนที่ซื้อ มากกว่า เพราะการซื้อจากร้านค้าปลีกแบบแบ่งขายมักได้ข้าวสารขาดน้ำหนัก	121 (41.3)	30 (28.0)	151 (37.8)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

จากตาราง 70 การศึกษาความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประโยชน์ที่มากกว่าการซื้อข้าวสารจากแหล่งอื่น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 79.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีความคิดเห็น คือ สามารถซื้อข้าวสารได้ตามปริมาณที่ต้องการ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 และมีความคิดเห็น คือ สามารถเริ่มต้นซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1

ตาราง 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับราคา และลักษณะที่อยู่อาศัย

ระดับราคา	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ราคาถูกกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด	137 (46.8)	47 (43.9)	184 (46.0)
ราคาเท่ากับราคาที่ขายตามท้องตลาด	132 (45.0)	47 (43.9)	179 (44.8)
ราคาแพงกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด	24 (8.2)	13 (12.2)	37 (9.2)
รวม	293 (100.0)	107 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 71 การศึกษาระดับราคาของเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาถูกกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมามีความคิดเห็น คือ ราคาเท่ากับราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อระดับราคา คือ ราคาถูกกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาดและราคาเท่ากับราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 และมีความคิดเห็น คือ ราคาแพงกว่าราคาที่ขายตามท้องตลาด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2

ตาราง 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ตั้ง และลักษณะที่อยู่อาศัย

สถานที่ตั้ง	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ใกล้คอนโดมิเนียม, หอพัก	171 (58.4)	87 (81.3)	258 (64.5)
ภายในโครงการบ้านจัดสรร	136 (46.4)	42 (39.3)	178 (44.5)
ใกล้ตลาด ร้านค้าชุมชน	170 (58.0)	51 (47.7)	221 (55.3)
ใกล้ร้านสะดวกซื้อ	121 (41.3)	35 (32.7)	156 (39.0)
ใกล้ที่ทำงาน	92 (31.4)	21 (19.6)	113 (28.3)
อื่นๆ	10 (3.4)	1 (0.9)	11 (2.8)

หมายเหตุ: 1. ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน

2. อื่นๆ คือ พนักงานมหาวิทยาลัย

จากตาราง 72 การศึกษาสถานที่ตั้งของเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 58.4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ภายในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติควรตั้งอยู่ใกล้คอนโดมิเนียมหรือหอพัก จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 81.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ใกล้ตลาดหรือร้านค้าชุมชน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 และมีความคิดเห็นว่าควรตั้งอยู่ภายในโครงการบ้านจัดสรร จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3

ตาราง 73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ และ ลักษณะที่อยู่อาศัย

ความถี่ในการซื้อ	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ทุกวัน	41 (14.0)	9 (8.4)	50 (12.5)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	154 (52.6)	52 (48.6)	206 (51.5)
2 สัปดาห์/ครั้ง	39 (13.3)	16 (15.0)	55 (13.8)
เดือนละ 1 ครั้ง	31 (10.6)	12 (11.2)	43 (10.7)
น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	10 (3.4)	2 (1.8)	12 (3.0)
ไม่ซื้อเลย	18 (6.1)	16 (15.0)	34 (8.5)
รวม	293 (100.0)	107 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อเลย เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 73 การศึกษาความถี่ในการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตาม ลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจาก เครื่องขายข้าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาคาดว่าจะซื้อทุกวัน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และคาดว่าจะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจาก
เครื่องขายข่าวอัตโนมัติสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมาคาดว่า
จะซื้อ 2 สัปดาห์ต่อครั้งและไม่ซื้อเลย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตาราง 74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะในการซื้อ และ
ลักษณะที่อยู่อาศัย

ลักษณะในการซื้อ	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อใช้เป็นประจำ	152 (51.9)	47 (43.9)	199 (49.8)
ซื้อเฉพาะเมื่อขาด (ฉุกเฉิน)	141 (48.1)	60 (56.1)	201 (50.2)
รวม	293 (100.0)	107 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 74 การศึกษาลักษณะในการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตาม
ลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจาก
เครื่องขายข่าวอัตโนมัติเป็นประจำ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 และคาดว่าจะซื้อเฉพาะ
เมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข่าวสารจาก
เครื่องขายข่าวอัตโนมัติเฉพาะเมื่อขาดหรือฉุกเฉิน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 และคาด
ว่าจะซื้อใช้เป็นประจำ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9

ตาราง 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อ และลักษณะที่อยู่อาศัย

ปริมาณการซื้อ	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (5 บาท)	13 (4.4)	9 (8.4)	22 (5.5)
น้อยกว่า 0.5 กิโลกรัม (10 บาท)	22 (7.5)	17 (15.9)	39 (9.8)
0.5 กิโลกรัม	33 (11.3)	19 (17.8)	52 (13.0)
0.8 กิโลกรัม (1 ลิตร)	41 (14.0)	20 (18.7)	61 (15.2)
1 กิโลกรัม	103 (35.1)	37 (34.5)	140 (35.0)
3 กิโลกรัม	33 (11.3)	5 (4.7)	38 (9.5)
5 กิโลกรัม	28 (9.6)	0 (0.0)	28 (7.0)
มากกว่า 5 กิโลกรัม	20 (6.8)	0 (0.0)	20 (5.0)
รวม	293 (100.0)	107 (100.0)	400 (100.0)

จากตาราง 75 การศึกษาปริมาณการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาคาด

ว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัมและ 3 กิโลกรัม จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติปริมาณ 1 กิโลกรัม จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.8 กิโลกรัมหรือ 1 ลิตร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และคาดว่าจะซื้อปริมาณ 0.5 กิโลกรัม จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

ตาราง 76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ และลักษณะที่อยู่อาศัย

แนวโน้มที่จะซื้อ	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อแน่นอน	107 (36.5)	32 (29.9)	139 (34.8)
อาจจะซื้อ	114 (38.9)	45 (42.1)	159 (39.8)
ไม่แน่ใจ	59 (20.1)	23 (21.5)	82 (20.5)
อาจจะไม่ซื้อ	7 (2.4)	4 (3.7)	11 (2.7)
ไม่ซื้อแน่นอน	6 (2.1)	3 (2.8)	9 (2.2)
รวม	293 (100.0)	107 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 76 การศึกษาแนวโน้มที่จะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่อาจจะซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมามีแนวโน้มที่จะซื้อแน่นอน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5

ตาราง 77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และลักษณะที่อยู่อาศัย

การเปลี่ยนมาซื้อ	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อทดแทนแน่นอน	75 (25.6)	31 (29.0)	106 (26.5)
อาจจะซื้อทดแทน	122 (41.6)	39 (36.4)	161 (40.2)
ไม่แน่ใจ	67 (22.9)	31 (29.0)	98 (24.5)
อาจจะไม่ซื้อทดแทน	20 (6.8)	4 (3.7)	24 (6.0)
ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน	9 (3.1)	2 (1.9)	11 (2.8)
รวม	293 (100.0)	107 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน เนื่องจาก ไม่ทำอาหารเอง ปลูกข้าวเอง และไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 77 การศึกษาความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสาร
จากเครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ
41.6 รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และยังไม่แน่ใจ
จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อ
ข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 39 คน คิดเป็น
ร้อยละ 36.4 รองลงมาจะซื้อทดแทนแน่นอนและยังไม่แน่ใจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0

ตาราง 78 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อการ
แนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ และลักษณะที่อยู่อาศัย

การแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แนะนำแน่นอน	130 (44.4)	41 (38.3)	171 (42.8)
อาจจะแนะนำ	105 (35.8)	49 (45.8)	154 (38.5)
ไม่แน่ใจ	49 (16.7)	16 (15.0)	65 (16.2)
อาจจะไม่แนะนำ	7 (2.4)	1 (0.9)	8 (2.0)
ไม่แนะนำแน่นอน	2 (0.7)	0 (0.0)	2 (0.5)
รวม	293 (100.0)	107 (100.0)	400 (100.0)

หมายเหตุ: ไม่แนะนำแน่นอน เนื่องจาก ไม่มั่นใจในคุณภาพของข้าว

จากตาราง 78 ความคิดเห็นต่อการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติแน่นอน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าจะแนะนำแน่นอน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 และยังไม่แน่ใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ จำนวนผู้อยู่อาศัย และลักษณะที่อยู่อาศัย กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยผลการศึกษา มีดังต่อไปนี้

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามเพศ

ตาราง 79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว	4.19 (มาก)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)
ความอร่อยของข้าวสาร	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)	4.27 (มาก)
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	4.05 (มาก)	4.15 (มาก)	4.12 (มาก)
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	4.36 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	4.11 (มาก)	4.27 (มาก)	4.22 (มาก)
รูปลักษณะของเครื่องขายข้าวสาร	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติ	4.20 (มาก)	4.37 (มาก)	4.32 (มาก)
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)	3.97 (มาก)
เครื่องสามารถทอนเงินได้	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	4.30 (มาก)
มีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.08 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)

ตาราง 79 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการเติมข่าวสารสม่ำเสมอ	4.16 (มาก)	4.38 (มาก)	4.31 (มาก)
มีการเปลี่ยนข่าวสารในเครื่องทุกเดือน (มีการแจ้งวันเวลาเปลี่ยนข่าวสาร)	4.20 (มาก)	4.37 (มาก)	4.32 (มาก)
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	4.38 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	4.22 (มาก)	4.33 (มาก)	4.30 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	4.11 (มาก)	4.26 (มาก)	4.21 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.51 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.39 (มาก)	4.49 (มาก)	4.46 (มาก)
สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตาม จำนวนเงินที่จ่าย	4.48 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
มีป้ายบอกชี้หือข่าวสารที่จำหน่าย	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)	4.16 (มาก)
รวม	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)	4.27 (มาก)

จากตาราง 79 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.20 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมา คือ สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.48 และเครื่องไม่กินเหรียญ ค่าเฉลี่ย 4.39

เพศหญิง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.30 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.59 รองลงมา คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.54 และตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. ค่าเฉลี่ย

4.53

ตาราง 80 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา และเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.09 (มาก)	4.32 (มาก)	4.25 (มาก)
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.46 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.58 (มาก)
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.63 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	4.04 (มาก)	4.27 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตาราง 80 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามเพศ พบว่า
เพศชาย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่อง
ขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.56 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ
ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย
4.04 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.46

เพศหญิง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจาก
เครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.71 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก
คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว
ค่าเฉลี่ย 4.27 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.64

ตาราง 81 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง	4.30 (มาก)	4.41 (มาก)	4.37 (มาก)
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.40 (มาก)	4.46 (มาก)	4.44 (มาก)
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.22 (มาก)	4.36 (มาก)	4.31 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน	4.28 (มาก)	4.37 (มาก)	4.35 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	3.90 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถแลกเปลี่ยนเหรียญได้	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)
รวม	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)

จากตาราง 81 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.13 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.40 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.30 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.28

เพศหญิง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.25 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.41 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.37

ตาราง 82 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อวิทยุ	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.70 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่อง ขายข้าวสารอัตโนมัติ	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งานในตอนแรก	3.74 (มาก)	3.87 (มาก)	3.83 (มาก)
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรม ในชุมชน	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
รวม	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตาราง 82 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.80 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข่าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา คือ มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 3.90 และบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.88

เพศหญิง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.90 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข่าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา คือ ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ ค่าเฉลี่ย 3.95 และบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.94

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามอายุ

ตาราง 83 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว	4.19 (มาก)	4.26 (มาก)	4.10 (มาก)	4.18 (มาก)
ความอร่อยของข้าวสาร	4.21 (มาก)	4.38 (มาก)	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	4.03 (มาก)	4.17 (มาก)	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	4.45 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.48 (มาก)
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	4.20 (มาก)	4.34 (มาก)	4.14 (มาก)	4.22 (มาก)
รูปลักษณะของเครื่องขายข้าวสาร	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติ	4.29 (มาก)	4.41 (มาก)	4.26 (มาก)	4.32 (มาก)
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคา เพียง 5 บาท	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	3.98 (มาก)	3.97 (มาก)
เครื่องสามารถทอนเงินได้	4.28 (มาก)	4.13 (มาก)	4.14 (มาก)	4.19 (มาก)
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.28 (มาก)	4.33 (มาก)	4.28 (มาก)	4.30 (มาก)
มีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.09 (มาก)	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)

ตาราง 83 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการเติมข่าวสารสม่ำเสมอ	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)	4.23 (มาก)	4.31 (มาก)
มีการเปลี่ยนข่าวสารในเครื่องทุกเดือน	4.33 (มาก)	4.41 (มาก)	4.22 (มาก)	4.32 (มาก)
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	4.41 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)	4.49 (มาก)
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)	4.30 (มาก)	4.30 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	4.10 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.53 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.46 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)	4.46 (มาก)
สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตาม จำนวนเงินที่จ่าย	4.57 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
มีป้ายบอกชี้ห่อข่าวสารที่จำหน่าย	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)
รวม	4.25 (มาก)	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)

จากตาราง 83 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.25 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมา คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.53 และเครื่องไม่กินเหรียญ ค่าเฉลี่ย 4.46

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.34 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. ค่าเฉลี่ย 4.70 รองลงมา คือ สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.62 และเครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.60

อายุมากกว่า 40 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.24 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมา คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.47 และข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง ค่าเฉลี่ย 4.43

ตาราง 84 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา และอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.32 (มาก)	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)	4.25 (มาก)
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.68 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.62 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	4.22 (มาก)	4.20 (มาก)	4.17 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตาราง 84 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่ำกว่า 31 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.71 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.22 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.68

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.57 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.16 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.40

อายุมากกว่า 40 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.68 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.23 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.17 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.62

ตาราง 85 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง	4.36 (มาก)	4.47 (มาก)	4.30 (มาก)	4.37 (มาก)
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.41 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.44 (มาก)
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.26 (มาก)	4.35 (มาก)	4.35 (มาก)	4.31 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน	4.31 (มาก)	4.42 (มาก)	4.32 (มาก)	4.35 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	4.08 (มาก)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถ แลกเปลี่ยนได้	3.91 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)
รวม	4.17 (มาก)	4.27 (มาก)	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)

จากตาราง 85 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.17 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.36 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.31

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.27 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.47 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.42

อายุมากกว่า 40 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.20 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.35 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.32

ตาราง 86 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			รวม
	ต่ำกว่า 31 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.92 (มาก)	3.79 (มาก)
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ	3.82 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.78 (มาก)	3.75 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.80 (มาก)	3.69 (มาก)	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง	3.98 (มาก)	4.17 (มาก)	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว	3.84 (มาก)	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับ เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	3.85 (มาก)	4.06 (มาก)	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งาน ในตอนแรก	3.75 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรม ในชุมชน	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)
รวม	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตาราง 86 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ พบว่า

อายุต่ำกว่า 31 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.82 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข่าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา คือ บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.89 และมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 3.85

อายุ 31-40 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.91 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข่าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา คือ มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 4.06 และบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.04

อายุมากกว่า 40 ปี ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.88 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ มีการแจกตัวอย่างข่าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 3.98 และการโฆษณาในสื่อวิทยุ ค่าเฉลี่ย 3.92

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามรายได้

ตาราง 87 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว	4.14 (มาก)	4.25 (มาก)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)
ความอร่อยของข้าวสาร	4.20 (มาก)	4.28 (มาก)	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	4.04 (มาก)	4.15 (มาก)	4.24 (มาก)	4.12 (มาก)
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	4.38 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	4.23 (มาก)	4.16 (มาก)	4.27 (มาก)	4.22 (มาก)
รูปลักษณ์ของเครื่องขายข้าวสาร	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติ	4.31 (มาก)	4.31 (มาก)	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคา เพียง 5 บาท	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)
เครื่องสามารถทอนเงินได้	4.23 (มาก)	4.02 (มาก)	4.32 (มาก)	4.19 (มาก)
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.32 (มาก)	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)	4.30 (มาก)

ตาราง 87 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีข่าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.23 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)
มีการเติมข่าวสารสม่ำเสมอ	4.35 (มาก)	4.27 (มาก)	4.27 (มาก)	4.31 (มาก)
มีการเปลี่ยนข่าวสารในเครื่องทุกเดือน	4.35 (มาก)	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.49 (มาก)
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	4.25 (มาก)	4.25 (มาก)	4.45 (มาก)	4.30 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	4.19 (มาก)	4.17 (มาก)	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.48 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.42 (มาก)	4.39 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)
สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตาม จำนวนเงินที่จ่าย	4.52 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
มีป้ายบอกชี้หือข่าวสารที่จำหน่าย	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)
รวม	4.26 (มาก)	4.24 (มาก)	4.32 (มาก)	4.27 (มาก)

จากตาราง 87 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.26 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมา คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.48 และตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. ค่าเฉลี่ย 4.48

รายได้ 10,001-20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.24 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.54 รองลงมา คือ ข่าวสารสะอาดไม่มีแมลง ค่าเฉลี่ย 4.53 และเครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.52

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.32 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.65 รองลงมา คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.64 และข่าวสารสะอาดไม่มีแมลงและเครื่องไม่กินเหรียญ ค่าเฉลี่ย 4.63

ตาราง 88 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา และรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.27 (มาก)	4.21 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.63 (มาก)	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.76 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตาราง 88 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามรายได้ พบว่า
รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการ
ซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.69 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
3 อันดับแรก คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
ของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.13 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.63

รายได้ 10,001-20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการ
ซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.62 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมา คือ ราคาถูกกว่า
ท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.21 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.58

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.64 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.24 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.50

ตาราง 89 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง	4.36 (มาก)	4.38 (มาก)	4.39 (มาก)	4.37 (มาก)
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.43 (มาก)	4.46 (มาก)	4.46 (มาก)	4.44 (มาก)
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.28 (มาก)	4.36 (มาก)	4.32 (มาก)	4.31 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน	4.34 (มาก)	4.36 (มาก)	4.33 (มาก)	4.35 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	4.02 (มาก)	4.18 (มาก)	4.03 (มาก)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	3.97 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถ แลกเปลี่ยนได้	4.02 (มาก)	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)	3.94 (มาก)
รวม	4.20 (มาก)	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)

จากตาราง 89 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.20 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.36 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.34

รายได้ 10,001-20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.24 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.38 และสถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวกและสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.36

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.19 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.39 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.33

ตาราง 90 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้			รวม
	ต่ำกว่า 10,001 บาท	10,001- 20,000 บาท	มากกว่า 20,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	3.83 (มาก)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ	3.96 (มาก)	3.82 (มาก)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.84 (มาก)	3.70 (มาก)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว	3.95 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.85 (มาก)
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับ เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งาน ในตอนแรก	3.92 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.83 (มาก)
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรม ในชุมชน	4.02 (มาก)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)	3.92 (มาก)
รวม	3.93 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตาราง 90 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ พบว่า

รายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.93 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมาคือ บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.02 และมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 3.98

รายได้ 10,001-20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.80 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมาคือ บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.89 และมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 3.88

รายได้มากกว่า 20,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ ค่าเฉลี่ย 3.91 รองลงมา คือ มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 3.90 และมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 3.84

5.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย

ตาราง 91 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และจำนวนผู้อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว	4.24 (มาก)	4.16 (มาก)	4.20 (มาก)	4.18 (มาก)
ความอร่อยของข้าวสาร	4.24 (มาก)	4.23 (มาก)	4.40 (มาก)	4.27 (มาก)
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)	4.29 (มาก)	4.12 (มาก)
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	4.40 (มาก)	4.46 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	4.11 (มาก)	4.23 (มาก)	4.26 (มาก)	4.22 (มาก)
รูปลักษณ์ของเครื่องขายข้าวสาร	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติ	4.27 (มาก)	4.32 (มาก)	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคา เพียง 5 บาท	4.14 (มาก)	3.93 (มาก)	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)
เครื่องสามารถทอนเงินได้	4.13 (มาก)	4.21 (มาก)	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.17 (มาก)	4.30 (มาก)	4.36 (มาก)	4.30 (มาก)
มีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.08 (มาก)	4.15 (มาก)	4.31 (มาก)	4.18 (มาก)

ตาราง 91 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการเติมข่าวสารสม่ำเสมอ	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)	4.42 (มาก)	4.31 (มาก)
มีการเปลี่ยนข่าวสารในเครื่องทุกเดือน	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)	4.40 (มาก)	4.32 (มาก)
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	4.40 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	4.24 (มาก)	4.27 (มาก)	4.41 (มาก)	4.30 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	4.06 (มาก)	4.22 (มาก)	4.30 (มาก)	4.21 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.41 (มาก)	4.43 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)
สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตาม จำนวนเงินที่จ่าย	4.44 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)
มีป้ายบอกชี้หือข่าวสารที่จำหน่าย	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)	4.16 (มาก)
รวม	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)	4.35 (มาก)	4.27 (มาก)

จากตาราง 91 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนผู้
อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความต้องการ
ซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.22 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่ายและเครื่องมีระบบป้องกัน
แมลง ค่าเฉลี่ย 4.44 และเครื่องไม่กินเหรียญ ค่าเฉลี่ย 4.41

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความ
ต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.25 โดยปัจจัยย่อยที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.52
รองลงมา คือ ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. และเครื่องมีระบบป้องกันแมลง
ค่าเฉลี่ย 4.50

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความ
ต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.35 โดยปัจจัยย่อยที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.70
รองลงมา คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.68 และข่าวสารสะอาดไม่มีแมลง ค่าเฉลี่ย
4.58

ตาราง 92 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา และจำนวนผู้อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.38 (มาก)	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)	4.25 (มาก)
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.63 (มาก)	3.58 (มาก)
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.78 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	4.25 (มาก)	4.19 (มาก)	4.18 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตาราง 92 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.76 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.25 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.62

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.64 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.19 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.56

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.63 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.18 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.63

ตาราง 93 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และจำนวนผู้อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง	4.29 (มาก)	4.39 (มาก)	4.38 (มาก)	4.37 (มาก)
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.43 (มาก)	4.46 (มาก)	4.42 (มาก)	4.44 (มาก)
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.27 (มาก)	4.31 (มาก)	4.34 (มาก)	4.31 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน	4.29 (มาก)	4.37 (มาก)	4.31 (มาก)	4.35 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	4.19 (มาก)	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	4.03 (มาก)	4.01 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถ แลกเปลี่ยนได้	4.13 (มาก)	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)	3.94 (มาก)
รวม	4.23 (มาก)	4.21 (มาก)	4.20 (มาก)	4.21 (มาก)

จากตาราง 93 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.23 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึงและสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.29

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.21 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.39 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.37

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.20 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.38 และสถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.34

ตาราง 94 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และจำนวนผู้อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวนผู้อยู่อาศัย			รวม
	1 คน	2-4 คน	มากกว่า 4 คน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.91 (มาก)
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.86 (มาก)	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.76 (มาก)
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง	4.10 (มาก)	4.01 (มาก)	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับ เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งาน ในตอนแรก	3.71 (มาก)	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรม ในชุมชน	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)	4.03 (มาก)	3.92 (มาก)
รวม	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตาราง 94 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามจำนวนผู้อยู่อาศัย พบว่า

จำนวนผู้อยู่อาศัย 1 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.86 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข่าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมา คือ บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.97 และมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 3.90

จำนวนผู้อยู่อาศัย 2-4 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.86 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข่าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 4.01 รองลงมา คือ ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ ค่าเฉลี่ย 3.93 และมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 3.90

จำนวนผู้อยู่อาศัยมากกว่า 4 คน ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.90 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข่าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมา คือ บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.03 และมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 3.98

5.5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ตาราง 95 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และลักษณะที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)
ความอร่อยของข้าวสาร	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	4.18 (มาก)	3.93 (มาก)	4.12 (มาก)
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	4.51 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	4.48 (มาก)
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	4.29 (มาก)	4.04 (มาก)	4.22 (มาก)
รูปลักษณะของเครื่องขายข้าวสาร	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติ	4.35 (มาก)	4.22 (มาก)	4.32 (มาก)
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	3.94 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)
เครื่องสามารถทอนเงินได้	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	4.19 (มาก)
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.32 (มาก)	4.21 (มาก)	4.30 (มาก)
มีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)	4.18 (มาก)

ตาราง 95 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	บ้านพัก ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อาคารชุด ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการเติมข่าวสารสม่ำเสมอ	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)	4.31 (มาก)
มีการเปลี่ยนข่าวสารในเครื่องทุกเดือน (มีการแจ้งวันเวลาเปลี่ยนข่าวสาร)	4.32 (มาก)	4.30 (มาก)	4.32 (มาก)
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	4.54 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	4.49 (มาก)
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	4.35 (มาก)	4.15 (มาก)	4.30 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	4.27 (มาก)	4.06 (มาก)	4.21 (มาก)
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.57 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.51 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.46 (มาก)
สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตาม จำนวนเงินที่จ่าย	4.59 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)
มีป้ายบอกชี้ห่อข่าวสารที่จำหน่าย	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)
รวม	4.30 (มาก)	4.19 (มาก)	4.27 (มาก)

จากตาราง 95 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.30 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.59 รองลงมา คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.57 และตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. ค่าเฉลี่ย 4.54

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.19 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา คือ เครื่องมีระบบป้องกันแมลง ค่าเฉลี่ย 4.41 และข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง ค่าเฉลี่ย 4.38

ตาราง 96 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา และลักษณะที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.22 (มาก)	4.32 (มาก)	4.25 (มาก)
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.58 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	4.18 (มาก)	4.23 (มาก)	4.20 (มาก)
รวม	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตาราง 96 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา จำแนกตามลักษณะที่อยู่
อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความ
ต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.64 โดยปัจจัยย่อยที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมา คือ ราคา
เหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.18 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.58

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อความ
ต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.71 โดยปัจจัยย่อยที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาถูกกว่าท้องตลาด ค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา คือ ราคา
เหมาะสมกับคุณภาพของข้าว ค่าเฉลี่ย 4.23 และราคาเท่ากับราคาตลาด ค่าเฉลี่ย 3.59

ตาราง 97 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และลักษณะที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง	4.40 (มาก)	4.31 (มาก)	4.37 (มาก)
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.46 (มาก)	4.39 (มาก)	4.44 (มาก)
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)	4.31 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน	4.37 (มาก)	4.27 (มาก)	4.35 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	4.07 (มาก)
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	4.02 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถแลกเปลี่ยนเหรียญได้	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	3.94 (มาก)
รวม	4.23 (มาก)	4.17 (มาก)	4.21 (มาก)

จากตาราง 97 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.23 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.40 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.37

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.17 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมา คือ สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ค่าเฉลี่ย 4.31 และสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน ค่าเฉลี่ย 4.27

ตาราง 98 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และลักษณะที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะที่อยู่อาศัย		รวม
	บ้านพัก	อาคารชุด	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อวิทยุ	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)	3.76 (มาก)
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	3.85 (มาก)
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่อง ขายข้าวสารอัตโนมัติ	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)	3.92 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งานในตอนแรก	3.88 (มาก)	3.69 (มาก)	3.83 (มาก)
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรม ในชุมชน	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	3.92 (มาก)
รวม	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.87 (มาก)

จากตาราง 98 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่า

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านพัก ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.88 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 4.05 รองลงมา คือ มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติและบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.94

ลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นอาคารชุด ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.83 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง ค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมา คือ บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน ค่าเฉลี่ย 3.89 และมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ย 3.87

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติมากที่สุด

ตาราง 99 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ และความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ

เคยเห็นหรือใช้บริการ	การเปลี่ยนมาซื้อ					
	ซื้อทดแทนแน่นอน	อาจจะซื้อทดแทน	ไม่แน่ใจ	อาจจะไม่ซื้อทดแทน	ไม่ซื้อทดแทนแน่นอน	รวม
เคยเห็นและเคยใช้บริการ	2	1	1	0	0	4
เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ	14	12	8	0	0	34
ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้บริการ	90	148	89	24	11	362
รวม	106	161	98	24	11	400

จากตาราง 99 การศึกษาการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 362 คน โดยส่วนใหญ่อาจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิม จำนวน 148 คน รองลงมาคือ ซื้อทดแทนแน่นอน จำนวน 90 คน ลำดับถัดมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 89 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 34 คน โดยส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมแน่นอน จำนวน 14 คน รองลงมาคือ อาจจะซื้อทดแทน จำนวน 12 คน ลำดับถัดมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 8 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเห็นและเคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำนวน 4 คน โดยส่วนใหญ่คาดว่าจะซื้อทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมแน่นอน จำนวน 2 คน รองลงมาคือ อาจจะซื้อทดแทน จำนวน 1 คน ลำดับถัดมาคือ ไม่แน่ใจ จำนวน 1 คน

ตาราง 100 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติมากที่สุด

เคยเห็นหรือใช้บริการ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด				
	ผลิตภัณฑ์	ราคา	ช่องทางการจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด	รวม
เคยเห็นและเคยใช้บริการ	2	2	0	0	4
เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการ	21	3	9	1	34
ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้บริการ	191	69	97	5	362
รวม	214	74	106	6	400

จากตาราง 100 การศึกษาการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติมากที่สุด พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติมากที่สุด จำนวน 191 คน รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 97 คน ลำดับถัดมาคือ ราคา จำนวน 69 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติมากที่สุด จำนวน 21 คน รองลงมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 9 คน ลำดับถัดมาคือ ราคา จำนวน 3 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นและเคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีความเห็นว่า ผลิตภัณฑ์และราคาอิทธิพลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติมากที่สุด จำนวน 2 คน

ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจาก
เครื่องขายอัตโนมัติ จำแนกตาม เพศ ลักษณะที่อยู่อาศัย การเคยเห็นหรือใช้บริการ แนวนุ่มที่จะ
ซื้อ และการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ

ตาราง 101 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่อง
ขายอัตโนมัติด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		t-test	Sig.
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของ เมล็ดข้าว	4.19 (มาก)	4.18 (มาก)	1.43	.882
ความอร่อยของข้าวสาร	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)	0.12	.262
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	4.05 (มาก)	4.15 (มาก)	0.66	.209
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	4.36 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	3.69	.037*
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	4.11 (มาก)	4.27 (มาก)	0.10	.072
รูปลักษณ์ของเครื่องขายข้าวสาร	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	0.15	.557
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติ	4.20 (มาก)	4.37 (มาก)	4.57	.047*
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	3.98 (มาก)	3.96 (มาก)	0.11	.901
เครื่องสามารถทอนเงินได้	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)	1.30	.987
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.21 (มาก)	4.33 (มาก)	1.01	.142

ตาราง 101 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		t-test	Sig.
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
มีข่าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.08 (มาก)	4.22 (มาก)	0.00	.090
มีการเติมข่าวสารสม่ำเสมอ	4.16 (มาก)	4.38 (มาก)	0.59	.005*
มีการเปลี่ยนข่าวสารในเครื่องทุกเดือน	4.20 (มาก)	4.37 (มาก)	0.75	.029*
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	4.38 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	7.57	.066
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	4.22 (มาก)	4.33 (มาก)	0.14	.174
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	4.11 (มาก)	4.26 (มาก)	0.04	.114
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.51 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	2.23	.729
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.39 (มาก)	4.49 (มาก)	3.25	.256
สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวน เงินที่จ่าย	4.48 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	5.94	.151
มีป้ายบอกชี้ห่อข่าวสารที่จำหน่าย	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)	0.38	.584
รวม	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)	0.03	.057

จากตาราง 101 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านเครื่องมีระบบป้องกันแมลงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยความสามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องไม่กินเหรียญ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านความสามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยข่าวสารสะอาดไม่มีแมลง และปัจจัยย่อยตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อในปัจจัยย่อยด้านข่าวสารสะอาดไม่มีแมลง ปัจจัยย่อยความง่ายในการใช้งานเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติ ปัจจัยย่อยการเติมข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ และปัจจัยย่อยการเปลี่ยนข่าวสารในเครื่องทุกเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 102 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	เพศ		t-test	Sig.
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.09 (มาก)	4.32 (มาก)	0.86	.012*
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.46 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	0.51	.096
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.63 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	0.08	.831
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	4.04 (มาก)	4.27 (มาก)	0.27	.004*
รวม	3.56 (มาก)	3.71 (มาก)	0.05	.014*

จากตาราง 102 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยราคาถูกกว่าท้องตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยราคาถูกกว่าท้องตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามด้านราคา พบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อในปัจจัยย่อยด้านราคาถูกกว่าท้องตลาด และปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยด้านราคาที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 103 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		t-test	Sig.
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง	4.30 (มาก)	4.41 (มาก)	0.019	.158
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.40 (มาก)	4.46 (มาก)	0.003	.407
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.22 (มาก)	4.36 (มาก)	0.352	.088
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน	4.28 (มาก)	4.37 (มาก)	3.161	.230
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	3.92 (มาก)	4.14 (มาก)	0.863	.018*
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	3.90 (มาก)	4.04 (มาก)	0.501	.102
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถแลกเปลี่ยน ได้	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)	0.003	.289
รวม	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)	0.800	.051

จากตาราง 103 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านการตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านการตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อในปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 104 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		t-test	Sig.
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)	0.177	.623
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)	0.159	.168
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.70 (มาก)	3.84 (มาก)	1.971	.145
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)	0.608	.206
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)	0.831	.165
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	0.079	.453
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับ เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	3.90 (มาก)	3.93 (มาก)	2.865	.719
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งาน ในตอนแรก	3.74 (มาก)	3.87 (มาก)	0.028	.213
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรม ในชุมชน	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	0.203	.535
รวม	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)	1.935	.198

จากตาราง 104 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยด้านการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขยายข้าวสารอัดโนมัตติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยด้านการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขยายข้าวสารอัดโนมัตติในสื่อวิทยุ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าไม่มีด้านการส่งเสริมการตลาดด้านใดเลยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 105 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะที่อยู่อาศัย		t-test	Sig.
	บ้านพัก	อาคารชุด		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	0.064	.972
ความอร่อยของข้าวสาร	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)	1.822	.030*
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	4.18 (มาก)	3.93 (มาก)	0.102	.004*
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	4.51 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)	1.462	.132
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	4.29 (มาก)	4.04 (มาก)	1.578	.008*
รูปลักษณะของเครื่องขายข้าวสาร	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	0.861	0.700
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	4.35 (มาก)	4.22 (มาก)	1.229	.146
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	3.94 (มาก)	4.05 (มาก)	1.135	.326
เครื่องสามารถทอนเงินได้	4.19 (มาก)	4.20 (มาก)	0.078	.932
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.32 (มาก)	4.21 (มาก)	0.412	.206
มีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.19 (มาก)	4.15 (มาก)	0.019	.671
มีการเติมข้าวสารสม่ำเสมอ	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)	0.624	.358

ตาราง 105 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ลักษณะที่อยู่อาศัย		t-test	Sig.
	บ้านพัก	อาคารชุด		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
มีการเปลี่ยนข่าวสารในเครื่องทุกเดือน	4.32 (มาก)	4.30 (มาก)	4.326	.784
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	4.54 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	7.131	.030*
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	4.35 (มาก)	4.15 (มาก)	0.081	.020*
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	4.27 (มาก)	4.06 (มาก)	3.572	.031*
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.57 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	2.793	.044*
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.51 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	3.882	.025*
สามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวน เงินที่จ่าย	4.59 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	1.768	.079
มีป้ายบอกชี้ห่อข่าวสารที่จำหน่าย	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)	3.576	.015*
รวม	4.30 (มาก)	4.19 (มาก)	0.058	.039*

จากตาราง 105 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบบ้านพัก มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านความสามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านความสามารถจ่ายข่าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบบ้านพักกับแบบอาคารชุด พบว่าปัจจัยย่อยความอรรถของข่าวสาร ปัจจัยย่อยชนิดของข่าวสารที่ขาย ปัจจัยย่อยการมีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน ปัจจัยย่อยตัวเครื่องการมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง ปัจจัยย่อยเครื่องไม่กินเหรียญ ปัจจัยย่อยมีป้ายบอกยี่ห้อข่าวสารที่จำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 106 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านราคา จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ลักษณะที่อยู่อาศัย		t-test	Sig.
	บ้านพัก	อาคารชุด		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.22 (มาก)	4.32 (มาก)	3.625	.308
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.58 (มาก)	3.59 (มาก)	0.094	.938
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.58 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	0.653	.389
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	4.18 (มาก)	4.23 (มาก)	0.609	.562
รวม	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	0.015	.279

จากตาราง 106 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบบ้านพัก มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยราคาถูกกว่าท้องตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยราคาถูกกว่าท้องตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านราคา พบว่าไม่มีปัจจัยย่อยด้านราคาใดเลยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 107 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ลักษณะที่อยู่อาศัย		t-test	Sig.
	บ้านพัก	อาคารชุด		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง	4.40 (มาก)	4.31 (มาก)	0.516	.274
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.46 (มาก)	4.39 (มาก)	1.257	.370
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.34 (มาก)	4.24 (มาก)	0.295	.254
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน	4.37 (มาก)	4.27 (มาก)	0.679	.201
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	4.08 (มาก)	4.05 (มาก)	0.122	.767
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	4.02 (มาก)	3.93 (มาก)	0.107	.362
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถแลกเปลี่ยน ได้	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	1.116	.528
รวม	4.23 (มาก)	4.17 (มาก)	1.225	.383

จากตาราง 107 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบบ้านพัก มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบบ้านพักกับแบบอาคารชุด พบว่าไม่มีระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายใดเลยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 108 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ลักษณะที่อยู่อาศัย		t-test	Sig.
	บ้านพัก	อาคารชุด		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)	0.000	.674
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)	0.698	.432
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)	5.129	.911
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)	1.898	.701
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)	2.085	.510
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว	3.85 (มาก)	3.84 (มาก)	0.717	.914
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับ เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)	1.426	.468
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งาน ในตอนแรก	3.88 (มาก)	3.69 (มาก)	0.050	.086
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรม ในชุมชน	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	1.491	.639
รวม	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	0.454	.503

จากตาราง 108 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบบ้านพัก มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันของการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ และปัจจัยย่อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบอาคารชุด มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันของการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะที่อยู่อาศัยแบบบ้านพักกับแบบอาคารชุด พบว่าไม่มีระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดด้านใดเลยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 109 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เคยเห็นหรือใช้บริการ			F	Sig.
	เคยเห็นและ เคยใช้	เคยเห็นแต่ ไม่เคยใช้	ไม่เคยเห็น/ ไม่เคยใช้		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความ ขาวของเมล็ดข้าว	4.00 (มาก)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	0.097	.907
ความอร่อยของข้าวสาร	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)	4.27 (มาก)	0.155	.859
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	3.75 (มาก)	4.21 (มาก)	4.11 (มาก)	0.699	.498
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	3.75 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	2.062	.129
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	3.50 (มาก)	4.32 (มาก)	4.22 (มาก)	1.766	.172
รูปลักษณะของเครื่องขายข้าวสาร	4.00 (มาก)	4.24 (มาก)	3.89 (มาก)	2.812	.061
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติ	4.25 (มาก)	4.38 (มาก)	4.31 (มาก)	0.160	.852
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคา เพียง 5 บาท	4.00 (มาก)	4.12 (มาก)	3.95 (มาก)	0.445	.641
เครื่องสามารถทอนเงินได้	3.75 (มาก)	4.24 (มาก)	4.19 (มาก)	0.533	.588
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)	4.31 (มาก)	0.569	.566
มีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)	4.17 (มาก)	0.314	.731

ตาราง 109 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เคยเห็นหรือใช้บริการ			F	Sig.
	เคยเห็นและ เคยใช้	เคยเห็นแต่ ไม่เคยใช้	ไม่เคยเห็น/ ไม่เคยใช้		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
มีการเดิมข้าวสารสม่ำเสมอ	3.75 (มาก)	4.26 (มาก)	4.32 (มาก)	1.283	.278
มีการเปลี่ยนข้าวสารในเครื่องทุก เดือน	3.75 (มาก)	4.29 (มาก)	4.32 (มาก)	1.204	.301
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรอง มาตรฐาน เช่น มอก.	3.75 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	1.982	.139
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	3.75 (มาก)	4.38 (มาก)	4.30 (มาก)	1.215	.298
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญ ปลอม	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)	4.21 (มาก)	0.188	.828
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.25 (มาก)	4.44 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	0.615	.541
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.00 (มาก)	4.32 (มาก)	4.48 (มาก)	1.336	.264
สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตาม จำนวนเงินที่จ่าย	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.220	.015*
มีป้ายบอกยี่ห้อข้าวสารที่จำหน่าย	3.50 (มาก)	4.18 (มาก)	4.16 (มาก)	1.430	.241
รวม	3.91 (มาก)	4.29 (มาก)	4.27 (มาก)	1.036	.356

จากตาราง 109 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นและเคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยความอร่อยของข้าวสาร ปัจจัยย่อยความง่ายในการใช้งานเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง และปัจจัยย่อยสามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย

4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยข้าวสารสะอาดไม่มีแมลงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านความสามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นหรือเคยใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อในปัจจัยย่อยด้านความสามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

จากนั้นจึงทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์รายคู่ เพื่อศึกษาว่าระดับต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มใดบ้างที่แตกต่างกัน ซึ่งได้ผลดังตาราง 110

ตาราง 110 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติเป็นรายคู่

ด้านผลิตภัณฑ์	เคยเห็นหรือใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า Sig.		
			เคยเห็นและเคยใช้	เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้
สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้	เคยเห็นและเคยใช้	4.25	-	.999	.591
ตรงตามจำนวนเงินที่	เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้	4.26	.999	-	.024*
จ่าย	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้	4.58	.591	.024*	-

จากตาราง 110 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปีวิจัยย่อยสามารถจ่ายข้าวสารได้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นหรือเคยใช้บริการแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อแตกต่างกัน 1 คู่ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้บริการเครื่องขายอัตโนมัติ

ตาราง 111 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านราคา จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	เคยเห็นหรือใช้บริการ			F	Sig.
	เคยเห็นและ เคยใช้	เคยเห็นแต่ ไม่เคยใช้	ไม่เคยเห็น/ ไม่เคยใช้		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)	4.25 (มาก)	.002	.998
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.75 (มาก)	3.79 (มาก)	3.56 (มาก)	0.965	.382
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.75 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	3.026	.050*
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	3.75 (มาก)	4.18 (มาก)	4.20 (มาก)	0.737	.479
รวม	3.62 (มาก)	3.83 (มาก)	3.64 (มาก)	1.677	.188

จากตาราง 111 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นและเคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยด้านราคาถูกกว่าท้องตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด และปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยด้านราคาถูกกว่าท้องตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยด้านราคาถูกกว่าท้องตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นหรือเคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติแตกต่างกัน พบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อในปัจจุบันจ่ายด้านราคาสูงกว่าท้องตลาด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยด้านราคาที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

จากนั้นจึงทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคารายคู่ เพื่อศึกษาว่าระดับต่อความต้องการซื้อด้านราคาของกลุ่มใดบ้างที่แตกต่างกัน ซึ่งได้ผลดังตาราง 112

ตาราง 112 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคา จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติเป็นรายคู่

ด้านราคา	เคยเห็นหรือใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า Sig.		
			เคยเห็นและเคยใช้	เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	เคยเห็นและเคยใช้	2.75	-	.583	.767
	เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้	3.12	.583	-	.015*
	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้	2.56	.767	.015*	-

จากตาราง 112 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจุบันจ่ายราคาสูงกว่าท้องตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นหรือเคยใช้บริการแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อแตกต่างกัน 1 คู่ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ

ตาราง 113 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เคยเห็นหรือใช้บริการ			F	Sig.
	เคยเห็นและ เคยใช้	เคยเห็นแต่ ไม่เคยใช้	ไม่เคยเห็น/ ไม่เคยใช้		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการ เข้าถึง	4.25 (มาก)	4.29 (มาก)	4.38 (มาก)	0.295	.744
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.00 (มาก)	4.32 (มาก)	4.46 (มาก)	1.503	.224
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.25 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)	4.927	.041*
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้ บ้าน	4.00 (มาก)	4.44 (มาก)	4.34 (มาก)	0.821	.441
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่ง ร้านค้า	3.50 (มาก)	4.41 (มาก)	4.04 (มาก)	3.950	.020*
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	3.50 (มาก)	4.18 (มาก)	3.99 (มาก)	1.535	.217
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถแลกเปลี่ยน เหรียญได้	3.25 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.95 (มาก)	1.297	.274
รวม	3.82 (มาก)	4.31 (มาก)	4.21 (มาก)	1.371	.255

จากตาราง 113 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นและเคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง และปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวกมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง และปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวกมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติแตกต่างกัน มีระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก และปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

จากนั้นจึงทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายรายคู่ เพื่อศึกษาว่าระดับต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มใดบ้างที่แตกต่างกัน ซึ่งได้ผลดังตาราง 114

ตาราง 114 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติเป็น รายคู่

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เคยเห็นหรือใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่า Sig.		
			เคยเห็นและเคยใช้	เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	เคยเห็นและเคยใช้	4.25	-	.637	.996
	เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้	4.62	.637	-	.041*
	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้	4.28	.996	.041*	-
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	เคยเห็นและเคยใช้	3.50	-	.122	.440
	เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้	4.41	.122	-	.050*
	ไม่เคยเห็น/ไม่เคยใช้	4.04	.440	.050*	-

จากตาราง 114 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นหรือเคยใช้บริการแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อแตกต่างกัน 1 คู่ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ กับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้บริการเครื่องขายอัตโนมัติ

เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นหรือเคยใช้บริการแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อแตกต่างกัน 1 คู่ คือผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ กับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการเครื่องขายอัตโนมัติ

ตาราง 115 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการเคยเห็นหรือใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เคยเห็นหรือใช้บริการ			F	Sig.
	เคยเห็นและ เคยใช้	เคยเห็นแต่ ไม่เคยใช้	ไม่เคยเห็น/ ไม่เคยใช้		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	0.121	.886
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ	4.00 (มาก)	3.94 (มาก)	3.90 (มาก)	0.051	.950
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และ นิตยสาร	3.75 (มาก)	3.97 (มาก)	3.78 (มาก)	0.801	.449
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.75 (มาก)	3.62 (มาก)	3.77 (มาก)	0.484	.617
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลอง หุง	3.25 (ปานกลาง)	4.24 (มาก)	4.02 (มาก)	2.225	.109
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงแล้ว	3.50 (มาก)	3.97 (มาก)	3.84 (มาก)	0.509	.602
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้ เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติ	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	3.91 (มาก)	0.086	.917
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งาน ในตอนแรก	3.75 (มาก)	4.06 (มาก)	3.81 (มาก)	1.094	.336
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุน กิจกรรมในชุมชน	3.50 (มาก)	4.18 (มาก)	3.90 (มาก)	1.925	.147
รวม	3.72 (มาก)	3.97 (มาก)	3.86 (มาก)	0.488	.614

จากตาราง 115 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นและเคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาในสื่อวิทยุ ปัจจัยย่อยการให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ และปัจจัยย่อยการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นแต่ไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยด้านการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยการมีพนักงานขายแนะนำการใช้งานในตอนแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเห็นและไม่เคยใช้บริการเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยด้านการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยการให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ และปัจจัยย่อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.90

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเห็นหรือใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน

ตาราง 116 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	แนวโน้มที่จะซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว	4.26 (มาก)	4.15 (มาก)	0.907	.208
ความอร่อยของข้าวสาร	4.32 (มาก)	4.26 (มาก)	0.372	.459
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	4.17 (มาก)	4.11 (มาก)	0.037	.401
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	4.55 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.903	.220
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	4.25 (มาก)	4.22 (มาก)	0.005	.703
รูปลักษณ์ของเครื่องขายข้าวสาร	4.01 (มาก)	3.87 (มาก)	2.882	.114
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	4.42 (มาก)	4.28 (มาก)	2.359	.084
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	4.04 (มาก)	3.94 (มาก)	0.121	.357
เครื่องสามารถทอนเงินได้	4.40 (มาก)	4.09 (มาก)	8.978	.000*
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.40 (มาก)	4.26 (มาก)	0.267	.096
มีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.28 (มาก)	4.15 (มาก)	0.359	.108

n = 391 คน

ตาราง 116 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	แนวโน้มที่จะซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
มีการเดิมข้าวสารสม่ำเสมอ	4.41 (มาก)	4.29 (มาก)	0.928	.097
มีการเปลี่ยนข้าวสารในเครื่องทุกเดือน	4.33 (มาก)	4.32 (มาก)	2.095	.903
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	4.55 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.276	.239
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	4.41 (มาก)	4.25 (มาก)	7.012	.033*
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	4.40 (มาก)	4.13 (มาก)	8.243	.002*
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.65 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	21.967	.015*
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.58 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	16.058	.017*
สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวน เงินที่จ่าย	4.63 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	7.844	.099
มีป้ายบอกยี่ห้อข้าวสารที่จำหน่าย	4.23 (มาก)	4.13 (มาก)	1.396	.240
รวม	4.36 (มาก)	4.24 (มาก)	4.963	.011*

n = 391 คน

จากตาราง 116 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติอย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องสามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องไม่กินเหรียญ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มยังไม่ตัดสินใจซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านเครื่องสามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง และปัจจัยย่อยตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มจะตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อข้าวสารผ่านเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อในปัจจัยย่อยเครื่องสามารถทอนเงินได้ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง และปัจจัยย่อยเครื่องไม่กินเหรียญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยในด้านผลิตภัณฑ์ที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 117 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านราคา จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	แนวโน้มที่จะซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)	3.217	.915
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)	0.193	.495
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.66 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.971	.541
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	4.30 (มาก)	4.16 (มาก)	0.750	.067
รวม	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	0.068	.201

n = 391 คน

จากตาราง 117 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติอย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าวมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาถูกกว่าท้องตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มยังไม่ตัดสินใจซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยด้านราคาถูกกว่าท้องตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อ

ข่าวสารผ่านเครื่องขายข่าวสารอัตโนมัติในด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยทุกด้านไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 118 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข่าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	แนวโน้มที่จะซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง	4.43 (มาก)	4.35 (มาก)	3.221	.280
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.52 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	2.280	.191
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.37 (มาก)	4.30 (มาก)	1.857	.336
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน	4.44 (มาก)	4.32 (มาก)	1.670	.099
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)	1.668	.014*
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)	0.515	.290
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถแลกเปลี่ยน ได้	3.02 (มาก)	3.90 (มาก)	8.506	.179
รวม	4.30 (มาก)	4.18 (มาก)	6.394	.048*

n = 391 คน

จากตาราง 118 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติอย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านการตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มยังไม่ตัดสินใจซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยด้านการตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อข้าวสารผ่านเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 119 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามแนวโน้มที่จะซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	แนวโน้มที่จะซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	3.97 (มาก)	3.71 (มาก)	10.856	.004*
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ	4.06 (มาก)	3.85 (มาก)	2.729	.021*
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.96 (มาก)	3.73 (มาก)	6.324	.008*
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.91 (มาก)	3.71 (มาก)	5.314	.018*
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง	4.19 (มาก)	3.97 (มาก)	1.312	.025*
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว	4.03 (มาก)	3.78 (มาก)	8.043	.014*
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับ เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	4.12 (มาก)	3.83 (มาก)	6.442	.001*
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งาน ในตอนแรก	3.99 (มาก)	3.77 (มาก)	11.627	.018*
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรม ในชุมชน	4.09 (มาก)	3.86 (มาก)	3.049	.015*
รวม	4.04 (มาก)	3.80 (มาก)	3.347	.001*

n = 391 คน

จากตาราง 119 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติอย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยด้านการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มยังไม่ตัดสินใจซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยมีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยการให้ความรู้ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อข้าวสารผ่านเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อในปัจจัยย่อยการโฆษณาในสื่อวิทยุ ปัจจัยย่อยการให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ ปัจจัยย่อยการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสาร ปัจจัยย่อยการลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสาร ปัจจัยย่อยมีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง ปัจจัยย่อยมีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว ปัจจัยย่อยการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ปัจจัยย่อยมีพนักงานขายแนะนำการใช้งานในตอนแรก และปัจจัยย่อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 120 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	การเปลี่ยนมาซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
คุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว	4.36 (มาก)	4.13 (มาก)	0.977	.013*
ความอร่อยของข้าวสาร	4.36 (มาก)	4.24 (มาก)	0.755	.167
ชนิดของข้าวสารที่ขาย	4.25 (มาก)	4.09 (มาก)	0.112	.047*
ข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง	4.58 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	7.785	.123
มีคำอธิบายวิธีใช้เครื่องชัดเจน	4.31 (มาก)	4.19 (มาก)	0.216	.217
รูปลักษณ์ของเครื่องขายข้าวสาร	4.06 (มาก)	3.87 (มาก)	2.392	.047*
ความง่ายในการใช้งานเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	4.41 (มาก)	4.30 (มาก)	1.194	.213
สามารถเริ่มซื้อข้าวสารได้ในราคาเพียง 5 บาท	4.10 (มาก)	3.93 (มาก)	0.742	.124
เครื่องสามารถทอนเงินได้	4.36 (มาก)	4.14 (มาก)	8.865	.014*
มีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ	4.44 (มาก)	4.25 (มาก)	0.753	.030*
มีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท	4.33 (มาก)	4.14 (มาก)	0.899	.037*

n = 389 คน

ตาราง 120 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	การเปลี่ยนมาซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
มีการเดิมข้าวสารสม่ำเสมอ	4.47 (มาก)	4.27 (มาก)	2.466	.012*
มีการเปลี่ยนข้าวสารในเครื่องทุกเดือน	4.34 (มาก)	4.31 (มาก)	1.004	.734
ตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก.	4.49 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	0.000	.928
เครื่องมีระบบยกเลิกคำสั่งซื้อ	4.42 (มาก)	4.27 (มาก)	2.164	.095
เครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอม	4.40 (มาก)	4.16 (มาก)	4.367	.011*
เครื่องมีระบบป้องกันแมลง	4.58 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.502	.523
เครื่องไม่กินเหรียญ	4.56 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	7.593	.111
สามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวน เงินที่จ่าย	4.60 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	3.895	.406
มีป้ายบอกยี่ห้อข้าวสารที่จำหน่าย	4.22 (มาก)	4.16 (มาก)	0.638	.532
รวม	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	2.858	.017*

n = 389 คน

จากตาราง 120 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมอย่างแน่นอนมีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านความสามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง และปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องไม่กินเหรียญและปัจจัยย่อยข้าวสารสะอาดไม่มีแมลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมมีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยด้านความสามารถจ่ายข้าวสารที่ให้ตรงตามจำนวนเงินที่จ่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันแมลง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยตัวเครื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มอก. โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจจะเปลี่ยนมาซื้ออย่างแน่นอนกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมพบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านผลิตภัณฑ์ปัจจัยย่อยคุณภาพของข้าวสาร เช่น ความขาวของเมล็ดข้าว ปัจจัยย่อยชนิดของข้าวสารที่ขาย ปัจจัยย่อยรูปลักษณะของเครื่องขายข้าวสาร ปัจจัยย่อยเครื่องสามารถทอนเงินได้ ปัจจัยย่อยมีถุงสำหรับใส่ข้าวไว้บริการ ปัจจัยย่อยมีข้าวสารให้เลือกหลายประเภท ปัจจัยย่อยมีการเติมข้าวสารสม่ำเสมอ และปัจจัยย่อยเครื่องมีระบบป้องกันเหรียญปลอมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่นที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 121 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านราคา จำแนกตามการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	การเปลี่ยนมาซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ราคาถูกกว่าท้องตลาด	4.30 (มาก)	4.23 (มาก)	1.282	.481
ราคาเท่ากับราคาตลาด	3.77 (มาก)	3.52 (มาก)	0.627	.022*
ราคาสูงกว่าท้องตลาด	2.83 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	1.024	.036*
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว	4.35 (มาก)	4.16 (มาก)	0.084	.024*
รวม	3.81 (มาก)	3.61 (มาก)	0.665	.001*

n = 389 คน

จากตาราง 121 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมอย่างแน่นอนมีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าวมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาถูกกว่าท้องตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมมีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยราคาถูกกว่าท้องตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยราคาเท่ากับท้องตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจจะเปลี่ยนมาซื้ออย่างแน่นอนกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมพบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านราคาในปัจจัยย่อยราคาเท่ากับราคาตลาด ปัจจัยย่อยราคาสูงกว่าท้องตลาด และปัจจัยย่อยราคาเหมาะสมกับคุณภาพของข้าวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่นที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 122 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายอัตโนมัติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	การเปลี่ยนมาซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
สถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง	4.52 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)	2.193	.015*
ตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.58 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	3.195	.035*
สถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก	4.46 (มาก)	4.28 (มาก)	3.432	.021*
สถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน	4.50 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	2.351	.011*
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า	4.23 (มาก)	4.01 (มาก)	0.001	.023*
สถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้ที่ทำงาน	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	0.223	.243
บริเวณใกล้เคียงมีที่สามารถแลกเปลี่ยน ได้	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	3.661	.898
รวม	4.33 (มาก)	4.18 (มาก)	8.459	.010*

n = 389 คน

จากตาราง 122 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมอย่างแน่นอนมีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยการตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมมีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยการตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจจะเปลี่ยนมาซื้ออย่างแน่นอนกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมพบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งเครื่องง่ายต่อการเข้าถึง ปัจจัยย่อยตั้งอยู่ในที่ที่สามารถซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งมีที่จอดรถสะดวก ปัจจัยย่อยสถานที่ติดตั้งตัวเครื่องสะดวกใกล้บ้าน และปัจจัยย่อยสถานที่ตั้งตัวเครื่องใกล้แหล่งร้านค้า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่นที่เหลือไม่มีความแตกต่างกัน

ตาราง 123 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อข้าวสารจากเครื่อง
ขายอัตโนมัติด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขาย
อัตโนมัติ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	การเปลี่ยนมาซื้อ		t-test	Sig.
	ซื้อแน่นอน	ยังไม่ตัดสินใจ		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
การโฆษณาในสื่อวิทยุ	4.10 (มาก)	3.70 (มาก)	10.309	.000*
ให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขาย ข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ	4.16 (มาก)	3.83 (มาก)	4.348	.000*
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	4.04 (มาก)	3.73 (มาก)	8.576	.001*
ลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสาร อัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์ และนิตยสาร	3.93 (มาก)	3.72 (มาก)	7.471	.023*
มีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง	4.21 (มาก)	3.99 (มาก)	0.853	.037*
มีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว	4.04 (มาก)	3.80 (มาก)	5.264	.025*
มีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับ เครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ	4.13 (มาก)	3.86 (มาก)	2.456	.004*
มีพนักงานขายแนะนำการใช้งาน ในตอนแรก	4.04 (มาก)	3.78 (มาก)	5.222	.012*
บริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรม ในชุมชน	4.11 (มาก)	3.87 (มาก)	0.898	.016*
รวม	4.08 (มาก)	3.81 (มาก)	2.710	.000*

n = 389 คน

จากตาราง 123 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมอย่างแน่นอนมีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปีจ้อยมีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาคือ ปีจ้อยการให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ลำดับถัดมาคือ ปีจ้อยมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมมีค่าเฉลี่ยระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปีจ้อยมีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุงมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมาคือ ปีจ้อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ลำดับถัดมาคือ ปีจ้อยมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจจะเปลี่ยนมาซื้ออย่างแน่นอนกับผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเปลี่ยนมาซื้อข้าวสารจากเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติทดแทนการซื้อข้าวสารจากแหล่งซื้อเดิมพบว่าระดับที่มีผลต่อความต้องการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดในปีจ้อยการโฆษณาในสื่อวิทยุ ปีจ้อยการให้ความรู้ ข้อดีเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อวิทยุ ปีจ้อยการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสาร ปีจ้อยการลงบทความเกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติในสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสาร ปีจ้อยมีการแจกตัวอย่างข้าวให้ทดลองหุง ปีจ้อยมีการให้ทดลองชิมข้าวที่หุงเสร็จแล้ว ปีจ้อยมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องขายข้าวสารอัตโนมัติ ปีจ้อยมีพนักงานขายแนะนำการใช้งานในตอนแรก และปีจ้อยบริษัทเจ้าของเครื่องสนับสนุนกิจกรรมในชุมชนมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05