

ความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน
จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี

Satisfaction of entrepreneurs with closed circuit television usage inside convenience stores
in petroleum service station in Sisaket and Ubonratchathani province

ธมลวรรณ สมศรี¹ และพิทยา บุญอินทร์²

¹คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา

99 หมู่ที่ 6 ตำบลโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ 33000

²คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา

333 หมู่ที่ 3 ตำบลช้างซ้าย อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

*E-mail: panthep111@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน จังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน 2) พฤติกรรมการใช้โทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน และ 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดในร้านสะดวกซื้อตามสถานีสบริการน้ำมันที่แตกต่างกันตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่มีการติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีสบริการน้ำมันในจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี จำนวนทั้งสิ้น 81 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดในส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมทุกด้าน อันได้แก่ ผลผลิตที่เสนอขาย การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.18$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านผลผลิตที่เสนอขาย ($\bar{x}=3.34$) รองลงมาได้แก่ การกำหนดราคา ($\bar{x}=3.27$) การจัดจำหน่าย ($\bar{x}=3.13$) และการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}=2.98$) เป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งในแต่ละด้านต่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง พฤติกรรมการใช้โทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน ในจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าผู้ประกอบการมักจะได้รับทราบข้อมูลระบบ โทรทัศน์วงจรปิดจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 56.8 เหตุผลสำคัญที่ผู้ประกอบการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดคือ เพื่อตรวจสอบการทำงานของพนักงานภายในร้าน โดยภาพรวมทุกด้านของส่วนประสมทางการตลาด ยังคงพบว่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางเหมือนกัน กรณีที่จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่างกัน สรุปได้ว่า จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีสบริการน้ำมันในด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านผลผลิตที่เสนอขาย การกำหนดราคา พบว่ามีความแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, การใช้โทรทัศน์วงจรปิด

ABSTRACT

The study of satisfaction of entrepreneurs with closed circuit television usage Inside convenience stores in petroleum service stations in Sisaket and Ubonratchathani Province was aimed at studying 1) the satisfaction with CCTV usage inside convenience stores in petroleum service stations 2) the behaviors of CCTV system usage inside convenience stores in petroleum service stations and 3) the comparison of the different satisfaction, categorized by entrepreneurs' general information, with CCTV usage inside convenience stores in petroleum service stations. The instruments for this study were



questionnaires, collecting data from 81 entrepreneurs installing CCTV inside convenience stores in petroleum service stations in Sisaket and Ubonratchathani Province. The statistics used for analysis were frequencies distribution, percentage, arithmetic mean and standard deviation. This research found that the entrepreneurs were mostly male who were married, 31 - 40 years old, graduated in Bachelor level and each entrepreneur earned 100,001 - 125,000 baht per month. The convenience stores with most CCTV installation were PTT In petroleum service station, the extent of utilized area was 50 - 75 square meters. The period of business operation by convenience stores was 6 years up and the amount of customers was more than 201 a day. Entrepreneurs usually got the information of CCTV system from television. The important reason of CCTV installation was to check out staff's working performances inside convenience stores. CCTV system installed was a combination of analog and digital. The expense of CCTV installation was 30,001- 40,000 baht. Most entrepreneurs made one payment. The entrepreneurs were satisfied with CCTV in overall: - products, price, place and promotion with moderate level ($\bar{x}= 3.18$). Moreover, the functions of CCTV that entrepreneurs needed most were to be able to copy in hard disk and CD Rom.

Key word: Satisfaction, entrepreneurs with closed

1. บทนำ

ร้านสะดวกซื้อที่อยู่ในสถานบริการน้ำมันก็เป็นส่วนหนึ่งของตลาดที่ได้เข้ามามีบทบาทและเป็นธุรกิจที่สำคัญในสถานบริการน้ำมันอย่างมาก เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภคที่มาใช้บริการในสถานบริการน้ำมันเพื่อมาเติมน้ำมันหรือเปลี่ยนน้ำมันเครื่องแล้วยังหาซื้อสินค้าที่ต้องการได้ในเวลาเดียวกันด้วย ในปัจจุบันมีร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันตราต่างๆ เกือบทุกแห่งในจังหวัดนนทบุรีและปทุมธานี เช่น ร้านสะดวกซื้อ 7eleven ในสถานบริการน้ำมัน ปตท., ร้าน Select ในสถานบริการน้ำมัน Shell, ร้าน Star Mart ในสถานบริการน้ำมัน Caltex, ร้าน Tiger Mart หรือ Lotus Express ในสถานบริการ Esso, ร้าน Lemon Green หรือ ใบจาก ในสถานบริการบางจาก เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการเพิ่มจำนวนของร้านสะดวกซื้อภายในสถานบริการน้ำมัน ทำให้มีผลต่อการแข่งขันมากขึ้น ซึ่งต่างฝ่ายต่างงัดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดจากการซื้ออาหารหรือเครื่องดื่มเติมน้ำมันครบตามที่กำหนด ซึ่งกลยุทธ์ต่างๆ ที่ใช้ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ประกอบการ แต่สิ่งหนึ่งที่สำคัญขาดไม่ได้หากทางผู้ประกอบการขาดการคำนึงถึงจะส่งผลเสียต่อกำไรที่ขายได้ นั่นคือการป้องกันรักษาความปลอดภัยภายในร้านโดยใช้ระบบโทรทัศน์วงจรปิด (Closed

Circuit Television System : CCTVsystem) ผู้ประกอบการควรมีการจัดการในเรื่องดังกล่าวอย่างรัดกุม เพราะระบบดังกล่าวถือว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งในการทำธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจจับการขโมยสินค้าหรือการสูญหายของสินค้าที่วางจำหน่ายในร้านการตรวจจับบุคคลที่ไม่หวังดีหรือก่อกวนการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ รวมถึงการสังเกตการณ์และการทำงานของพนักงานที่อาจให้มาทำงานในร้าน เป็นต้น จะเห็นได้ว่า ระบบโทรทัศน์วงจรปิดต่างเข้ามามีบทบาทในการทำธุรกิจต่างๆ เป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในธุรกิจที่ต้องการความปลอดภัย หรือแม้แต่การใช้งานในองค์กร โรงเรียน สถานที่ราชการหรือสถานที่หวงห้าม เป็นต้น จึงถือเป็นช่องทางตลาดที่สำคัญที่บริษัทผู้ประกอบการต่างๆ ที่ผลิตจำหน่ายและติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดได้เข้ามาแข่งขัน เพื่อแย่งส่วนครองตลาดนับว่าเป็นโอกาสดีสำหรับผู้ประกอบการในการวางกลยุทธ์การตลาดทั้งในเรื่องการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนอขาย การกำหนดราคา การขยายช่องทางจำหน่ายให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้า และการส่งเสริมการตลาดต่างๆ ซึ่งจากการสุ่มสำรวจผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อที่มีการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดในสถานบริการน้ำมัน ปตท. และ Caltex ในจังหวัดศรีสะเกษและอุบลราชธานีบางร้าน (จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ 7eleven ในสถานบริการน้ำมัน ปตท. ในจังหวัดศรีสะเกษ ภายใต้ชื่อ

ห้างหุ้นส่วน พรประเสริฐกิจกุล จำกัด และร้านสะดวกซื้อ Star Mart ในสถานีบริการน้ำมัน Caltex ในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ภายใต้ชื่อห้างหุ้นส่วนจำกัด ดาวศรีสะเกษ ณ วันที่ 15-16 มีนาคม พ.ศ. 2551) พบว่าได้มีการติดตั้งแล้ว แต่มีข้อจำกัดที่ว่า ระบบโทรศัพท์วงจรปิดที่ใช้อยู่ไม่สามารถดูภาพระยะไกลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือระบบ Dial up ผ่าน Modem ได้ หรือเตือนภัยผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือพ็อคเก็ตพีซีได้ในกรณีที่ออกไปทำธุระข้างนอกหรือไม่อยู่ในร้านจึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการผลิตจำหน่ายติดตั้งระบบโทรศัพท์วงจรปิดที่จะพัฒนาขีดความสามารถของระบบโทรศัพท์วงจรปิดให้เอื้อประโยชน์ต่อการใช้สอยของผู้บริโภคให้มากขึ้น

ด้วยเหตุนี้เองทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์วงจรปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งนี้เนื่องจากในฐานะที่ผู้ศึกษาดำเนินธุรกิจจำหน่ายติดตั้งระบบโทรศัพท์วงจรปิดอยู่ และต้องการทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายราคาช่องทาง การจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดศรีสะเกษและอุบลราชธานีที่จะทำการตลาดในอนาคตและเกิดความพึงพอใจสูงสุด เพื่อแย่งส่วนครองตลาดจากบริษัทผู้ประกอบการรายอื่นๆ ด้วย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์วงจรปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในสถานีบริการน้ำมันจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์วงจรปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์วงจรปิดในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานีที่แตกต่างกันตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

3. ขอบเขตการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นการศึกษาคความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์วงจรปิดโดยสอบถามผู้ประกอบการที่มีการติดตั้งระบบโทรศัพท์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมัน จำนวนทั้งสิ้น 106 คน ซึ่งประกอบด้วย Pre-test 10 ชุด ระหว่างวันที่ 1-10 เมษายน พ.ศ. 2551 และเก็บรวบรวมข้อมูลจริง 96 ชุด ในระหว่างวันที่ 1-31 พฤษภาคม พ.ศ. 2551 ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้โทรศัพท์วงจรปิด ข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่มีต่อโทรศัพท์วงจรปิด และเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจที่ได้รับจำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

4. ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่มีการติดตั้งระบบโทรศัพท์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันรายละเอียดดังนี้ เพศผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.3 เป็นเพศชาย ส่วนที่เหลือร้อยละ 40.7 เป็นเพศหญิง อายุ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 70.4 มีอายุ 31-40 ปี รองลงมาได้แก่ อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 19.8 ถัดมาอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 7.4 และอายุน้อยที่สุดคือ 61 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 2.5 เท่านั้น สถานภาพ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.9 รองลงมาโสด ร้อยละ 45.7 และหย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีเพียงร้อยละ 2.5 ระดับการศึกษา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.1 รองลงมาได้แก่ ปวช./ปวท./ปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 17.3 มัธยมศึกษา ร้อยละ 9.9 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 3.7 ตามลำดับ และไม่มีผู้ประกอบการที่จบการศึกษา ระดับประถมศึกษาเลย รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานประกอบการ สถานประกอบการของผู้ประกอบการมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 100,001-125,000 บาท จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 38.3 รองลงมาได้แก่ รายได้ 150,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 27.2 รายได้ 50,001-



75,000 บาท ร้อยละ 17.3 รายได้ รายได้ไม่เกิน 50,000 บาท และรายได้ 75,001-100,000 บาท จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.4 รายได้ 125,001-150,000 บาท จำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 2.5 เท่านั้น

ร้านสะดวกซื้อที่ท่านติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด ร้านสะดวกซื้อที่ผู้ประกอบการ ส่วนมากติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดคือ ร้าน 7eleven ในสถานีสบริการน้ำมัน ปตท. คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาได้แก่ ร้าน Select ในสถานีสบริการน้ำมัน Shell ร้อยละ 19.8 ร้าน Tiger Mart หรือ Lotus Express ในสถานีสบริการน้ำมัน Esso ร้อยละ 14.8 ร้าน Star Mart ในสถานีสบริการน้ำมัน Caltex ร้อยละ 13.6 ร้าน Lemon Green หรือ ไบจาก ในสถานีสบริการน้ำมันบางจาก ร้อยละ 9.9 และร้านสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวนน้อยที่สุดมีเพียงร้อยละ 4.9 ตามลำดับ

ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านสะดวกซื้อ ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านสะดวกซื้อของผู้ประกอบการ ส่วนมากอยู่ระหว่าง 50-75 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 76-100 ตารางเมตร ร้อยละ 30.9 ระหว่าง 101-125 ตารางเมตร ร้อยละ 11.1 ระหว่าง 126-150 ตารางเมตร ร้อยละ 7.4 ระหว่าง 151-175 ตารางเมตร ระหว่าง 176-200 ตารางเมตร และตั้งแต่ 201 ตารางเมตรขึ้นไป จำนวนน้อยที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ ผู้ประกอบการ ส่วนมากเปิดดำเนินการร้านสะดวกซื้อมาเป็นระยะเวลา 6 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาได้แก่ ระยะเวลา 3-4 ปี ร้อยละ 19.8 ระยะเวลา 4-5 ปี ร้อยละ 16.0 ระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และ 1-2 ปี จำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 8.6 และ 7.4 ตามลำดับ

จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการร้านสะดวกซื้อที่ติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดต่อวันของผู้ประกอบการส่วนมากตั้งแต่ 201 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 151-200 คน ร้อยละ 14.8 ระหว่าง 51-100 คน ร้อยละ 13.6 และระหว่าง 101-150 คน ร้อยละ 12.3 และไม่เกิน 50 คน จำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 4.9 ผู้ประกอบการส่วนมากได้รับทราบข้อมูลระบบโทรทัศน์วงจรปิดจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาได้แก่ คำแนะนำบอกกล่าว ร้อยละ 44.4 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 35.8 แผ่นพับ/ใบปลิว ร้อยละ 21.0 วิทยุ ร้อยละ 16.0 อื่นๆ คือ งาน

แสดงสินค้า ร้อยละ 11.1 และนิตยสาร/วารสารและอินเทอร์เน็ต จำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 9.9 และโปสเตอร์ มีเพียงร้อยละ 7.4 เท่านั้น เหตุผลสำคัญที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดคือ เพื่อตรวจสอบการทำงานของพนักงานภายในร้าน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ส่วนที่เหลือร้อยละ 27.0 เพื่อป้องกันการขโมยสินค้าภายในร้าน

ระบบโทรทัศน์วงจรปิดที่ผู้ประกอบการใช้อยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นแบบผสมระหว่าง Analog และ Digital (ใช้ Harddisk ในการบันทึกภาพ) คิดเป็นร้อยละ 53.1 ส่วนที่เหลือร้อยละ 46.9 ใช้ แบบ Analog ระบบโทรทัศน์วงจรปิดที่ผู้ประกอบการติดตั้งอยู่ส่วนมากใช้มาแล้ว 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมา ใช้มาแล้วไม่เกิน 1 ปี ร้อยละ 17.3 ระหว่าง 3-5 ปี ร้อยละ 16.0 ระหว่าง 2-3 ปี ร้อยละ 11.1 และตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป จำนวนน้อยที่สุดร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการส่วนมากเสียค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด 30,001-40,000 บาท เป็นจำนวนร้อยละ 25.9 รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 24.7 ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 19.8 ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 14.8 ระหว่าง 40,001-50,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท จำนวนน้อยที่สุดใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 8.6 และ 6.2 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 64.3 ชำระค่าใช้จ่ายใน การติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดแบบหมดในงวดเดียว ส่วนที่เหลือร้อยละ 21.0 ชำระผ่อนเป็นงวดๆ แต่เสียดอกเบี้ย และร้อยละ 12.7 ชำระผ่อนเป็นงวดๆ ไม่เสียดอกเบี้ย ตามลำดับ

ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดในส่วนประสมทการตลาดโดยภาพรวมทุกด้าน อันได้แก่ ผลผลิตที่เสนอขาย การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.18$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านผลผลิตที่เสนอขาย ($\bar{x}=3.34$) รองลงมาได้แก่ การกำหนดราคา ($\bar{x}=3.27$) การจัดจำหน่าย ($\bar{x}=3.13$) และการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}=2.98$) เป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งในแต่ละด้านต่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจระดับมากในเรื่อง ประโยชน์ที่รับจากการใช้ระบบโทรทัศน์วงจรปิด เช่น ตรวจสอบการทำงานของพนักงานและป้องกันการขโมยสินค้าภายในร้าน ($\bar{x}=3.76$) ความรวดเร็วในการติดตั้งได้มาตรฐานของบริษัท ($\bar{x}=3.49$) มาตรฐานกระบวนการผลิตของบริษัททันสมัย และเป็นที่ยอมรับในคุณภาพสินค้า ($\bar{x}=3.42$) ส่วนในเรื่องอื่นๆ ได้แก่ การรับประกันสินค้า เช่น บริการซ่อมฟรี ในระยะเวลาประกัน และไม่คิด ค่าแรงเมื่อระยะเวลาประกันหมด ($\bar{x}=3.36$) บริษัทมีสินค้าให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ/ประเภท ($\bar{x}=3.30$) สินค้าสามารถใช้ร่วมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ ($\bar{x}=3.03$) และความเร็วในการตรวจจับและเตือนภัย ($\bar{x}=3.01$) จะมีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ด้านการกำหนดราคา ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจระดับปานกลางในเรื่อง สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก ($\bar{x}=3.34$) มีการระบุราคาอย่างชัดเจน ($\bar{x}=3.29$) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ($\bar{x}=3.28$) และราคาสินค้าไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง ($\bar{x}=3.17$) ตามลำดับ

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในเรื่องความสะดวกในการสั่งซื้อทั้งทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ($\bar{x}=3.23$) ความสะดวกในการชำระค่าใช้จ่ายทั้งเงินสดและบัตรเครดิต ($\bar{x}=3.19$) ทำเลที่ตั้งของบริษัทผู้ประกอบการที่ผลิตจำหน่ายติดตั้งเหมาะสม ($\bar{x}=3.10$) ความสะดวกในการได้รับข้อมูลหรือบริการหลังการขายที่ดี ($\bar{x}=2.99$) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในเรื่อง การแต่งกาย พุดจาสุภาพของพนักงาน ($\bar{x}=3.34$) การโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโปสเตอร์ แผ่นพับ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต จัดบูท, ความใส่ใจในการบริการหลังการขายของ พนักงาน (\bar{x} เท่ากัน=3.09) การจัดรายการพิเศษสมนาคุณให้แก่ลูกค้า (ลด แลก แจก แถม) ($\bar{x}=2.74$) และการคืนกำไรให้ลูกค้า โดยคูปองส่งชิงโชค ($\bar{x}=2.64$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้

โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางเหมือนกัน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายที่พบว่า ผู้ประกอบการที่มีร้านสะดวกซื้อขนาดพื้นที่ใช้สอยระหว่าง 50-75 ตารางเมตร และตั้งแต่ 101 ตารางเมตรขึ้นไป จะมีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในระดับปานกลาง ส่วนผู้ประกอบการที่มีร้านสะดวกซื้อขนาดพื้นที่ใช้สอยระหว่าง 76-100 ตารางเมตร จะมีความพึงพอใจในระดับมาก และในด้านการกำหนดราคาพบว่า ผู้ประกอบการที่มีร้านสะดวกซื้อขนาดพื้นที่ใช้สอยระหว่าง 50-75 ตารางเมตรและระหว่าง 76-100 ตารางเมตร จะมีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในระดับปานกลาง ส่วนผู้ประกอบการที่มีร้านสะดวกซื้อขนาดพื้นที่ใช้สอยตั้งแต่ 101 ตารางเมตรขึ้นไปจะมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยภาพรวมทุกด้านของส่วนประสมทางการตลาด ยังคงพบว่ามีมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเหมือนกัน กรณีที่ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านต่างกัน

สรุปได้ว่า ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและการกำหนดราคาพบว่ามีความแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในด้านการกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางเหมือนกัน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายที่พบว่า ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อที่เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 3-5 ปี และตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป จะมีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในระดับปานกลาง ส่วนผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อที่เปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี จะมีความพึงพอใจในระดับมาก

โดยภาพรวมทุกด้านของส่วนประสมทางการตลาด ยังคงพบว่ามีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



เหมือนกัน กรณีที่ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการต่างกัน สรุปได้ว่า ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในด้านการกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายที่พบว่ามีความแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางเหมือนกัน ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายที่พบว่า ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อที่มีจำนวนลูกค้ามาใช้บริการ 101-200 คน จะมีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในระดับปานกลาง ส่วนผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อที่มีจำนวนลูกค้ามาใช้บริการไม่เกิน 100 คน และตั้งแต่ 201 คนขึ้นไป จะมีความพึงพอใจในระดับมาก และด้านการกำหนดราคาพบว่า ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อที่มีจำนวนลูกค้ามาใช้บริการไม่เกิน 100 คน และ 101-200 คน จะมีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในระดับปานกลาง ส่วนผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อที่มีจำนวนลูกค้ามาใช้บริการ 201 คนขึ้นไป จะมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยภาพรวมทุกด้านของส่วนประสมทางการตลาด ยังคงพบว่ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางเหมือนกัน กรณีที่จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการต่างกัน สรุปได้ว่า จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดภายในร้านสะดวกซื้อตามสถานีบริการน้ำมันในด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย การกำหนดราคาพบว่ามีความแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี สมรสแล้ว จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานประกอบการ 100,001-125,000 บาทกันเป็นจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 38.3 สำหรับร้านสะดวกซื้อที่ผู้ประกอบการส่วนมากติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดคือ

ร้าน 7eleven ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท.คิดเป็นร้อยละ 37.0 ส่วน 1 ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในร้านสะดวกซื้ออยู่ระหว่าง 50-75 ตารางเมตร คิดเป็นร้อยละ 32.1 ผู้ประกอบการส่วนมากเปิดดำเนินการร้านสะดวกซื้อมาเป็นระยะเวลา 6 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 48.1 และมีจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการเฉลี่ยต่อวันตั้งแต่ 201 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 54.3

พฤติกรรมการใช้โทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการ ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน ในจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าผู้ประกอบการมักจะได้รับทราบข้อมูลระบบโทรทัศน์วงจรปิดจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 56.8 เหตุผลสำคัญที่ผู้ประกอบการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิดคือ เพื่อตรวจสอบการทำงานของพนักงานภายในร้าน ซึ่งระบบโทรทัศน์วงจรปิดที่ติดตั้งเป็นแบบผสมระหว่าง Analog และ Digital ซึ่งใช้ Harddisk ในการบันทึกภาพระบบโทรทัศน์วงจรปิดที่ผู้ประกอบการติดตั้งมักจะใช้มาแล้ว 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.7 ผู้ประกอบการส่วนมากเสียค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด 30,001-40,000 บาท เป็นจำนวนร้อยละ 25.9 และโดยส่วนใหญ่ชำระค่าใช้จ่ายแบบจ่ายหมดในงวดเดียว

ความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในการใช้โทรทัศน์วงจรปิดในส่วนประสมทางการตลาดอันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมทุกด้านในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.18$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ($\bar{x}=3.34$) รองลงมาได้แก่ การกำหนดราคา ($\bar{x}=3.27$) การจัดจำหน่าย ($\bar{x}=3.13$) และการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}=2.98$) เป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งในแต่ละด้านต่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในส่วนของเนื้อหาในแต่ละด้าน พบว่าประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ประโยชน์ที่รับจากการใช้ระบบโทรทัศน์วงจรปิด เช่น ตรวจสอบการทำงานของพนักงานและป้องกันการขโมยสินค้าภายในร้าน ($\bar{x}=3.76$) รองลงมาได้แก่ ความรวดเร็วในการติดตั้งได้มาตรฐานของบริษัท ($\bar{x}=3.49$) มาตรฐานกระบวนการผลิตของบริษัททันสมัย

และเป็นที่ยอมรับในคุณภาพสินค้า ($\bar{x}=3.42$) และการรับประกันสินค้า เช่น บริการซ่อมฟรี ในระยะเวลาประกัน และไม่คิดค่าแรงเมื่อระยะเวลาประกันหมด ($\bar{x}=3.36$) ตามลำดับ

ข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่มีต่อโทรทัศน์วงปิดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดศรีสะเกษและจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าคุณลักษณะของระบบโทรทัศน์วงปิดที่ผู้ประกอบการต้องการมากที่สุด คือ สามารถบันทึกสำเนาลงใน Harddisk และบันทึกลงในแผ่น CD ROM คิดเป็นร้อยละ 96.3 นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้อยละ 42.0 มีความเห็นว่าบอกรถระบบโทรทัศน์วงปิดที่ใช้อยู่ให้ผู้อื่นเข้ามาใช้

6. อภิปรายผล

สื่อโทรทัศน์ จัดได้ว่าเป็นสื่อที่นำพาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับระบบโทรทัศน์วงปิดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดถึงร้อยละ 56.8 ทั้งนี้เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้บริโภคทุกกลุ่มเปิดรับได้ง่าย เพราะสามารถสร้างความสนใจได้สูงให้ทั้งภาพและเสียงเร้าใจในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ยังสามารถเปิดรับได้สะดวก เพราะเป็นสื่อที่มีอยู่แล้ว (Availability) โดยจาก ผลการสำรวจของบริษัท เอซี นิลสัน (AC Nielsen) ในปี พ.ศ. 2542 พบว่า ร้อยละ 94.6 ของครัวเรือนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีโทรทัศน์ในบ้าน (AC Nielsen, 1999) และนักการตลาดยังนิยมใช้โทรทัศน์เป็นสื่อการค้าหลัก (Traditional Media) ในการโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ ไปสู่ผู้บริโภค เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในระดับมวลชนทุกกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว และสร้างความรู้สึกตื่นตัว สามารถกระตุ้นความสนใจได้เป็นอย่างดีสำหรับเหตุผลสำคัญที่ผู้ประกอบการติดตั้งโทรทัศน์วงปิดคือ เพื่อตรวจสอบการทำงานของพนักงานภายในร้าน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีเวลาสังเกตการณ์ได้ตลอดเวลา จึงต้องอาศัยระบบโทรทัศน์วงปิดเข้าช่วย ส่วนระบบโทรทัศน์วงปิดที่ผู้ประกอบการติดตั้งเป็นแบบผสมระหว่าง Analog และ Digital โดยใช้ Harddisk ในการบันทึกภาพ ซึ่งเป็นนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน และด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ในอนาคตซึ่งระบบโทรทัศน์วงปิดจะเข้าสู่ยุคของ IP Surveillance

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย จากผลการศึกษาพบว่า ความรวดเร็วในการตรวจจับและเตือนภัย ($\bar{x}=3.01$) สินค้าสามารถใช้ร่วมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ ($\bar{x}=3.03$) เป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการพึงพอใจในระดับปานกลาง รวมถึงปัญหาที่ประสบจากการใช้ระบบโทรทัศน์วงปิดมากที่สุดคือ การจับภาพไม่ครอบคลุมทั่วพื้นที่ ภาพไม่สมจริงและไม่ชัด คิดเป็นร้อยละ 52.0 และไม่สามารถแสดงผลได้หลายหน้าจอในจอภาพเดียว ร้อยละ 31.4 จึงเห็นควรให้ทางบริษัทผู้ประกอบการผลิตจำหน่ายและติดตั้งระบบโทรทัศน์วงปิดพัฒนาปรับปรุงระบบโทรทัศน์วงปิดให้สามารถตรวจจับและเตือนภัยโดยผ่านอุปกรณ์สื่อสาร รวมถึงอุปกรณ์ตัวกล้องที่ใช้ควรพัฒนาให้สามารถจับภาพได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ หมุนได้ 360 องศา และมีความรวดเร็วในการบันทึกภาพตลอดจนให้ภาพที่มีความละเอียดสูงแลดูสมจริงด้วย

ด้านการกำหนดราคา ในด้านราคานั้น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจระดับปานกลางในเรื่องสินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก ($\bar{x} = 3.34$) มีการระบุราคาอย่างชัดเจน ($\bar{x} = 3.29$) ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ($\bar{x} = 3.28$) จึงเห็นควรให้ทางบริษัทผู้ประกอบการผลิตจำหน่ายและติดตั้งระบบโทรทัศน์วงปิดผลิตสินค้าที่ออกมาจำหน่ายให้มีหลายระดับราคาตามประโยชน์และคุณภาพที่ได้รับเพื่อเปิดโอกาสให้มีทางเลือกสำหรับผู้ซื้อมากขึ้น ซึ่งผู้มียรายได้น้อยก็สามารถซื้อเข้ามาใช้ได้ รวมถึงระบุราคาสินค้าอย่างชัดเจน โดยอาจนำกลยุทธ์ทางจิตวิทยามาใช้โดยการตั้งราคาสินค้าหรือระบบที่จำหน่ายให้ลงท้ายด้วยเลข 9 หรือเลข 0 (การตั้งราคาเลขคู่ เลขคี่ (Odd-even Pricing) เพื่อสร้างทัศนคติให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าราคาที่จำหน่ายนั้นเหมาะสมแล้ว

7. เอกสารอ้างอิง

- บริษัท เซอร์คิวลิตี้ไทย จำกัด. (2551). ข้อมูลระบบโทรทัศน์วงปิด. แหล่งที่มา : http://www.eng.co.th/html/instruction_security_system.html.
- บริษัท เซอร์คิวลิตี้ไทย จำกัด. (2551). ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องบันทึกภาพ (Video Recorder). แหล่งที่มา :



- <http://www.securitythai.com/techno/cctv.php>.
- บริษัท ไทยซีซีทีวี จำกัด. (2551). ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV Camera). แหล่งที่มา :
<http://www.Thaicctv.com> .
- บริษัท ไทยซีซีทีวี จำกัด. (2551). ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับเลนส์ (CCTV Lenses). แหล่งที่มา:
<http://www.gunkamoey.com/index/Th/technic/cctv.htm>.
- บริษัท ไทยซีซีทีวี จำกัด. (2551). ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับจอภาพ (Video Monitor). แหล่งที่มา:
<http://www.thaipresentation.com/technology/cctv/index.php>,
- บริษัท พีซีซีซอร์ซ จำกัด. (2551). สรุปเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียสำหรับระบบโทรทัศน์วงจรปิดแบบ Analog และแบบ Digital. แหล่งที่มา:
<http://www.pcresource.co.th/html/Product/avers/Compare%20Surveillance.html>