

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรดโปร จำกัด*

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE THE SERVICE FOR PRODUCING MACHINED PARTS OF WINTRADE PRO COMPANY LIMITED

สัมพันธ์ จันทรหอม*, วัชรระ ยี่สุนเทศ

Sumpun Junhom*, Watchara Yeessontes

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Master of Business Administration Program, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand

Corresponding author E-mail: sumpun2022@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจใช้บริการโรงกลึง เปรียบเทียบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงกลึง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงกลึงของ บริษัท วินเทรดโปร จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการโรงกลึงของ บริษัท วินเทรดโปร จำกัด จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลพื้นฐาน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 - 30,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด กระบวนการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรดโปร จำกัด ที่แตกต่างกัน ส่วนเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรดโปร จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรดโปร จำกัด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรดโปร จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจใช้บริการโรงกลึง, บริษัท วินเทรดโปร จำกัด

Abstract

This research article aims to Study marketing mix factors Deciding to use a lathe service Compare the decision in selecting lathe services. Classified according to personal information and marketing mix factors affecting the decision to use the lathe services of Wintrade Pro Co., Ltd. is a quantitative research. Sample groups include: 400 users of the lathe shop of Wintrade Pro Co., Ltd. The research instrument was a questionnaire. Data was collected using a questionnaire. Statistics

* Received January 8, 2025; Revised February 22, 2025; Accepted February 25, 2025

used in research and data analysis include statistics, percentages, averages. Average and hypothesis testing. The research results found that the basic data Most are male, aged 31 - 40 years, bachelor's degree level. Occupation: Private company employee Average monthly income from 20,001 - 30,000 baht Marketing mix factors are at the most important level. The decision process for using lathe production services was at the level of highest agreement. Personal information: age, education level, occupation. Average monthly income different It has different effects on the decision to use the turning work production services of Wintrade Pro Company Limited. different gender parts It has no different effect on the decision to use the turning work production services of Wintrade Pro Company Limited. Marketing mix factors Product side, price side, distribution channel side, people side, and process side. Influences the decision to use the lathe production services of Win Tradepro Co., Ltd. Marketing promotion section and physical characteristics There is no influence on the decision to use the turning work production services of Wintrade Pro Co., Ltd. with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Marketing Mix Factors, Decision to Use Lathe Services, Wintrade Pro Co., Ltd.

บทนำ

อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและรวมถึงอุตสาหกรรมต้นน้ำอย่างอุตสาหกรรมประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะหรือโรงกลึง เป็นอุตสาหกรรมประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิตอื่น ๆ เนื่องจากเป็นพื้นฐานของการผลิตชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่สำคัญในกระบวนการการผลิตของอุตสาหกรรมอื่น ๆ (สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) อุตสาหกรรมประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะหรือโรงกลึงมีแนวโน้มล้มเลิกกิจการอย่างต่อเนื่อง โดยมีผู้ประกอบการคงสถานะเปิดกิจการลดลงจากปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนโรงงาน 3,691 ราย เป็นจำนวน 3,564 ราย ในปี 2558 ส่งผลให้มีการจ้างงานลดลงจากปี 2557 เพราะมีการแข่งขันสูงขึ้นและอุตสาหกรรมประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะมีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการผลิตอื่น ๆ เนื่องจากเป็นพื้นฐานของการผลิตชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่สำคัญในกระบวนการการผลิตของอุตสาหกรรมอื่น ๆ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559)

ธุรกิจโรงกลึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแปรรูปโลหะให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในรูปแบบต่าง ๆ สามารถนำมาเป็นส่วนประกอบได้หลากหลายอุตสาหกรรม ธุรกิจโรงกลึงถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินกิจการเกือบทุกอุตสาหกรรม จึงจัดว่าเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมต้นน้ำที่สนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมขึ้นรูปโลหะ อุตสาหกรรมหล่อโลหะ อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนทางกลและทางไฟฟ้ารวมถึงภาคเกษตรกรรม เป็นต้น อุตสาหกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะหรือโรงกลึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าปัจจุบันและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันได้ (กรม โรงงานอุตสาหกรรม, 2559)

อุตสาหกรรมประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โลหะหรือโรงกลึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าปัจจุบัน การวิจัยนี้ได้นำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและทฤษฎีการตัดสินใจมาใช้ในการวิจัยซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจะเป็นเครื่องมือหรือปัจจัยสินค้าทางการตลาดที่มีส่วนในการช่วยสร้างสมดุลของระบบการตลาดธุรกิจในการที่จะตอบสนองความต้องการและใช้กระตุ้นลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ (จิตพิสุทธ์ หงษ์ขจร, 2560) ส่วนการตัดสินใจจะนำมาใช้ในการเลือกและเปรียบเทียบสิ่งที่ต้องการจากทางเลือกมากมายโดยการนำมาพิจารณาด้วยเหตุผลเพื่อให้ได้สิ่งที่จะทำให้



ให้บรรลุวัตถุประสงค์ (กฤษฎี ชนะชัย, 2561) ซึ่งขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะสัมพันธ์กับความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกของผู้บริโภคจะแตกต่างกันตามประสบการณ์ ทักษะคิดและการรับรู้ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมาก (วรวิมล ราชาสกุล, 2565)

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงกลึงได้รู้ความต้องการของตลาดธุรกิจโรงกลึง จนทำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขัน พร้อมทั้งปรับตัวให้ทันต่อสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการโรงกลึง บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการโรงกลึง บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการโรงกลึง บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงกลึง บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

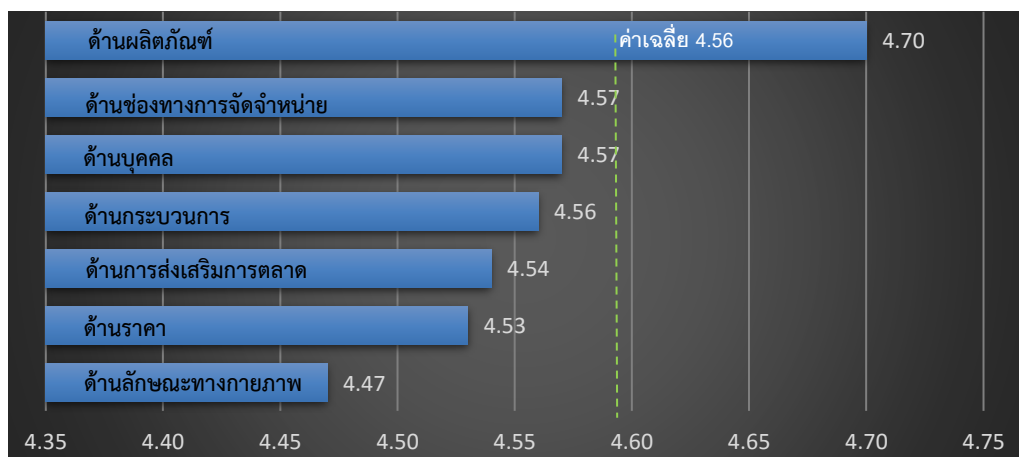
1. รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)
2. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำนวน 400 ราย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ศึกษาค้นคว้าจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งตำรา เอกสารและผลการศึกษาวิจัยอื่น ๆ

ที่เกี่ยวข้องและข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามและรับกลับคืนมาตรวจสอบความเรียบร้อย เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วนและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ทำการประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยหาอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โปรแกรม Microsoft Excel ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูป สร้างแผนภูมิวงกลม (Pie Chart) และแผนภูมิแท่ง (Bar Chart) พร้อมคำอธิบายผลและนำผลที่ได้จากแผนภูมิมานำเสนอเพื่อวิเคราะห์ตามลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามและตัวแปรต่าง ๆ และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับทดสอบสมมุติฐาน สถิติที่ใช้ คือ t-test การวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test (One-way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

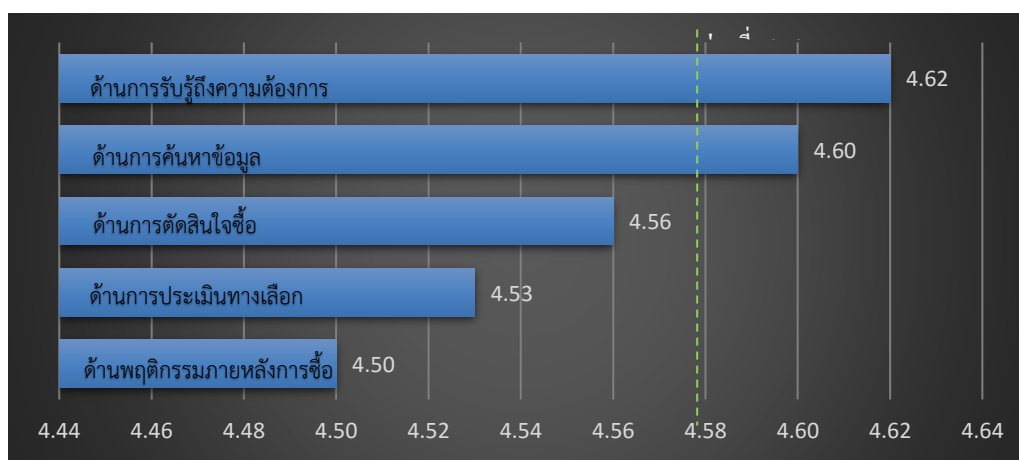
ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด แสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึง

จากแผนภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) และเมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญ อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด 6 รายการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.70$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.57$) ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.57$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.56$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.54$) ด้านด้านราคา ($\bar{X} = 4.53$) และอยู่ในระดับความสำคัญมาก 1 รายการ คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.47$) ตามลำดับ

การตัดสินใจใช้บริการโรงกลึง บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด แสดงได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงภาพรวมการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึง

จากแผนภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ภาพรวม การตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) และเมื่อพิจารณาถึงระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด 4 รายการ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ($\bar{X} = 4.62$) ด้านการค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.60$) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.56$) ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.53$) และอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 1 รายการ คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ปรากฏผล ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด ที่แตกต่างกัน



สมมติฐานที่ 1.1 บุคคลที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของบริษัท วินเทรด์โปร จำกัด ที่แตกต่างกัน

H_0 : เพศแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของบริษัท วินเทรด์โปร จำกัด ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของบริษัท วินเทรด์โปร จำกัด ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% โดยทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน จะทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dennett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของบริษัท วินเทรด์โปร จำกัด ที่แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ

เพศ	Mean	Std. Deviation	T	df	Sig.	ผลการทดสอบ
ชาย	4.5709	.15702	1.681	398	.094	ไม่แตกต่าง
หญิง	4.5429	.14035	1.759		.080	

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของบริษัท วินเทรด์โปร จำกัด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.094 และ 0.080 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก H_0

สมมติฐานที่ 1.2 บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของบริษัท วินเทรด์โปร จำกัด ที่แตกต่างกัน

H_0 : อายุแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของบริษัท วินเทรด์โปร จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของบริษัท วินเทรด์โปร จำกัด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% โดยทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dennett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2 และ ตารางที่ 3

ตารางที่ 2 แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจใช้บริการ	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig	ผลการทดสอบ
ระหว่างกลุ่ม	1.954	4	.489	26.298	.001*	แตกต่าง
ภายในกลุ่ม	7.339	395	.019			
รวม	9.239	399				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโด โปร จำกัด จำแนกตามอายุ มีค่า Sig เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน รอง H_1

ตารางที่ 3 วิเคราะห์รายคู่แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามอายุ

อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
น้อยกว่า 20 ปี		.003*	.001*	.001*	.164
21 - 30 ปี			.001*	.001*	.691
31 - 40 ปี				.219	.003*
41 - 50 ปี					.001*
51 ปีขึ้นไป					

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่อายุน้อยกว่า 20 ปี กับ อายุ 21 - 30 ปี กับ อายุ 31 - 40 ปี กับ อายุ 41 - 50 ปี และอายุ 21 - 30 ปี กับอายุ 31 - 40 ปี กับ อายุ 41 - 50 ปี และอายุ 31 - 40 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป และอายุ 41 - 50 ปี กับ อายุ 51 ปีขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 บุคคลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด ที่แตกต่างกัน

H_0 : ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% โดยทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dennett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4 และตารางที่ 5



ตารางที่ 4 แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจใช้บริการ	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig	ผลการทดสอบ
ระหว่างกลุ่ม	.199	2	.100	4.350	.014*	แตกต่าง
ภายในกลุ่ม	9.094	397	.023			
รวม	9.293	399				

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานรอง H_1

ตารางที่ 5 วิเคราะห์รายคู่แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี		.034*	.020
ปริญญาตรี			.076
สูงกว่าปริญญาตรี			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด แตกต่างกัน

H_0 : อาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) การทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% โดยทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dennett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 6 และตารางที่ 7

ตารางที่ 6 แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกอาชีพ

การตัดสินใจใช้บริการ	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig	ผลการทดสอบ
ระหว่างกลุ่ม	.403	5	.081	3.573	.004*	แตกต่าง
ภายในกลุ่ม	8.890	394	.023			
รวม	9.293	399				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีอาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรตโปร จำกัด มีค่า Sig เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก H_1

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบความแตกต่างรายการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรตโปร จำกัด จำแนกตามอาชีพ

ระดับอาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	รับจ้าง	พนักงานบริษัทเอกชน	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	อื่น ๆ
นักเรียน/นักศึกษา		.647	.030*	.004*	.040*	.311
รับจ้าง			.043*	.036*	.088	.273
พนักงานบริษัทเอกชน				.207	.308	.024*
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ					.765	.071
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ						.066
อื่น ๆ						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กับ อาชีพพนักงานเอกชน กับอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และชีพรับจ้าง กับอาชีพพนักงานเอกชน กับอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพพนักงานเอกชน กับอาชีพอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 บุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัทวินเทรตโปร จำกัด ที่แตกต่างกัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรตโปร จำกัด ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรตโปร จำกัด แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ทดสอบสมมติฐานใช้ความเชื่อมั่น 95% โดยทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig มีค่าน้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่ต่างกันจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dennett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 8 และตารางที่ 9

ตารางที่ 8 แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจตัดสินใจในการใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรตโปร จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจใช้บริการ	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig	ผลการทดสอบ
ระหว่างกลุ่ม	1.878	4	.470	25.009	.001*	แตกต่าง
ภายในกลุ่ม	7.415	395	.019			
รวม	9.239	399				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05



จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด มีค่า Sig เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานรอง H₁

ตารางที่ 9 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	=<20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001-50,000 บาท	>50,001 บาท
<=20,000 บาท		.272	.291	.001*	.001*
20,001-30,000 บาท			.670	.001*	.001*
30,001-40,000 บาท				.001*	.001*
40,001-50,000 บาท					.056
>50,001 บาท					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า บุคคลมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 40,001 - 50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 40,001 - 50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 40,001 - 50,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด

H₀: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด

H₁: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเป็นขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) โดยพิจารณาจากค่าความคงทนของการยอมรับ (Tolerance) มีค่าน้อยกว่า 10 ค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (VIF) มีค่าน้อยกว่า 10 สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึง ของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด

ส่วนประสมทางการตลาด	B	Std. Error	Std. Error	t	Sig.	ผลการทดสอบ
(Constant)	1.525	.209		7.311	.001	
ด้านผลิตภัณฑ์	.037	.015	.100	2.424	.016*	มี
ด้านราคา	.143	.027	.225	5.209	.001*	มี
ด้านช่องทางการจัด	.121	.027	.199	4.473	.001*	มี
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.016	.025	.027	.651	.516	ไม่มี
ด้านบุคคล	.156	.028	.236	5.493	.001*	มี
ด้านกระบวนการ	.138	.026	.218	5.217	.001*	มี
ด้านลักษณะทางกายภาพ	.035	.025	.060	1.416	.158	ไม่มี

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (2-tailed)

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา เข้มสุข ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคอมพิวเตอร์ของประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับความสำคัญมาก (จันทิมา เข้มสุข, 2560) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้ให้ความสำคัญกับราคางานกลึงเหมาะสมกับคุณภาพการผลิตเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงาน วิจัยของ อิศเรศ แสงนนท์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือตัดของโรงงานอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย ที่พบว่า ด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพ (อิสเรศ แสงนนท์, 2556)

การตัดสินใจใช้บริการโรงกลึง บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และเมื่อพิจารณาถึงระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด 4 รายการ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก และอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 1 รายการ คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ตามลำดับ ตามลำดับ (สมควรเพิ่มผลการวิจัย และงานวิจัยที่สอดคล้อง ได้ปรับแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำแล้วค่ะ..ตัวอักษรสีเขียวค่ะ) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสิทธิ์ สุนทรวาณิชยกิจ ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรกลมือสองของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด พบว่า การตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อด้วยตนเองตามความสะดวกและราคาถูก (ประสิทธิ์ สุนทรวาณิชยกิจ, 2562) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิมา เข้มสุข ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคอมพิวเตอร์ของประชากร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า เปรียบเทียบราคากับร้านอื่นจะมีราคาที่ถูกลงกว่า และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ (จันทิมา เข้มสุข, 2560) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศเรศ แสงนนท์ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือตัดของโรงงานอุตสาหกรรมผู้ผลิต ชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า ให้ความสำคัญกับการส่งมอบที่ตรงเวลา (อิสเรศ แสงนนท์, 2556)

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏผลดังนี้ ด้านเพศ การตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.094 และ 0.080 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านอายุ การตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศเรศ แสงนนท์ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือตัดของโรงงานอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทยที่พบว่าพนักงานของโรงงานผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มี อายุและ ระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือตัดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (อิสเรศ แสงนนท์, 2556) ด้านอาชีพ บุคคลที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา กับ อาชีพพนักงานเอกชน



กับ อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และชีพรับจ้าง กับอาชีพพนักงานเอกชน กับอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพพนักงานเอกชน กับอาชีพอื่น ๆ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท กับรายได้เฉลี่ย มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท กับรายได้เฉลี่ย มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ่อมบำรุงเครื่องจักรแปรรูปโลหะของผู้ประกอบการในประเทศไทย ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซ่อมบำรุงเครื่องจักรแปรรูปโลหะ (วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ, 2565) ด้านบุคคล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสิทธิ์ สุนทรวานิชย์กิจ ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรกลมือสองของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากรส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรกลมือสองของกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรม ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ประสิทธิ์ สุนทรวานิชย์กิจ, 2562) ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสิทธิ์ สุนทรวานิชย์กิจ ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรกลมือสองของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศไทย กรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรกลมือสองของกลุ่มลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ประสิทธิ์ สุนทรวานิชย์กิจ, 2562)

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยเรื่องนี้ พบองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎี 7P (Marketing Mix) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงกลึง แบ่งออกเป็น 7 ด้านสำคัญที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจของลูกค้า ดังนี้



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงกลึง 7 ด้าน

Product: คุณภาพของบริการ เช่น ความแม่นยำในการกลึงและการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย) เป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าพิจารณาก่อนการตัดสินใจใช้บริการ

Price: ราคาที่เหมาะสมและแข่งขันได้ในตลาดเป็นตัวแปรสำคัญในการดึงดูดลูกค้าโดยลูกค้า จะคำนึงถึงความคุ้มค่าระหว่างราคาและคุณภาพที่ได้รับ

Place: ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ เช่น การเลือกโรงกลึงที่มีทำเลที่ตั้งสะดวก/มีช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย

Promotion: โปรโมชั่นหรือข้อเสนอพิเศษช่วยเพิ่มแรงจูงใจให้ลูกค้าใช้บริการ เช่น การให้ส่วนลดกรณีสั่งซื้อจำนวนมาก

People: บุคลากรมีทักษะและประสบการณ์ รวมถึงการให้บริการที่ดี เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า

Process: กระบวนการการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

Physical Evidence: หลักฐานทางกายภาพมีความชัดเจน เช่น เครื่องมือทันสมัยหรือสถานที่สะอาดและเป็นระเบียบ ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

การบูรณาการแนวคิด การใช้ทฤษฎี 7P ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงกลึงทำให้สามารถสังเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนและรอบด้าน ทั้งในด้านคุณภาพ บริการ ราคาและการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในระยะยาว โดยคำนึงถึงทั้งความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก



สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก การตัดสินใจใช้บริการโรงกลึง บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และเมื่อพิจารณาถึงระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด 4 รายการ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก และอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 1 รายการ คือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ด้านเพศ มีการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด มีค่า Sig. เท่ากับ 0.094 และ 0.080 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านอายุ การตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโด โปร จำกัด จำแนกตามอายุ มีค่า Sig เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับ ปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการผลิตชิ้นงานกลึงของ บริษัท วินเทรโดโปร จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการโรงกลึง ได้แก่ ความเชื่อมั่นในคุณภาพของงานกลึง (Product) และความสามารถในการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า (People, Process) ซึ่งมักจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการเลือกใช้บริการ จึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์: เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสำหรับใช้ในการผลิตชิ้นงานที่มีความหลากหลาย จัดทำรูปลักษณะชิ้นงานกลึงตามแบบที่ลูกค้าต้องการ เก็บรายละเอียดให้เรียบร้อยก่อนส่งมอบ 2) ด้านราคา: กำหนดราคางานกลึงให้เหมาะสมกับคุณภาพและแบบงานที่ลูกค้าสั่งผลิต มีการเสนอราคางานให้ลูกค้ารับทราบก่อนการผลิต 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย: เลือกทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการคมนาคม มีช่องทางการติดต่อสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ห้องรับรองเพียงพอและเหมาะสม 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด: จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจใช้บริการโดยเฉพาะลูกค้ารายใหม่ รวมทั้งเสนอส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ บริการจัดส่งสินค้าโดยไม่คิดมูลค่า 5) ด้านบุคคล: จัดพนักงานให้เหมาะสมต่อการให้บริการที่รวดเร็ว เป็นมิตรและสร้างความประทับใจ 6) ด้านกระบวนการ: จัดระบบการให้บริการที่มีความรวดเร็ว ถูกต้องตามมาตรฐาน 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ: จัดสถานที่ให้บริการให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสมและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ 8) ข้อเสนอแนะสำหรับครั้งต่อไป ควรศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงกลึงเพื่อจะได้ทราบข้อมูลของลูกค้าสำหรับนำไปปรับปรุงพัฒนาธุรกิจโรงกลึงให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรม โรงงานอุตสาหกรรม. (2559). รายงานประจำปี 2559. ศูนย์ข้อมูลข่าวสารกรมโรงงานอุตสาหกรรม. เรียกใช้เมื่อ 19 ธันวาคม 2566 จาก http://reg3.diw.go.th/diw_info/
- กฤษฎี ขนะชัย. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางสารสกัดจากใบบัวบก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. เรียกใช้เมื่อ 19 มกราคม 2566 จาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/3773>

- จันทิมา เข้มสุข. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านคอมพิวเตอร์ของประชากร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- จิตพิสุทธ์ หงษ์ขจร. (2560). ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสิทธิ์ สุนทรวาณิชย์กิจ. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรกลมือสองของกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- วรวิมล รยาสกุล. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อตัวเครื่องบินผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. ใน วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ่อมบำรุงเครื่องจักรแปรรูปโลหะของผู้ประกอบการในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ศูนย์วิจัยกิจการไทย. (2559). แนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2559. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2567 จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/pages/index.aspx>
- สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ ปี พ.ศ. 2555-2559. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2567 จาก https://www.thaiauto.or.th/2012/th/about-us/download/Master_Plan_Final_2555-2559.pdf
- อิศเรศ แสงนนท์. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือตัดของโรงงานอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในนิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกของประเทศไทย. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.