

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของบริษัท เอช ที พี จำกัด มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วน และอุปกรณ์เครื่องจักร ของ บริษัท เอช ที พี จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วน และอุปกรณ์เครื่องจักรของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บริษัทลูกค้าที่สั่งซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของบริษัทเอช ที พี จำกัด จำนวน 8 บริษัท ผู้ใช้สินค้าจำนวน 280 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p. 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 162 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม 1 ฉบับ แบบสอบถามมี 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ
2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักร 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำนวน 25 ข้อ

3. วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 162 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามคืนมาจำนวน 162 ฉบับ คิดเป็น ร้อยละ 100.00

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ความถี่และค่าร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของลูกค้าจำแนกตาม ลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

4.3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ของคะแนนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ t-test และ F-test

4.4 เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ของคะแนนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของลูกค้า จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้วิธีของ Least Significant Difference (LSD)

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ซื้อสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักร

ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 75.30 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 43.21 รองลงมาอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 33.95 สถานภาพสมรส ร้อยละ 62.35 รองลงมาโสด ร้อยละ 34.57 ตำแหน่ง/หน้าที่ ช่างเทคนิคฝ่ายซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร ร้อยละ 45.06 รองลงมาวิศวกรฝ่ายเครื่องจักรกล ร้อยละ 23.46 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 57.41 รองลงมาอนุปริญญาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 39.51 รายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 37.04 รองลงมา 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 27.78

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักร ของลูกค้าจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ลูกค้าที่ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้ามีความพึงพอใจ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87-3.97$) จำนวน 7 รายการ 5 อันดับแรก คือ

1. ความเรียบร้อยของหีบห่อบรรจุภัณฑ์

2. การแสดงข้อมูลบนฉลากสินค้าชัดเจน
3. สินค้าอยู่ในสภาพเรียบร้อยดีไม่ชำรุด
4. สินค้ามีความถูกต้องได้ตามมาตรฐาน
5. ความสะดวกในการใช้งาน (จำนวนชิ้นต่อกล่อง)

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี สถานภาพโสดและสมรส ตำแหน่ง/หน้าที่ช่างเทคนิคฝ่ายซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรและช่างเทคนิคฝ่ายตรวจสอบ การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือต่ำกว่า และปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท , 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท

ด้านราคา

ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53-3.57$) จำนวน 4 รายการ คือ

1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
2. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับการบริการหลังการขาย
3. ราคาใกล้เคียงกับสินค้าของบริษัทอื่น
4. การชำระเงินตามเงื่อนไข

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับลูกค้าอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี ทุกสถานภาพสมรส ตำแหน่ง/หน้าที่ช่างเทคนิคฝ่ายตรวจสอบและวิศวกรฝ่ายเครื่องจักรกล การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือต่ำกว่าและปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท

ด้านการจัดจำหน่าย

ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57-3.93$) จำนวน 3 รายการ คือ

1. กรณีส่งงานไม่ทันจะโทรแจ้งกำหนดวันส่งใหม่ให้ลูกค้ารับทราบล่วงหน้า
2. บริการรวดเร็วทันใจ (งานเร่งด่วน)
3. ส่งสินค้าได้ทันเวลากำหนด

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และ เพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี , 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี สถานภาพสมรส ตำแหน่ง/หน้าที่ช่างเทคนิคฝ่ายตรวจสอบและวิศวกรฝ่ายเครื่องจักรกล การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือต่ำกว่าและปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท , 20,001-30,000 บาท และ 30,000 บาท ขึ้นไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70-3.80$) ทุกรายการ คือ

1. ท่านพอใจที่จะใช้บริการสินค้าต่อไป
2. การให้บริการด้านเทคนิค
3. ให้คำแนะนำ และ ข้อมูลเพิ่มเติมแก่ลูกค้า
4. การรับประกันสินค้า
5. ความเอาใจใส่และติดตามลูกค้า

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุต่ำกว่า 20 ปี , 20-30 ปี, 31-40 ปี และ 41-50 ปี สถานภาพ โสดและสมรส ตำแหน่ง/หน้าที่ช่างเทคนิคฝ่ายซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักรและวิศวกรฝ่าย เครื่องจักรกล การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือต่ำกว่าและปริญญาตรี ทุกระดับรายได้ต่อเดือน

3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภท ชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้า ประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

ลูกค้าที่มีตำแหน่ง/หน้าที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ มีความปลอดภัยในการใช้งานสูง

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความเรียบร้อยของหีบห่อบรรจุภัณฑ์

ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 รายการ คือ

1. ความเรียบร้อยของหีบห่อบรรจุภัณฑ์
2. สินค้ามีความถูกต้องตามได้มาตรฐาน
3. สินค้าอยู่ในสภาพเรียบร้อยดีไม่ชำรุด

ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ความเรียบร้อยของหีบห่อบรรจุภัณฑ์

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ความน่าเชื่อถือของตราหีบห่อสินค้า

ลูกค้ำที่มีตำแหน่ง/หน้าที่ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ความเรียบร้อยของหีบห่อบรรจุภัณฑ์

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การแสดงข้อมูลบนฉลากสินค้าชัดเจน

ลูกค้ำที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ อายุการใช้งาน ยาวนาน คงทน

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีความปลอดภัยในการใช้งานสูง

ด้านราคา

ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 รายการ คือ

1. การชำระเงินตามเงื่อนไข
2. ราคาใกล้เคียงกับสินค้าของบริษัทอื่น
3. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับการบริการหลังการขาย

ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การชำระเงินตามเงื่อนไข

ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ลูกค้ำที่มีตำแหน่ง/หน้าที่ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 รายการ คือ

1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
2. ราคาใกล้เคียงกับสินค้าของบริษัทอื่น
3. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับการบริการหลังการขาย

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การชำระเงินตามเงื่อนไข

ด้านการจัดจำหน่าย

ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ส่งสินค้าได้ทันเวลากำหนด

ลูกค้าที่มีตำแหน่ง/หน้าที่ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. บริการรวดเร็วทันใจ (งานเร่งด่วน)
2. สถานที่อยู่ใกล้สะดวกในการติดต่อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ให้คำแนะนำและข้อมูลเพิ่มเติมแก่ลูกค้า
2. การให้บริการด้านเทคนิค

ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ การให้บริการด้านเทคนิค

ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. การให้บริการด้านเทคนิค
2. การรับประกันสินค้า

ลูกค้ำที่มีตำแหน่ง/หน้าที่ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 3 รายการ คือ

1. ให้คำแนะนำและข้อมูลเพิ่มเติมแก่ลูกค้ำ
2. การให้บริการด้านเทคนิค
3. การรับประกันสินค้า

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความเอาใจใส่และติดตามลูกค้ำ
2. ท่านพอใจที่จะใช้บริการสินค้าต่อไป

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของบริษัท เอช ที พี จำกัด ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของลูกค้ำ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า

ลูกค้ำเกือบทุกกลุ่มที่จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ยกเว้น ลูกค้ำที่มีตำแหน่ง/หน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ) มีความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้ำเกือบทุกกลุ่ม ที่จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ยกเว้น ลูกค้ำที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านราคา ลูกค้ำเกือบทุกกลุ่ม ที่จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ยกเว้น ลูกค้ำเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี สถานภาพโสด พนักงานฝ่ายจัดซื้อ และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการจัดจำหน่าย ลูกค้ำเกือบทุกกลุ่ม ที่จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ยกเว้นลูกค้ำที่มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด พนักงานฝ่ายจัดซื้อและวิศวกรฝ่ายเครื่องจักรกล) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าเกือบทุกกลุ่ม ที่จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ยกเว้นลูกค้าที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง และพนักงานฝ่ายจัดซื้อ) มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิเศษฐ์ พุฒรุ่ง (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อชิ้นส่วนรถยนต์ที่ทำด้วยพลาสติก บริษัทไทยโคโพลิ อุตสาหกรรมพลาสติก จำกัด พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อชิ้นส่วนรถยนต์ที่ทำด้วยพลาสติก ด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.56$ และ 3.50 ตามลำดับ) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กุสุมา อภิวรรณกุล (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่รถยนต์ของผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ประกอบการอู่ซ่อมรถยนต์ให้ความสำคัญ อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุวิทย์ พัฒนศิริมงคล (2544) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเหล็กปาดเจียร์นัยผิว กรณีศึกษาของบริษัท ไคโดพีดีเอ็ม (ไทยแลนด์) จำกัด พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของบริษัทให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเรื่องคุณภาพกับความทันสมัยทางเทคโนโลยีเป็นอันดับหนึ่ง ในด้านพนักงานขาย พบว่า ลูกค้าต้องการได้รับความรอบรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรกและสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อมรรัตน์ สันวิริยะกุล (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เหล็กกล้าไร้สนิม ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมาด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และในด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มิตร ชูนิยม (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ พบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมเห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน จากข้อค้นพบดังกล่าวสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องจักร เครื่องยนต์ต่างๆ ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการใช้งาน และจะให้ความสำคัญกับการบริการเป็นอันดับต่อมา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานจะมีราคาสูง เพราะการผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์เครื่องจักรที่มีคุณภาพต้องใช้วัตถุดิบ วัสดุ ส่วนประกอบต่างๆ ที่มีคุณภาพและมีขั้นตอนการผลิตที่ได้มาตรฐาน

ทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์มีราคาสูงจึงต้องสอดคล้องเหมาะสมกับคุณภาพ สิ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอันดับรองลงมา คือ การบริการ เนื่องจากบางครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้ในเครื่องจักรแต่ละประเภท และแต่ละรุ่นจะมีการเปลี่ยนแปลง และปรับใหม่ให้ทันสมัย เมื่อผู้ประกอบการซื้อสินค้าไปใช้งานแล้ว บางครั้งต้องขอคำแนะนำหรือขั้นตอนการใช้งานที่เหมาะสม โดยเฉพาะกรณีที่ใช้งานไปแล้วเกิดปัญหาต่างๆ ดังนั้นการบริการจึงเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ

2. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพสินค้าประเภทชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักร พบว่า ลูกค้าที่มีตำแหน่ง/หน้าที่ต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพสินค้า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าที่มีตำแหน่ง / หน้าที่ต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าที่มี อายุและเพศ ต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มิตร ชูนิยม (2549) ที่พบว่าผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการที่มีวุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบกิจการประเภทกิจการที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกปัจจัย จากข้อค้นพบดังกล่าวเป็นไปตามคุณลักษณะประสบการณ์ ตำแหน่ง/หน้าที่ โดยเฉพาะระดับการศึกษาของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งแต่ละคนจะให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ แตกต่างกันไปตามแนวคิดของตนเอง ซึ่งได้มาจากประสบการณ์ การเรียนรู้ และความสัมพันธ์กับเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งส่งผลต่ออำนาจในการตัดสินใจขั้นสุดท้าย

ข้อเสนอแนะ

1. ผลจากการวิจัย พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และคุณภาพของชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด เกือบเป็นอันดับแรก ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นบริษัทจึงควรเน้นในเรื่อง การพัฒนาคุณภาพชิ้นส่วนและ

อุปกรณ์เครื่องจักรให้ได้มาตรฐาน คงทน ปลอดภัยในการใช้งานให้สูงยิ่งขึ้น การตรงต่อเวลาและมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. ผลการวิจัย พบว่า ด้านราคามีค่าเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ ดังนั้นผู้ผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องจักร จึงควรจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น โดยจัดให้มีการลด แลก แจก แถม ในช่วงเทศกาลสำคัญๆ โดยเฉพาะลูกค้าประจำ ลูกค้าที่ซื้อครั้งละจำนวนมากๆ โดยจัดโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต ทำแคตตาล็อกแจกให้ผู้ใช้บริการ ส่งพนักงานซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายไปติดต่อโดยตรง มีการประชาสัมพันธ์และให้ข่าวสารอย่างต่อเนื่องกว้างขวาง เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจและตัดสินใจซื้อง่ายและมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี