

## ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อ เครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร\*

### Marketing Mix Factor Influence the leasing decision making Process.RICO in On Nut District, Bangkok

พัฒนิตา มณีเพชร (Phannita Maniphet)<sup>\*\*</sup>

ชินนโสณ วิสิฐนิจิกิจจา (Chinnaso Visitnitikija)<sup>\*\*\*</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการการตัดสินใจในการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้ายี่ห้อรีโก้ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร เลือกตัวอย่างจำนวน 250 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาประมวลผล โดยใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ทดสอบสมมติฐานด้วย t-test F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบริษัท จำกัด มีจำนวนพนักงานมากกว่า 500 คน อายุของบริษัท 20-30 ปี ตำแหน่งที่มีอำนาจในการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารคือผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก กระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลด้านตำแหน่งที่มีอำนาจตัดสินใจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ที่แตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการการตัดสินใจในการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ภาพรวมมีความสัมพันธ์ระดับสูงมากทิศทางเดียวกัน

\* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ระดับบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

This article is a part of thesis of Master of Business Administration in Marketing, Kasem Bundit University

\*\* นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Graduate Student, Master of Business Administration in Marketing, Kasem Bundit University, phannita1990@gmail.com

\*\*\* อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ดร.ชินนโสณ วิสิฐนิจิกิจจา

Thesis Advisors, Master of Business Administration, Dr.Chinnaso Visitnitikija, Chinnaso12@gmail.com

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ผู้บริหารบริษัทริโก้ควรให้ความสำคัญกับการจัดให้มีมาตรฐานที่หลากหลาย มีความปลอดภัยต่อการใช้งาน ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น มีจำนวนสาขาและศูนย์บริการที่เพียงพอ ตัวแทนจำหน่ายต้องมีมาตรฐานความน่าเชื่อถือ ให้ความสำคัญกับการรับประกันและบริการหลังการขายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

**คำสำคัญ :** กระบวนการตัดสินใจ, ส่วนประสมทางการตลาด

### **Abstract**

The Study of Marketing Mix Factors Influencing of Decision Making Process of Ricoh Copier Hire in On-Nut District, Bangkok The purpose studying was investigate the decision-making process of leasing Ricoh copiers and the marketing mix factors that affecting and decision to hire Ricoh copiers. The population used in the study was Customers of Ricoh (Thailand) Co., Ltd

In On Nut District, Bangkok 250 samples were selected using a questionnaire as a tool for the study. And the collected data. F-test (One-Way ANOVA) Correlation and Regression Analysis The study found that most respondents were limited companies with more than 500 employees, 20-30 years of age. The decision to hire a copier the manager / head of procurement. Marketing Mix Factor for Renting a Ricoh Copier The importance level was at a high level. The decision process to hire Ricoh copier The overall picture is very high.

Results of differentiated decision-making personal data hypothesis tests. Affect the decision process leasing Ricoh copier. Different the relationship between the marketing mix and the decision making process of the Ricoh copier leasing very high. Suggestions from the study results. Ricoh executives should focus on providing a wide range of standards. Safe to use. Price is reasonable compared to other brands. There are enough branches and service centers. Dealers must have a credible standard. We focus on warranty and after sales service to build confidence for customers.

**Keyword :** Decision Marketing Process, Marketing Mix

## บทนำ

บริษัท ริโก้ (ประเทศญี่ปุ่น) จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2479 โดยคุณคิโยชิ อิชิมุระ ริโก้ได้สร้างสรรค์นวัตกรรมชิ้นแรกในตลาดกล้องถ่ายรูป ภายใต้ชื่อ RicohFlex III จากนั้นในปี พ.ศ. 2498 จึงเปลี่ยนการผลิตมาเป็นเครื่องใช้สำนักงานซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนในการดำเนินธุรกิจที่ทำให้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากบริษัท ริโก้ (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2542 เป็นบริษัทสาขาของริโก้ (ประเทศญี่ปุ่น) ซึ่งมี มร. จูเลียน ไพรเอ็ด ประธานกรรมการบริหาร โดยผลิตภัณฑ์ของริโก้เริ่มเข้าสู่ประเทศไทยมานานกว่า 35 ปี ริโก้เป็นผู้นำในกลุ่มธุรกิจอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานอัตโนมัติ “Imaging Solutions” และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ “IT Solutions” เพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ 360 องศาและเพิ่มประสิทธิภาพในรูปแบบการทำงานของสำนักงานในอนาคต ด้วยพนักงานมากกว่า 1,500 คน ปัจจุบันมีศูนย์การขายและบริการ 9 สาขาทั่วประเทศ พร้อมศูนย์บริการในกรุงเทพมหานคร อีก 8 แห่ง ริโก้ถือได้ว่าเป็นบริษัทฯ แรกในอุตสาหกรรมเดียวกันที่ได้รับการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม ระบบบริหารจัดการคุณภาพ มาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และยังเป็นบริษัทแรกที่ได้รับผลิตภัณฑ์หลากหลายเขียวสำหรับเครื่องถ่ายเอกสารในประเทศไทย (Ricoh.co.th)

ในยุคของกระแสโลกาภิวัตน์ ผลจากการพัฒนาการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ อันแสดงให้เห็นถึงการเจริญเติบโตของความสัมพันธภาพทางเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคล ชุมชน หน่วยธุรกิจ และรัฐบาล ทั่วทั้งโลกเข้าด้วยกัน ส่งผลให้มีการแข่งขันในด้านธุรกิจและการบริการอย่างรุนแรง รวมถึงการแพร่กระจายของข่าวสารเทคโนโลยีกันอย่างรวดเร็ว สำหรับประเทศไทย คาดว่าตลาดเครื่องใช้สำนักงานโดยรวมโดยเฉพาะหมวดเครื่องถ่ายเอกสาร และเครื่องพิมพ์ จะมีอัตราการเติบโตประมาณ 10-12% จากมูลค่าตลาดโดยรวม เช่นเดียวกับที่มีการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มการให้บริการสินค้าไอที และการเข้ามาของคลาวด์ (Cloud Service) เทคโนโลยีที่จะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญจากรูปแบบการทำงานในสำนักงานปัจจุบัน รวมถึงรูปแบบการบริหารจัดการข้อมูลต่างๆ โดยแยกกลุ่มเป้าหมายไปตามประเภทธุรกิจ เช่น กลุ่มธุรกิจบริการ ได้แก่โรงพยาบาล สถาบันการศึกษา โรงแรม กลุ่มธุรกิจการค้า กลุ่มธุรกิจสถาบันการเงิน และธุรกิจประกัน ถึงแม้ในปัจจุบันได้มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีมากมายเข้ามาช่วยตอบโจทย์เพื่อพัฒนาและลดต้นทุนในการดำเนินงานด้านเอกสาร นั่นเป็นเหตุผลที่กลยุทธ์การจัดการโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมในสำนักงานเป็นเรื่องสำคัญสำหรับหลายๆ บริษัทแต่งงานด้านเอกสารก็ยังมีบทบาทสำคัญมากในการบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กร ราว 80% และเป็นหัวใจสำคัญในการนำข้อมูลและองค์ความรู้ขององค์กรมาทำให้เกิดประโยชน์ ความจริงที่ว่าการใช้งานเอกสารต่างๆ อย่างเต็มประสิทธิภาพขององค์กรนับเป็นปัญหาที่ยังแก้ไม่ตกของหลายๆ บริษัท เนื่องจากความจำเป็นในแง่ของเอกสารที่มุ่งเน้นถึงการนำเสนอผลงานหรือใช้เป็นหลักฐานในการอ้างอิงต่างๆ ที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินงานในสำนักงานและกระบวนการทางธุรกิจ ริโก้จึงเล็งเห็นเป้าหมายสำคัญในการทำการตลาด เพื่อครองส่วนแบ่งในการช่วยบริหารจัดการอุปกรณ์สำนักงานด้านงานพิมพ์ทั้งหมด เนื่องจากต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องถ่ายเอกสารมีราคาค่อนข้างสูง ทำให้ริโก้มองเห็นโอกาสในการทำการตลาดการให้บริการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารขึ้น โดยมีการดำเนินงานให้บริการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารในรูปแบบเช่าซื้อและรูปแบบการบริการขึ้น โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่มดังนี้ 1.กลุ่มเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารโดยมีการจ่ายค่าเช่าเครื่องเป็นงวดๆ 2.กลุ่มเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารโดยจะเรียกเก็บค่าบริการ ตามเงื่อนไขสัญญาที่ได้ทำการตกลงไว้ (Ricoh.co.th)

จากความเป็นมาดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการและผู้ที่มีความสนใจ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์และพัฒนารูปร่างการให้บริการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเป็นช่องทางในการเพิ่มลูกค้ารายใหม่ รักษาฐานลูกค้าเดิม นอกจากนี้ยังจะนำมาซึ่งแนวทางในการที่จะเรียนรู้และปรับตัวให้ทันกับสภาพการณ์ต่างๆ ได้อย่างมีคุณภาพและช่วยขยายองค์ความรู้ด้านการบริการที่จะสามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกผลกระทบจากสภาพปัญหาเศรษฐกิจทั้งในอนาคตและปัจจุบันต่อไป

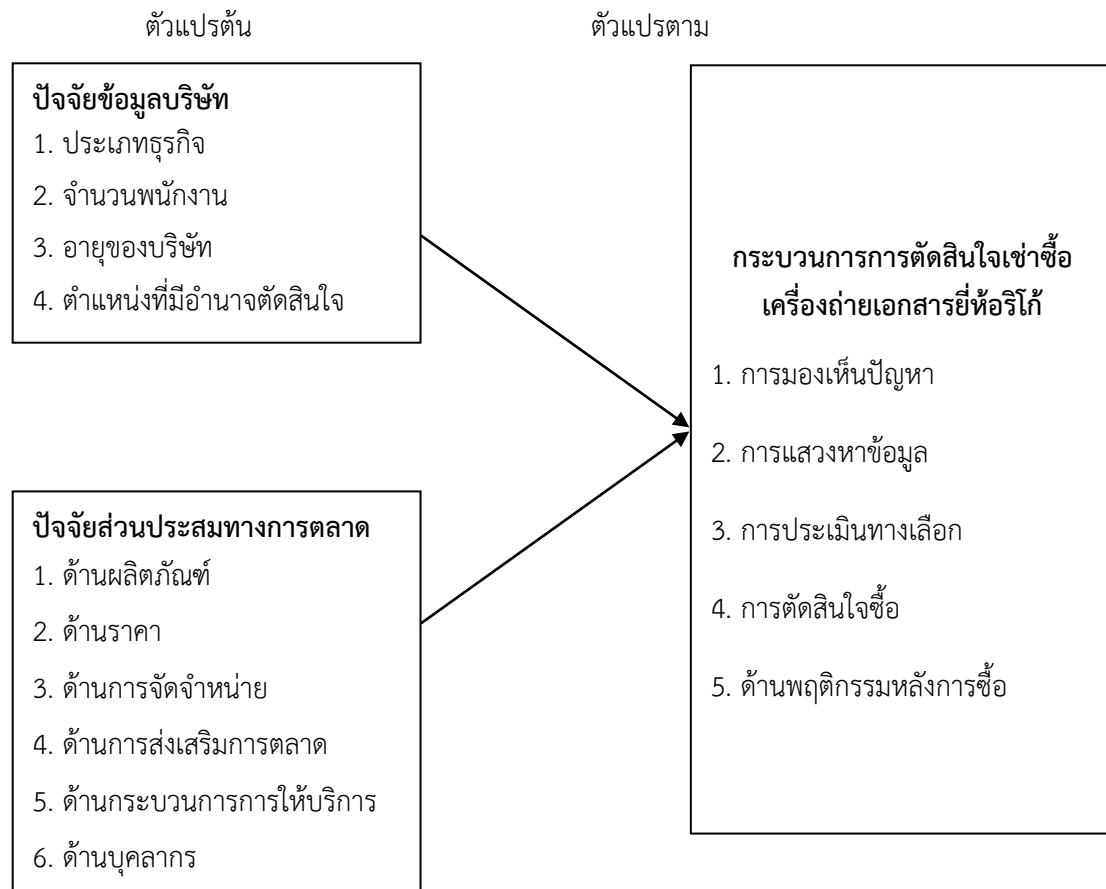
### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจในการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับกระบวนการตัดสินใจในการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานของการศึกษา

1. ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร

## กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพประกอบที่ 1. แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา

## ขอบเขตของการศึกษา

1. ด้านเนื้อหา การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการการตัดสินใจและส่วนประสมทางการตลาด 7P's ของ ฟิลลิปคอตเลอร์ (Philip Kotler) ซึ่งศึกษาเฉพาะด้าน ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ(Process) และด้านบุคลากร(People) เพราะบริษัท รีโก้ (ประเทศไทย) จำกัด มีช่องทางการจัดจำหน่ายโดยนำเสนอขายเครื่องถ่ายเอกสารผ่านตัวแทนขาย (Salesman)

2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือกลุ่มลูกค้าของบริษัท รีโก้ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเลือกตัวอย่างจำนวน 250 ราย

3. ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือนมิถุนายน – กันยายน พ.ศ. 2560

## เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนา การให้บริการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดโครงสร้างแบบสอบถาม
2. โครงสร้างแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามเน้นที่ข้อมูลบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยจำนวนคำถามทั้งสิ้น 4 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงาน อายุของบริษัท และหน่วยงานที่มีอำนาจตัดสินใจ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) การสร้างลักษณะคำถามเป็นลักษณะนามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นการวัดข้อมูลเพื่อจัดแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่มๆ ตามคุณสมบัติที่กำหนด โดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ แต่ผู้ตอบสามารถเลือกตอบเพียงข้อเดียว ข้อมูลที่วัดได้ในระดับนี้ใช้สถิติอย่างง่ายในการคำนวณคือ ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์ (Percentage)

ส่วนที่ 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็นคำถาม 6 ด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ(Process) และด้านบุคลากร(People) โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ลำดับ ตามแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3. ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็นคำถาม 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการมองเห็นปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูลด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านทัศนคติภายหลังการซื้อ โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นนี้ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ด้านข้อความเนื้อหา ภาษา ความชัดเจน และความถูกต้องครบถ้วนตามประเด็นที่ศึกษาแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข ผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่ามากกว่า .05 ซึ่งผลการวัดค่าดัชนี ความสอดคล้อง (IOC) ของคำถามอยู่ระหว่าง 0.69 ถึง 1.00 ซึ่งมีความความเที่ยงตรงใช้ได้

ส่วนที่ 4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิดผู้ตอบแบบสอบถามสามารถระบุข้อมูลเพิ่มเติมได้ เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข กระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

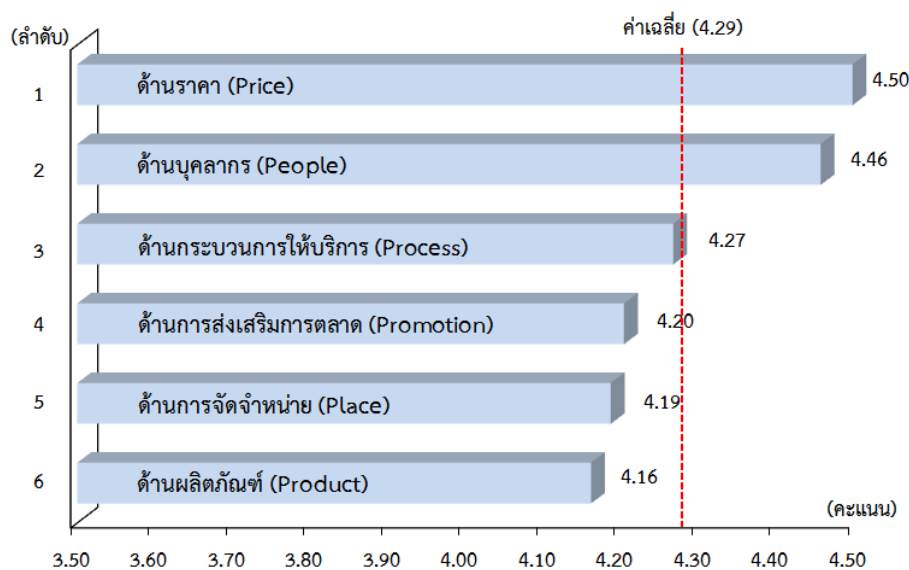
สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation-SD) เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล ใช้ในการอธิบายข้อมูลบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ (One-way ANOVA) Pearson Product Moment Correlation และ Multi Regression Analysis

### ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 ราย ส่วนใหญ่เป็นบริษัท จำกัด มีจำนวนพนักงานมากกว่า 500 คน อายุของบริษัท 20-30 ปี และหน่วยงานที่มีอำนาจในการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารคือ ผู้จัดการ/หัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ

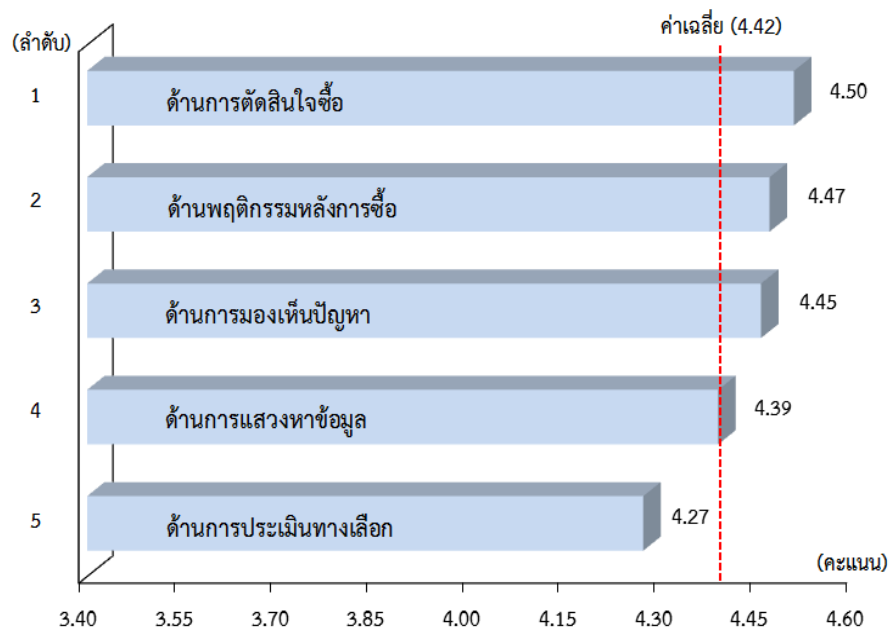
ผลการศึกษาระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตออ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร



ภาพประกอบที่ 2. แสดงระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6P's

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ด้าน ภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดรายด้านพบว่า อยู่ในระดับความสำคัญมาก 6 รายการ ประกอบด้วย ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขต  
อ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร



ภาพประกอบที่ 3. แสดงระดับความสำคัญต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน

จากการศึกษาพบว่า กระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ทั้ง 5 ด้าน ภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดรายด้านพบว่า อยู่ในระดับความสำคัญมาก 5 รายการ ประกอบด้วย ด้านการตัดสินใจซื้อ มีการพิจารณาจากเงื่อนไขต่างๆ โปรโมชั่น มีการสนับสนุนการขาย อย่างไรก็ตามระหว่างบริการ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ การติดตามและดูแลผู้บริโภครายหลังการซื้อ หากพบเจอกับปัญหา ด้านการมองเห็นปัญหา พิจารณาจากความจำเป็น และความสะดวกสบายในการใช้บริการ ด้านการแสวงหาข้อมูล มีการเสาะแสวงหาข้อมูลทั้งภายในและภายนอกเกี่ยวกับรายละเอียดของตัวสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ และด้านการประเมินทางเลือก มีการพิจารณาถึงความปลอดภัยในการใช้งาน ดีไซน์ที่ทันสมัย และความเสี่ยงของตราสินค้า ตามลำดับ

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1. ข้อมูลบริษัทที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลบริษัท ประเภทบริษัทมีค่า Sig. เท่ากับ 0.84 จำนวนพนักงานมีค่า Sig. เท่ากับ 0.422 อายุของบริษัทมีค่า Sig. เท่ากับ 0.116 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าประเภทธุรกิจ จำนวนพนักงาน และอายุของบริษัทที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานที่ 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์ทอริโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ความสัมพันธ์กระบวนการการตัดสินใจซื้อในภาพรวม			
	r	ค่า Sig	ระดับความสัมพันธ์	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	.772**	.000	สูงทิศทางเดียวกัน	1
ด้านกระบวนการให้บริการ	.768**	.000	สูงทิศทางเดียวกัน	2
ด้านบุคลากร	.733**	.000	สูงทิศทางเดียวกัน	3
ด้านราคา	.465**	.000	ปานกลางทิศทางเดียวกัน	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.320**	.005	น้อยทิศทางเดียวกัน	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.229**	.005	น้อยทิศทางเดียวกัน	6
ภาพรวมเฉลี่ย	.830**	.000	สูงมากทิศทางเดียวกัน	

\* ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1. เปรียบเทียบความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์ทอริโก้

จากตารางที่ 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์ทอริโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภาพรวมเฉลี่ยมีความสัมพันธ์ระดับสูงมากทิศทางเดียวกัน ( $r = .830$ )

พิจารณาความสัมพันธ์จากสัมประสิทธิ์สัมพันธ์  $r$  เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามลำดับดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์กับกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์ทอริโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์ สูงทิศทางเดียวกัน ( $r = .772$ )

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านกระบวนการให้บริการกับกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์ทอริโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์ สูงทิศทางเดียวกัน ( $r = .768$ )

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านบุคลากรกับกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์ทอริโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์ สูงทิศทางเดียวกัน ( $r = .733$ )

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคากับกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกซเรย์ทอริโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์ ปานกลางทิศทางเดียวกัน ( $r = .465$ )

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดกับกระบวนการการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์ น้อยทิศทางเดียวกัน ( $r = .320$ )

6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับกระบวนการการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม ระดับความสัมพันธ์ ในทิศทางตรงกันข้าม ( $r = .229$ )

สมมติฐานที่ 3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	ผลการทดสอบ
(Constant)	1.911	.373		5.125	.000	มี
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>						
1. มาตรฐานการผลิตที่ได้รับรองคุณภาพจากองค์กรที่น่าเชื่อถือ	.051	.016	.162	3.180	.002	มี
2. ตราสินค้าเป็นที่นิยมและยอมรับ	.047	.019	-.105	-2.439	.016	มี
3. เป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ	.019	.011	.065	1.757	.040	มี
4. มีความทันสมัย ฟังก์ชันการใช้งานหลากหลาย	.014	.012	-.051	-1.220	.024	มี
5. เครื่องถ่ายเอกสารมีให้เลือกหลายรุ่น	.027	.018	-.064	-1.478	.141	ไม่มี
6. วัสดุและอุปกรณ์มีความแข็งแรงทนทาน	.002	.012	-.004	-.122	.903	ไม่มี
7. สินค้ามีความปลอดภัยต่อการใช้งาน	.025	.012	.063	1.994	.047	มี
<b>ด้านราคา (Price)</b>						
8. สามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้	.011	.021	.026	.505	.614	ไม่มี
9. ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	-.008	.020	-.020	-.419	.676	ไม่มี
10. ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น	.066	.022	.142	3.028	.003	มี
11. มีช่องทางการชำระเงินหลายทางเลือก	.014	.027	.029	.508	.612	ไม่มี
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>						
12. จำนวนสาขาและศูนย์บริการมีความสะดวก	.077	.025	.163	3.025	.003	มี
13. จำนวนสินค้ามีเพียงพอ ไม่ขาดตลาด	.047	.021	.175	2.244	.026	มี
14. สามารถหาซื้อได้ง่าย สะดวก	-.023	.018	-.091	1.294	.197	ไม่มี
15. มาตรฐานและความน่าเชื่อถือของตัวแทน	.056	.024	.127	2.326	.021	มี
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>						
16. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	.036	.019	.076	1.909	.058	ไม่มี
17. การรับประกันและบริการหลังการขาย	.514	.019	.053	.741	.459	มี

(ต่อ)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	ผลการทดสอบ
18. มีพนักงานคอยดูแลให้คำแนะนำเกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสาร	.038	.022	.150	1.720	.087	ไม่มี
19. มีเอกสารแนะนำสินค้าให้ผู้ซื้อได้ศึกษา	.006	.022	.013	.265	.792	ไม่มี
(Constant)	1.911	.373		5.125	.000	มี
20. การตรวจสอบคุณภาพงานซ่อมก่อนส่งมอบ	.046	.022	.101	2.093	.038	มี
21. ความรวดเร็วในขั้นตอนการดำเนินงาน	-.077	.017	-.185	4.445	.000	มี
22. ตอบสนองการให้บริการได้ทั่วถึง	.001	.021	.002	.050	.960	ไม่มี
23. สามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่ปัญหา	.508	.014	.030	.579	.563	มี
24. การสั่งซื้อและการชำระเงิน	.082	.015	.325	5.433	.000	มี
<b>ด้านบุคลากร (People)</b>						
25. พนักงานแต่งกายสุภาพ เหมาะสม	-.015	.018	-.033	-.821	.412	ไม่มี
26. มีการติดต่อประสานงานที่รวดเร็ว	.016	.025	.037	.668	.505	ไม่มี
27. พนักงานมีความรู้เรื่องสินค้าเป็นอย่างดี	-.001	.022	-.002	-.043	.966	ไม่มี
28. พนักงานสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.036	.017	.091	2.095	.037	มี
29. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	.030	.012	.117	2.555	.011	มี
30. รับฟังปัญหาของผู้ใช้บริการ	.120	.027	.268	4.494	.000	มี

\* ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2. เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้

จากตารางที่ 2. พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 6 ด้าน คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มาตรฐานการผลิตที่ได้รับรองคุณภาพจากองค์กรที่น่าเชื่อถือ ราคาสินค้าเป็นที่นิยมและยอมรับ เป็นสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ และสินค้ามีความปลอดภัยต่อการใช้งาน ด้านราคา ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวนสาขาและศูนย์บริการมีความสะดวก จำนวนสินค้ามีเพียงพอ ไม่ขาดตลาด และมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด การรับประกันและบริการหลังการขาย ด้านกระบวนการให้บริการ การตรวจสอบคุณภาพของงานซ่อมก่อนส่งมอบ ความรวดเร็วในขั้นตอนการดำเนินงาน และการสั่งซื้อและการชำระเงิน ด้านบุคลากร พนักงานสนใจและมีความ

กระทู้หรือร่นในการให้บริการ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสและพูดจาดี และรับฟังปัญหาของ  
ผู้ใช้บริการและเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา

### สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่าย  
เอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีประเด็นนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัด  
กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ  
และด้านบุคลากร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌพณรงค์ กสิณบุญ  
เกษม ศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่า ของ  
ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด พบว่า ปัจจัยในการตัด  
สนใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่า ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่าย  
เอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับ  
งานวิจัยของ บัวแก้ว ดวงศรี (2557) ศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่ถูกค่าใช้จ่ายตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท  
รุ่นดริฟ สเตชัน ของบริษัทอีสเทค ดิจิตอลเทคโนโลยี จำกัด กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทาง  
การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญมาก

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่าย  
เอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ  
พัชมน วัฒนกุล (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่า ของผู้ประกอบการ  
ในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้าน  
ราคาให้ความสำคัญมาก

4. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่า  
ซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับ  
งานวิจัยของ พัทฒน วัฒนกุล (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องพรีนเตอร์ของผู้บริโภค ที่ศูนย์การค้าเชียร์  
รังสิต ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญ  
มาก

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเช่าซื้อ  
เครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับ  
งานวิจัยของ พัทฒน วัฒนกุล (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องพรีนเตอร์ของผู้บริโภค ที่ศูนย์การค้าเชียร์  
รังสิต ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญมาก

6. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจ  
เช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตอ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของ ถนัดกิจ สิมอาจิน (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องพรีนเตอร์ พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านกระบวนการการให้บริการ ให้ความสำคัญมาก

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตออ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ถนัดกิจ สิมอาจิน (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องพรีนเตอร์ พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญมาก

8. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ภาพรวม อยู่ในระดับสูงมากทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธมน คุ้มณกุล (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องพรีนเตอร์ของผู้บริโภค ที่ศูนย์การค้าเซียร์รังสิต ในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องพรีนเตอร์ของผู้บริโภค ที่ศูนย์การค้าเซียร์รังสิต ในเขตจังหวัดปทุมธานี อยู่ในระดับสูงมาก

9. กระบวนการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตออ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมการหลังการซื้อ อยู่ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญญาพล เพิ่มพูล (2557) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์ของบุคลากรในหน่วยงานราชการในอำเภอเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมการหลังการซื้อ ให้ความสำคัญมาก

10. กระบวนการการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตออ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร สมมติฐานที่ว่า ประเภทธุรกิจ อายุของบริษัทที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณพณรงค์ กลิ่นบุญเกษม, ศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่า ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด พบว่า ประเภทกิจการ และระยะเวลาดำเนินงานแตกต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารไม่แตกต่างกัน

### ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาดังนี้

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการการตัดสินใจเข้าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้จัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญกับศักยภาพในการใช้งาน ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในรูปแบบการทำงานของสำนักงานในอนาคต ตรวสินค้าเป็นที่รู้จัก ความหลากหลายของสินค้า ใบบรรองคุณภาพมาตรฐาน เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันเรื่องผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้น ต้องมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่อย่างไม่จำกัด และมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ด้านราคา พบว่า ผู้จัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญกับราคา ในด้าน สามารถผ่อนชำระ ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพการใช้งาน และคู่แข่ง ดังนั้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลายระดับ หากต้องการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด จำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งาน และสอดคล้องกับความต้องการ

ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า จำนวนสินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด หาซื้อง่าย สะดวก จำนวนสาขาและศูนย์ให้บริการ และมาตรฐานและความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผู้จัดจำหน่ายจำเป็นต้อง มีการบริหารสินค้า การกระจายสินค้าให้ทั่วถึง และตรงตามกำหนดเวลาตามที่ได้ระบุไว้ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีเอกสารแนะนำสินค้าให้ผู้ซื้อได้ศึกษารายละเอียดการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีพนักงานคอยดูแลให้คำแนะนำ การรับประกันและการบริการหลังการขาย ดังนั้น พนักงานขายควรมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านสินค้าเป็นอย่างดี มีการจัดการแสดงโชว์สินค้า การโฆษณาผ่านนิตยสาร เพื่อให้ลูกค้าได้สามารถรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเมื่อสัมผัส

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ตอบสนองการให้บริการได้ทั่วถึง ความรวดเร็วในขั้นตอนการดำเนินงาน การตรวจสอบคุณภาพก่อนการส่งมอบ และสามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มีปัญหา ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการ ควรมีการบริการตอบปัญหาหรือข้อเสนอแนะจากลูกค้า มีการสื่อสารที่ดี น่าประทับใจ และประสานงานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ

ด้านบุคลากร พบว่า พนักงานแต่งกายสุภาพ เหมาะสม มีความรู้เรื่องสินค้าเป็นอย่างดี มีความสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ควรมีการจัดฝึกอบรม บุคลิกภาพ การติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ไมตรีที่ดีต่อลูกค้า และคู่ค้า เป็นสำคัญ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ศึกษาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการริโก้ (ประเทศไทย) ของผู้บริโภคนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษากระบวนการการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกซื้อเครื่องพิมพ์รุ่นต่างๆ ของเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อริโก้

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

Arsa, D.(2015). “næōthāng kānphatthanā khunnaphāp kānhai bōṛikān khoṅg sūn bōṛikān rotyon bōṛisat mitsubichi khoṅkænyonphaibun čamkat sākha roj’et” [“Approaches for service quality development of Mitsubishi service center khonkaen yonpiboon in Roi Et”]. Master of Business Administration : Kasem Budit University.

เดือนเพ็ญ อาษา. (2558). “แนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์ บริษัท มิทซูบิชิ ขอนแก่นยนต์ไฟบูลย์ จำกัด สาขาร้อยเอ็ด”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

Charoenrat, J.(2016). “čhamnūān phūthæān khoṅg bōṛisat thī mī ‘amnat tatsinčhai kānūāk sū khruāng thāi ‘ēkkasān khīeo sao khoṅg phuprakōpkān nai khēt čangwat Chon Buri” [“Representatives of companies with decision-making power Kyocera's entrepreneurs in Chonburi province”].

จิตกุล เจริญราษฎร์. (2559). “จำนวนผู้แทนของบริษัท ที่มีอำนาจตัดสินใจการเลือกซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเดี่ยว เซร่า ของผู้ประกอบการในเขต จังหวัดชลบุรี”.

Duang Sri, B.(2014). “sūān prasomkān talāt thī lūkkhā chai tatsinčhai sū khruāng phim ‘ing čhet rundrap satechan khoṅg bōṛisat ‘itthek dichitoṅ theknōyī čamkat Krung Thēp Mahā Nakhōṅ” [“Marketing Mix Affecting Customers’ Buying Decision on Inkjet Printer Model Draf Station of Eastech Digital Technology Co., Ltd., in Bangkok”]. Master of Business Administration (General Management) : Dhonburi Rajabhat University.

บัวแก้ว ดวงศรี. (2557). “ส่วนประสมการตลาดที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท รุ่นดราฟสเตชัน ของบริษัท อีสเทค ดิจิตอลเทคโนโลยี จำกัด กรุงเทพมหานคร”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

Jaturongkul, A.(2007). “phruttkam phubōṛiphok” [“Consumer behavior”]. Printed at 8, Bangkok : Thammasat Printing house.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Kasinboonkasem, N., & klinSunthorn, S.(2017). “patchai thī mī phon to kāntatsinčhai sū khruāng thāi ‘ēkkasān khīeo sao khoṅg phuprakōpkān nai khēt Chon Buri kōṛanī sukṣa bōṛisat mēthā non prodak čamkat” [“Factors that affected the decision on purchasing kyoceracopier of the entrepreneurs in Chon Buri province: a case study of Methanon office products Co., Ltd”]. Master of Business Administration (M.B.A.) : Southeast Bangkok College.

ณพนรงค์ กสิณบุญเกษม, ศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร. (2560). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเดี่ยว เซร่า ของผู้ประกอบการ ในเขตชลบุรี กรณีศึกษา บริษัท เมธานนท์ โปรดักส์ จำกัด”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก.

Kawatkul, P.(2012). “phruttkam kān sū khruāng phrintoē khōng phubōjiphok thī sūnkānkā sīa Rangsit nai khēt changwat Pathum Thānī” [“The Purchasing Behavior of Printer Consumers at Zeer Rangsit in Pathumthani Province”]. Master of Business Administration (Management Science).

พัชมน วัฒนกุล. (2555). “พฤติกรรมการณ์ซื้อเครื่องพริ้นเตอร์ของผู้บริโภคที่ศูนย์การค้าเซียร์รังสิต ในเขตจังหวัดปทุมธานี”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ.

klinRenu, D.(2553). “kānsuksā khroṅsāng talāt læ phruttkam kān khæṅkhan khōng ‘utsāhakamkhruāng thāi ‘ēkkasān nēn kānsuksā chapho khruāng thāi ‘ēkkasān bæp manti fang chan” [“Study of market structure and competition behavior of the photographic industry thepaper focuses on multifunction copiers”]. Master of Business Administration.

ดารินี กลิ่นเรณู. (2553). “การศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการณ์แข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องถ่ายเอกสารเน้นการศึกษาเฉพาะเครื่องถ่ายเอกสารแบบมัลติฟังก์ชัน”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

Maneesri, K.(2011). “kānsuksā panhā læ kamnot konlayout phūa phoēm phon prakoṅ kān khōng rānthāi ‘ēkkasān” [“A Study of the Problems and Strategies in Enhancing the Performance of One Step Copy Center”]. Master of Business Administration (M.B.A.) : University of the Thai Chamber of Commerce.

กานตญา มณีศรี. (2554). “การศึกษาปัญหาและกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มผลประกอบการของร้านถ่ายเอกสาร”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Permpool, P.(2014). “suksā rūāng kāntatsinchai sū khruāng phim khōmphiutōē khōng bukkhalākōṅ nai nūāingān ratchakān nai ‘amphoē mūāng ‘uttara dit changwat ‘uttara dit” [“Consumer's decision to purchase printer of government's personnel at Uttaradit city, Uttaraditprovince”]. Master of Business Administration.

ปัญญาพล เพิ่มพูน. (2557). “ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์ของบุคลากรในหน่วยงานราชการในอำเภอเมืองอุดรดิษฐ์ จังหวัดอุดรดิษฐ์”. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.

Rattanasuwan, M., & Srijunya, S.(2011). “yutthasāt kāntalāt” [“Marketing strategy”]. Bangkok : Sukhum Printing.

มานิต รัตนสุวรรณและสมฤดี ศรีจรรรยา. (2554) ยุทธศาสตร์การตลาด กรุงเทพฯ: สุขุมการพิมพ์.

Rekitwattana, P.(2010). “withikān wichai thāngkān suksā” [“Research methods in education”].

Printed at 10 : Mean service supply.



- พรรณณี สীগิจวัฒน์. (2553). “วิธีการวิจัยทางการศึกษา”. พิมพ์ครั้งที่ 10 : มินเซอร์วิส ซัพพลาย.
- Samerjai, C.(2013). “kānchatkān talāt boṛikān” [“ Service Marketing and Management”]. Bangkok : SE-ED ducation.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2556). “การจัดการตลาดบริการ”. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- Samerjai, C.(2013). “phruttkam phubōṛiphok” [“Consumer behavior”]. Bangkok : SE-ED ducation.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2556). “พฤติกรรมผู้บริโภค”. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- Sereerat, S.(2009). “lakkaṅ talāt” [“Principles of Marketing”]. Bangkok : Theerafilm and Scitex.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). “หลักการตลาด”. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซแท็กซ์.
- Simarjin, T.(2013). “patchai thāngkān talāt thī mī phon tō kānlūk sū khruāng phrintōē” [“Marketing Factors Influencing Consumers’ Behavior in Purchasing Printer”]. Dissertation Master of Business Adminisation (M.B.A.) : Kasem Budit University.
- ถนัดกิจ สิมอาจีน. (2556). “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องพริ้นเตอร์”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- Wanitbuncha, K.(2014). “kānchai SPSS for windows nai kān wikhroḥ khōmūn” [“SPSS for windows”]. Bangkok : 3lada Printing house.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). “การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล” กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ สาม  
ลดดา