



ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อยอดขายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรที่ลดลง
ของบริษัทแห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี
Factors Affecting Sales Decreased of Spare Part and Machinery
at a Company in Amata Nakorn Chonburi Province

กานต์ ไทยสีหราช¹ และศักรระภีร์ วรวัฒนะปริญญา²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อการศึกษา ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อยอดขายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรที่ลดลงของบริษัทแห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในโรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์ จำนวน 325 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจ ซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านบุคคล เป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ การนำแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix' 7P) มาปรับใช้ในด้านบริการ จะเป็นการช่วยเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจสั่งซื้อยิ่งขึ้น และส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจด้านการจำหน่ายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : โรงงานอุตสาหกรรมยานยนต์, ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจ, เครื่องจักรชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร

¹ นักศึกษาปริญญาโทบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, e-mail: karn.tsr@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, e-mail: sakrapee.dba@gmail.com

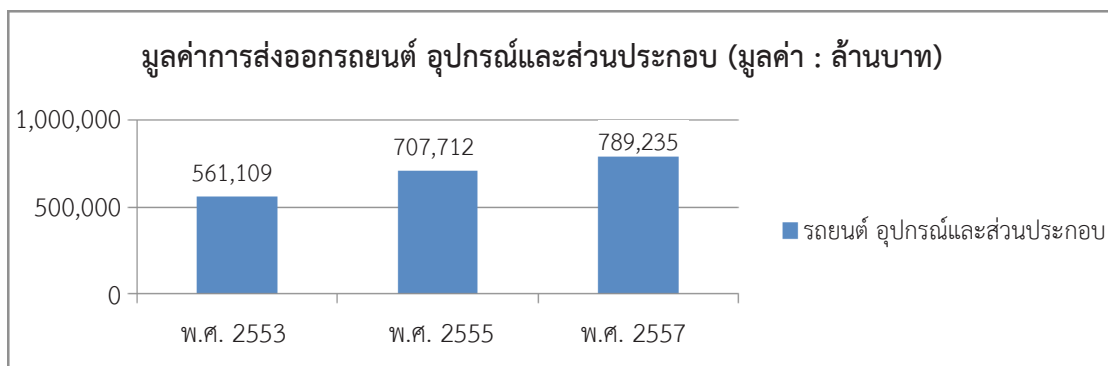
Abstract

The purpose of this research is for studying factors affected of the reduction sales target machinery and spare parts at a company in Amata Nakorn Industrial Estate Chonburi province. The research sample who are employees working in the automotive with 325 persons and used questionnaire as a tool. Statistics used for data analysis were statistic, percentage, mean, and standard deviation. The results showed that factors affecting the decision to buy machinery and spare parts as a whole were very important. When considering each aspect. The respondents rated the importance of the first is people, followed by the prices, physical evidence and presentation, place and promotion. The questionnaire was rated moderately by product, respectively. How to apply marketing mix concepts (Marketing Mix '7P) to use in service are able to increase the opportunity to make more purchasing decisions and it will affect the development of the business of distributing machinery and spare parts in the future.

Keywords : the automotive, factors affecting decision, machinery and parts

บทนำ

อุตสาหกรรมยานยนต์ในปัจจุบันมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น บริษัทผู้ผลิตรถยนต์หลาย ๆ ค่าย จึงตัดสินใจมาลงทุนตั้งโรงงานประกอบรถยนต์ในเมืองไทย และเลือกใช้ชิ้นส่วนรถยนต์จากโรงงานในประเทศไทย จึงทำให้มีการผลิตรถยนต์จากโรงงานผู้ผลิตรถยนต์ต่าง ๆ ออกมาสู่ท้องตลาดทั้งในประเทศ และส่งออกสู่ต่างประเทศเป็นจำนวนมาก (ฐานเศรษฐกิจ, 2560)

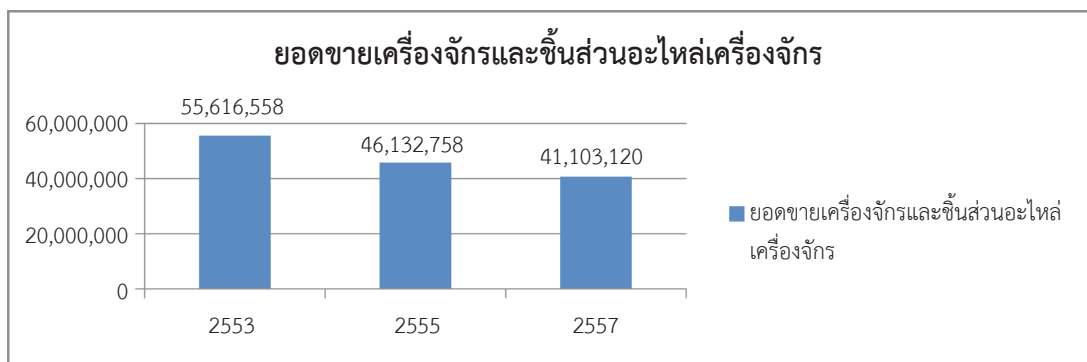


ภาพที่ 1 มูลค่าการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ
ที่มา : Thailand Trading, 2559



ดังนั้น เมื่อมีการส่งออกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบเพิ่มมากขึ้น ย่อมหมายถึง เกิดกระบวนการผลิตในโรงงานมากขึ้นเช่นเดียวกัน ซึ่งการผลิตดังกล่าว นอกจากจะใช้แรงงานคนแล้ว ยังต้องใช้แรงงานจากเครื่องจักรอีกด้วย ซึ่งเมื่อมีการเพิ่มกระบวนการผลิต ย่อมส่งผลให้เกิดความชำรุดเสียหายของเครื่องจักรที่ใช้งานติดต่อกันเป็นเวลานาน และเมื่อเครื่องจักรชำรุดเสียหายก็จำเป็นต้องซ่อมแซมโดยการซื้ออะไหล่ของเครื่องจักรนั้น ๆ ใหม่ หรืออาจจะต้องเปลี่ยนเครื่องจักรใหม่หากไม่สามารถซ่อมแซมได้ จึงทำให้กลุ่มธุรกิจที่จำหน่ายเครื่องจักรและอะไหล่เครื่องจักร จึงกำลังเป็นที่ต้องการและมีการซื้อขายที่ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย (KSMECare, 2555)

แต่มีบริษัทแห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรให้กับโรงงานผลิตชิ้นส่วนและประกอบรถยนต์ต่าง ๆ กลับมียอดขายที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความขัดแย้งกันกับปริมาณการส่งออกรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้น และกำลังการผลิตชิ้นส่วนและประกอบรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้นดังที่กล่าวไว้ในตอนต้น



ภาพที่ 2 ยอดขายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรที่ลดลงของบริษัทแห่งหนึ่ง
 ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี
 ที่มา : ยอดขายในปี พ.ศ.2553-2557ของบริษัทแห่งหนึ่ง, 2559

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ซึ่งเป็นส่วนทำให้ลูกค้ามีการแสดงออกในพฤติกรรม การซื้อที่แตกต่างกันออกไป เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุงกระบวนการขาย และเพิ่มขีดความสามารถในการขายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และเป็นวิทยาทานให้แก่กลุ่มธุรกิจ การขายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ในการพัฒนากลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ หรือปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด ส่งผลถึงโอกาสในการขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น และเป็นส่วนช่วยผลักดันให้ธุรกิจนี้เข้มแข็งและเป็นกำลังสำคัญทางเศรษฐกิจต่อไป

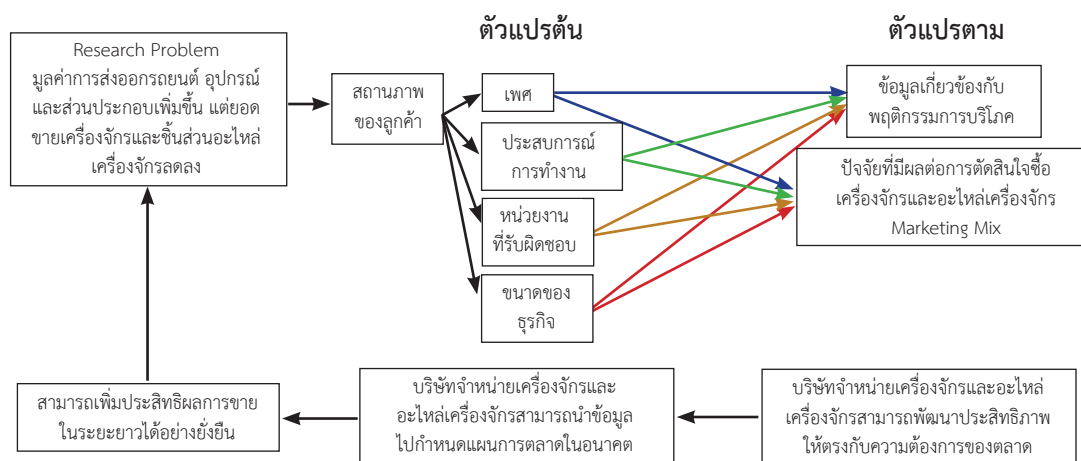
วัตถุประสงค์การวิจัย

จากประเด็นปัญหาของการวิจัย ผู้วิจัยจึงนำไปกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อยอดขายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรที่ลดลง โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ
3. เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรกับสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ
4. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลกระทบต่อยอดขายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรที่ลดลงกับสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ

กรอบแนวคิดงานวิจัย

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อยอดขายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรที่ลดลง
ของบริษัทแห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี





วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการซื้อ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร และชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ ขนาดของธุรกิจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลให้ผู้จำหน่ายได้มีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพต่อไปในอนาคต

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีอำนาจในการสั่งซื้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายผลิต และฝ่ายซ่อมบำรุง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี ในปี 2560 จำนวน 1,776 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (ธานินทร์, 2557) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 325 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย และการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) มีข้อความจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) มีข้อความจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีข้อความจำนวน 28 ข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) ได้ดังนี้ (ธานินทร์, 2557)

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวมได้ ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนและแปลผลดังนี้

ระดับความสำคัญ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน



เกณฑ์การแปลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อจัดคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญ กำหนดเป็นช่วงดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 - 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ สำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 - 4.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ สำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 - 3.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ สำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 - 2.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ สำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.49 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ สำคัญน้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 7 ขั้นตอนตามลำดับต่อไปนี้

1. ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม และกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย
2. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถาม (Items)
3. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย
4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นพร้อมแบบประเมินให้ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีประสบการณ์ด้านที่จะทำการศึกษาพิจารณาจำนวน 3 ท่าน เพื่อเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง ความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษา มาใช้เป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงแก้ไข
6. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ คำนวณหาอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฉบับร่าง ภายหลังจากการนำไปทดลองใช้ (Try-out) โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบส่วนประเมินค่า (Rating Scale) คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ปรากฏผลได้ค่า 0.9169 และค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.3374 - 0.7688
7. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามผลจากการวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นจำนวน 325 ชุด ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้ดำเนินการเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ที่ต้องทำการเก็บข้อมูล ในอุตสาหกรรมยานยนต์ จังหวัดชลบุรี
2. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลภายในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี
3. แจกแบบสอบถามโดยผู้วิจัย และตรวจสอบผลการตอบแบบสอบถามเพื่อให้แน่ใจว่าทุกข้อคำถาม ได้รับความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์อีกครั้ง และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (SPSS)



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับ 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. คำนวณหาข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นร้อยละ (Percentage)
2. คำนวณหาค่าข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นร้อยละ (Percentage)
3. คำนวณหาข้อมูลความประสงค์ของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ ใช้วิธีการหาค่าความถี่แบบสองทาง (Crosstabs) แล้วสรุปผลออกมาเป็นร้อยละ (Percentage)
4. การคำนวณหาข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)
5. คำนวณหาข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยแบบสองทาง (Compare Means) ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1
6. การคำนวณหาข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ ใช้ค่า Chi Square (X^2) ด้วยวิธีของเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร
7. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test สำหรับสถานภาพทั่วไปด้านเพศ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Anova) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม สำหรับตัวแปรประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้ Scheffe Analysis ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2



สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อยอดขายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรที่ลดลงของบริษัทแห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี” นี้ นำมาเสนอด้วยคำบรรยาย ตารางประกอบคำบรรยาย และภาพประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอเป็น 4 ข้อ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม
4. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามสถานภาพทั่วไป

ลำดับต่อไปนี้ผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลของการวิจัย โดยเรียงลำดับการนำเสนอทั้ง 4 ข้อดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ

1.1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.15 ที่เหลือ ได้แก่ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.85

1.2 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประสบการณ์การทำงาน พบว่า ประสบการณ์การทำงานของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ช่วง 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.69 รองลงมา ได้แก่ น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.31 และที่เหลือ ได้แก่ มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

1.3 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านหน่วยงานที่รับผิดชอบ พบว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ฝ่ายผลิต คิดเป็นร้อยละ 56.62 รองลงมา ได้แก่ ฝ่ายจัดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 24.62 และที่เหลือ ได้แก่ ฝ่ายซ่อมบำรุง คิดเป็นร้อยละ 18.77 ตามลำดับ

1.4 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านขนาดของธุรกิจ พบว่า ขนาดของธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจขนาดกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.62 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจขนาดใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 28.00 และที่เหลือ ได้แก่ ธุรกิจขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 19.38 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร โดยภาพรวมดังนี้

2.1 ประเภทของเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อมากที่สุด ได้แก่ อะไหล่เครื่องจักรประเภทเครื่องกล (Mechanics) คิดเป็นร้อยละ 44.62 รองลงมา ได้แก่ อะไหล่เครื่องจักรประเภทอุปกรณ์ไฟฟ้า (Electronics) คิดเป็นร้อยละ 30.77 รองลงมา ได้แก่ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 19.08 รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์ประเภทเครื่องมือโรงงาน (Tools) คิดเป็นร้อยละ 2.77



รองลงมา ได้แก่ สินค้าด้านประหยัดพลังงาน (Energy Saving) เช่น หลอดไฟประหยัดพลังงาน คิดเป็นร้อยละ 1.54 และที่เหลือ ได้แก่ อะไหล่เครื่องจักรประเภทใช้ลมเป็นตัวส่งกำลัง (Pneumatics) และสินค้าด้านโลจิสติกส์ (Logistic) เช่น รถ AGV, Selective Rack มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.62

2.2 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 30.15 รองลงมา ได้แก่ ซ่อมแซมเครื่องจักรที่ชำรุด คิดเป็นร้อยละ 25.85 รองลงมา ได้แก่ ลดการใช้พลังงานในโรงงาน คิดเป็นร้อยละ 16.31 รองลงมา ได้แก่ ลดการใช้กำลังคนในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 16.00 และที่เหลือ ได้แก่ เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บสินค้า คิดเป็นร้อยละ 11.69

2.3 ความถี่ในการจัดซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ น้อยกว่า 10 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 45.85 รองลงมา ได้แก่ 10 - 15 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 42.15 และที่เหลือ ได้แก่ มากกว่า 15 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 12.00

2.4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการจัดซื้อเครื่องจักร และชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 65.54 รองลงมา ได้แก่ 10,000 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.77 รองลงมา ได้แก่ 50,001 - 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.54 และที่เหลือ ได้แก่ มากกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.15

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร แบ่งเป็นรายด้าน 8 ด้าน ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler, Philip. (1997)) ได้เขียนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี	Mean	Std. Deviation
1. ด้านภาพรวม	3.87	0.44
2. ด้านผลิตภัณฑ์	3.17	0.76
3. ด้านราคา	4.12	0.68
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.82	0.63
5. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.70	0.65



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี	Mean	Std. Deviation
6. ด้านบุคคล	4.34	0.46
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.91	0.51
8. ด้านกระบวนการ	4.00	0.54

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ด้านบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านกระบวนการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ตามลำดับ โดยมีค่าเฉลี่ยรายด้านทั้ง 7 ด้านอยู่ระหว่าง 3.17 - 4.34

4. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพทั่วไป ด้านเพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ

การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย t-test ดังข้อ 4.1 และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ข้อ 5.4.2 และ 5.4.3

4.1 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อสินค้าประเภทเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านประสบการณ์การทำงาน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อสินค้าประเภทเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านหน่วยงานที่รับผิดชอบ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อสินค้าประเภทเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



4.4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จำแนกตามสถานภาพทั่วไปด้านขนาดของธุรกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อสินค้าประเภทเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อยอดขายเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักรที่ลดลงของบริษัทแห่งหนึ่ง ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ ประสบการณ์การทำงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และขนาดของธุรกิจของลูกค้า ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่มีต่อสินค้าประเภทเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำคัญในการตัดสินใจซื้อในภาพรวมและรายด้านต่าง ๆ ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อของ คอตเลอร์ (Kotler, 1997; 194) ได้กล่าวไว้ว่า ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นจะประกอบไปด้วยบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันซึ่งทำให้ถึงแม้ประสบการณ์การทำงาน อาชีพ และขนาดของธุรกิจแตกต่างกัน ก็จะไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดซื้อ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการซื้อ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรและชิ้นส่วนอะไหล่เครื่องจักร ซึ่งคาดว่าจะประโยชน์ 2 ด้านดังนี้

1. ด้านผู้ประกอบการ

1.1 เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์แนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

1.2 เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจให้ตรงต่อความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค

2. ด้านการศึกษา

2.1 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่มีการเรียนการสอนรายวิชา บริหารการตลาดนำไปเป็นแนวทางในการสอน ให้สามารถศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและการวางแผนทางการตลาด



แหล่งข้อมูลอ้างอิง

- อภิชาติ ผลงาม. (2557). *ส่วนสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อของฝากตลาดหนองมน จังหวัดชลบุรี*. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศุภาสินี โชคนาม และสุนา อธิกิตติกุล. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พชร สุชนฐาน. (2557). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G ในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- เกศรา จันทรจรัสสุข. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและใช้บริการในห้าง เทสโก้ โลตัส ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รองศาสตราจารย์ ดร.ธำนิษฐ์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 15). นนทบุรี : เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2560). “การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ในประเทศไทย”. สืบค้นวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560. จาก <http://www.thansettakij.com>.
- KSMECare. (2555). “การเติบโตของธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องจักร”. สืบค้นวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560. จาก <http://www.thaifranchisecenter.com>.