

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งประชากรที่ศึกษา ได้แก่ โรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสูบน้ำเสีย ของโรงงานอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปได้พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 57 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 56 ซึ่งส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 76 มีตำแหน่งปัจจุบันในองค์กรเป็นผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ ร้อยละ 46 และเมื่อทำการพิจารณาความสัมพันธ์พบว่า เพศมีค่าความสัมพันธ์กับช่วงอายุ โดยส่วนใหญ่เพศหญิงจะมีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี และช่วงอายุดังกล่าวก็ยิ่งพบว่า มีตำแหน่งปัจจุบันในองค์กรเป็นผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ อีกด้วย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกิจการ

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกิจการ โรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการเป็นแบบ บริษัทจำกัด มีทุนจดทะเบียนของกิจการอยู่ที่ประมาณ 41-60 ล้านบาท มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการมาแล้วอยู่ที่ระหว่าง 11-15 ปี และ 16 ปีขึ้นไป และยิ่งพบว่า โรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร มีผู้บริหารสูงสุดเป็นคนไทย มีจำนวนพนักงานในบริษัทอยู่ระหว่าง 201-400 คน และโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการประเภท อุตสาหกรรมโลหะ และยาง การสั่งซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานจะทำการซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง และซื้อผ่านตัวแทนจัดจำหน่าย และจำนวนเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานทั้งหมดสำหรับใช้งานจะอยู่ที่ประมาณ 3 เครื่อง

ซึ่งมีขนาดของเครื่องอยู่ที่ 3.7-75 กิโลวัตต์ และตรวจสอบเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียจะพบว่า จะทำการซื้อเครื่องสูบน้ำเสียใหม่จากการที่เครื่องสูบน้ำเดิมชำรุด และผู้ที่มีอำนาจในการพิจารณาตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสีย จะเป็นผู้จัดการ โรงงาน หรือโครงการ พร้อมทั้งการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสูบน้ำเสียผ่านทางพนักงานขายสินค้าและเมื่อทำการพิจารณาความสัมพันธ์พบว่า ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการของกิจการจะมีค่าความสัมพันธ์กับประเภทกิจการ โดย ระยะเวลาที่เปิดดำเนินกิจการมาแล้วอยู่ที่ระหว่าง 11-15 ปี และ 16 ปีขึ้นไป จะพบว่าเป็นผู้ประกอบการในรูปแบบของบริษัทจำกัด และจะมีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 201-400 คน และแต่ละประเภทการประกอบการของโรงงานอุตสาหกรรม จะมีจำนวนเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานทั้งหมดสำหรับใช้งานจะอยู่ที่ประมาณ 3 เครื่อง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร พบว่ามีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กรธุรกิจ สามารถจำแนกสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 5.1 ระดับการมีผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสีย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.17	0.299	มีผลมาก	2
ปัจจัยด้านราคา	3.58	0.252	มีผลมาก	5
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67	0.262	มีผลมาก	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.20	0.289	มีผลมาก	1
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	3.85	0.317	มีผลมาก	3
ปัจจัยด้านภายในองค์กรของผู้ซื้อ	3.42	0.359	มีผลปานกลาง	6
ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	2.98	0.173	มีผลปานกลาง	7
ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล	2.96	0.361	มีผลปานกลาง	8
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.68	0.167	มีผลมาก	

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ บริษัทมีการรับประกันต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากตัวสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.87 ความคงทนของเครื่องสูบน้ำเสีย มีค่าเฉลี่ย 4.73 และเมื่อเกิดปัญหาบริษัทสามารถส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าแก้ไขได้ทันที มีค่าเฉลี่ย 4.63 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลสูงเป็นอันดับที่ 2 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาอะไหล่และชิ้นส่วนไม่แพงเมื่อต้องการซ่อมบำรุงเครื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.76 ระดับราคาขายของเครื่องสูบน้ำเสียไม่สูงกว่าคู่แข่งอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.84 และราคาเครื่องสูบน้ำเสียไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย มีค่าเฉลี่ย 3.61 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับที่ 5 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.81 ระบบการขนส่งสินค้ารวดเร็วถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.28 และมีเบอร์โทรศัพท์บริการลูกค้าในกรณีเกิดปัญหา มีค่าเฉลี่ย 4.15 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับที่ 4 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมากมีค่าเฉลี่ย 4.20 ปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ในการติดตามงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.03 พนักงานขายมีทักษะ ความรู้และให้ข้อมูลแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านบุคลิกและมารยาทของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 3.87 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลสูงสุดในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาน้ำมันในขณะที่ตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.59 เทคโนโลยีในด้านการประหยัดพลังงาน มีค่าเฉลี่ย 4.47 และกฎหมายด้านสภาพแวดล้อมว่าด้วยการบำบัดน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมมีความเข้มงวด มีค่าเฉลี่ย 4.39 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับที่ 3 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ ยอดขายของบริษัทท่านในแต่ละปี มีค่าเฉลี่ย 4.26 มีหลักวิธีปฏิบัติของการทำสัญญาซื้อขายกับผู้จัดจำหน่าย เช่นสามารถซื้อในราคาคงที่ตลอดระยะเวลาเวลา 1 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.01 และมีนโยบายการสั่งซื้อสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของบริษัทท่านมีความชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.00 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับที่ 6 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยระหว่างบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยระหว่างบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.98 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ วัฒนธรรมหรือธรรมเนียมปฏิบัติในการสั่งซื้อขององค์กรของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.21 อิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในองค์กรของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.02 และความสนิทสนมระหว่างพนักงานสั่งซื้อในองค์กรของท่านกับพนักงานขายของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.72 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับที่ 7 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยเฉพาะบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยเฉพาะบุคคล ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.96 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก ได้แก่ การมีประสบการณ์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.29 และระดับอายุของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 2.44 โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลสุดท้ายในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ตาราง 5.2 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียบของ
โรงงานอุตสาหกรรมจำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ประเภทการประกอบการอุตสาหกรรม									
	อุตสาหกรรมสิ่งทอ		อุตสาหกรรมกระดาษ		อุตสาหกรรมอาหาร/เครื่องดื่ม		อุตสาหกรรมเคมี/พลาสติก		อุตสาหกรรมโลหะและยาง	
	ค่าเฉลี่ย (SD)	แปลผล ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (SD)	แปลผล ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (SD)	แปลผล ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (SD)	แปลผล ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (SD)	แปลผล ลำดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.17 0.186	มาก 4	4.23 0.196	มาก 1	4.14 0.432	มาก 1	4.20 0.377	มาก 1	4.08 0.249	มาก 1
ปัจจัยด้านราคา	4.43 0.336	มาก 1	4.14 0.227	มาก 2	3.81 0.322	มาก 3	3.52 0.261	มาก 4	3.53 0.308	มาก 5
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.43 0.186	มาก 2	3.89 0.227	มาก 4	3.78 0.250	มาก 4	3.61 0.270	มาก 3	3.57 0.289	มาก 3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53 0.385	มาก 5	3.50 0.304	มาก 5	3.58 0.184	มาก 5	3.52 0.184	มาก 5	3.53 0.291	มาก 4
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	4.33 0.380	มาก 3	3.96 0.348	มาก 3	4.13 0.453	มาก 2	3.78 0.324	มาก 2	3.78 0.320	มาก 2
ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ	3.42 0.478	ปานกลาง 6	3.35 0.395	ปานกลาง 6	3.45 0.456	ปานกลาง 6	3.47 0.431	ปานกลาง 6	3.32 0.310	ปานกลาง 6
ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล	2.98 0.311	ปานกลาง 7	2.84 0.328	ปานกลาง 8	3.26 0.431	ปานกลาง 7	3.14 0.378	ปานกลาง 7	2.79 0.367	ปานกลาง 8
ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล	2.96 0.487	ปานกลาง 8	2.98 0.356	ปานกลาง 7	3.21 0.337	ปานกลาง 8	2.75 0.432	ปานกลาง 8	2.87 0.341	ปานกลาง 7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78 0.326	ระดับมาก	3.61 0.345	ระดับมาก	3.67 0.435	ระดับมาก	3.49 0.321	ระดับปานกลาง	3.43 0.452	ระดับปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 5.2 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียบของโรงงานอุตสาหกรรมจำแนกตามประเภทการประกอบการอุตสาหกรรม โดยส่วนใหญ่ในทุกอุตสาหกรรมให้ระดับการมีผลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ยกเว้นอุตสาหกรรมโลหะและยางเท่านั้นที่ให้ระดับการมีผลระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่เกือบทุกอุตสาหกรรมให้ความสนใจเป็นอันดับต้นและในระดับการมีผล

ในระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ยกเว้นอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ให้ความสนใจเป็นอันดับต้น และในระดับการมีผลระดับมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านราคาซึ่งอุตสาหกรรมกระดาษให้ความสำคัญใน ด้านระดับการมีผลเป็นอันดับสอง ส่วนอุตสาหกรรมเครื่องคั้มและอาหาร อุตสาหกรรมเคมีและ พลาสติก และอุตสาหกรรมโลหะให้ระดับการมีผลในด้านปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมเป็นอันดับสอง รองลงมา และเมื่อพิจารณาปัจจัยที่ทุกอุตสาหกรรมไม่คำนึงถึง หรือคำนึงเป็นอันดับสุดท้ายและมี ระดับการมีผลในระดับปานกลางได้แก่ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงาน อุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญที่พบมา อภิปรายผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาครตามแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กรธุรกิจ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มี ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ ราคาน้ำมันในขณะที่ตัดสินใจซื้อ รองลงมาคือ การมีเทคโนโลยีใน ด้านการประหยัดพลังงาน เรื่องกฎหมายด้านสภาพแวดล้อมว่าด้วยการบำบัดน้ำเสียของโรงงาน อุตสาหกรรมมีความเข้มงวด และอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินที่ใช้ในขณะที่ตัดสินใจซื้อ ซึ่ง สอดคล้องกับ วรชาติ ต้นติวจา (2545) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วน จำกัด ต้นตอโตเมชั่น พบว่า ราคาน้ำมันมีผลทางตรงต่อตัดสินใจซื้อ และเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญ ในการพิจารณาซื้อ และสอดคล้องกับ (ยุทธนา ธรรมเจริญ,2547 อ้างอิงจาก Kotler,2003) กล่าวว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กรธุรกิจโดยอยู่ภายใต้ หลักการทางเศรษฐศาสตร์ เช่น ปริมาณการลงทุน ปริมาณการบริโภคและอัตราดอกเบี้ย

ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านปัจจัย ภายในองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยภายในองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มี ค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่ ยอดขายของบริษัทท่านในแต่ละปี รองลงมาคือ มีหลักวิธีปฏิบัติ ของการทำสัญญาซื้อขายกับผู้จัดจำหน่าย เช่น สามารถซื้อในราคาคงที่ตลอดระยะเวลาเวลา 1 ปี และนโยบายการสั่งซื้อสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของบริษัทท่านมีความชัดเจน ซึ่งจะ

สอดคล้องที่ว่า ปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขององค์กรธุรกิจ คือ ทุกองค์กรมีลักษณะการซื้อแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นในด้านวัตถุประสงค์ นโยบาย ขั้นตอน โครงสร้างในองค์กร และระบบภายในองค์กร (ยูทธนา ธรรมเจริญ,2547 อ้างอิงจาก Kotler,2003) และสอดคล้องกับ วรชาติ ต้นดีวาจา (2545) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันดีอโตเมชั่น พบว่า การตัดสินใจของบริษัทในการสั่งซื้อสินค้าส่วนใหญ่อยู่ที่ผู้มีอำนาจโดยคำนึงมาจากยอดขายภายในแต่ละปี

ปัจจัยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยระหว่างบุคคลให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ วัฒนธรรมหรือธรรมเนียมปฏิบัติในการสั่งซื้อขององค์กร รองลงมาคือ อิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในองค์กร และความสนิทสนมระหว่างพนักงานสั่งซื้อในองค์กรกับพนักงานขายของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ วรชาติ ต้นดีวาจา (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันดีอโตเมชั่น พบว่า ธรรมเนียมปฏิบัติในการสั่งซื้อเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ และสอดคล้องกับ (ยูทธนา ธรรมเจริญ,2547 อ้างอิงจาก Kotler,2003) กล่าวว่า ปัจจัยระหว่างบุคคลในฝ่ายจัดซื้อ จะประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความสนใจที่แตกต่างกัน มีอำนาจหน้าที่ สถานะ ความเห็นอกเห็นใจ การชักชวนโน้มน้าวความเชื่อได้แตกต่างกัน ทำให้ผู้ขายได้รู้ถึงปัจจัยระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

ปัจจัยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยเฉพาะบุคคลให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ประสบการณ์ รองลงมาคือ ระดับการศึกษา อายุ และเพศของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ (ยูทธนา ธรรมเจริญ,2547 อ้างอิงจาก Kotler,2003) กล่าวว่า ปัจจัยเฉพาะบุคคล เป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคลมีอิทธิพลต่อการยอมรับและความชอบในผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีอิทธิพลต่อการเสนอผลิตภัณฑ์ของผู้ขาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ บุคลิกลักษณะทัศนคติที่มีต่อความเสี่ยงและ วัฒนธรรม

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอ
กระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาครตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ บริษัทมีการรับประกันต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากตัวสินค้า รองลงมาคือ ความคงทนของเครื่องสูบน้ำเสีย และเมื่อเกิดปัญหา บริษัทสามารถส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าแก้ไขได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหม้อแปลงไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ระดับการมีผลที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยที่มีระดับการมีผลมากที่สุด ได้แก่ ความคงทนในการใช้งานของหม้อแปลงไฟฟ้า และการบริการหลังการขายที่รวดเร็ว เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาอะไหล่และชิ้นส่วนไม่แพงเมื่อต้องการซ่อมบำรุงเครื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อมร หมีรักษา (2539) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเตาเผาขยะและกากของเสียเพื่อลดมลพิษในโรงงานอุตสาหกรรม ผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญในเรื่องค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ต่ำ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ชีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากคือ ระดับราคาขายของหม้อแปลงไฟฟ้า สามารถต่อรองราคาได้ และระยะเวลาในการชำระเงิน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ การมีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา รองลงมาคือ ระบบการขนส่งสินค้ารวดเร็วถูกต้อง และการมีเบอร์โทรศัพท์บริการลูกค้าในกรณีเกิดปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ การส่งมอบหม้อแปลงไฟฟ้าตรงตามกำหนดเวลา ความสะดวกในการติดต่อ ความพร้อมและความรวดเร็วในการจัดส่ง และสอดคล้องกับการศึกษาของ วรชาติ ต้นติวาจา (2545) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้นต้ออโตเมชั่น พบว่า ลูกค้าให้ระดับการมีผลในระดับมากคือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ มีสินค้าพร้อมจำหน่าย ระยะเวลาในการจัดส่ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยพบว่าให้ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ในการติดตามงานของพนักงาน รองลงมาคือ พนักงานขายมีทักษะความรู้ และให้ข้อมูลแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน และบุคลิกและมารยาทของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธีระ จันทรวิจิตรกุล (2547) ที่ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความเอาใจใส่ตามงานของพนักงานขาย ความรู้ความสามารถของพนักงานขาย มารยาท และบุคลิกภาพของพนักงานขาย การแนะนำของผู้รับเหมา สถาปนิก วิศวกร เป็นต้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ วรชาติ ต้นติวจา (2545) ที่พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียบของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเกือบทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลในระดับมาก ยกเว้นด้านปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยเฉพาะบุคคล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับการมีผลในระดับปานกลาง ซึ่งมีรายละเอียดเรียงตามลำดับดังนี้

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาถึงปัจจัยย่อย ในด้านความกระตือรือร้นเอาใจใส่ในการติดตามงานของพนักงานเป็นลำดับแรก รองลงมาคือในด้านพนักงานขายมีทักษะความรู้และให้ข้อมูลแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างถูกต้องชัดเจน และลำดับถัดมาได้แก่ ด้านบุคลิกและมารยาทของพนักงานขาย

2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับสอง มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ซึ่งค้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาถึง การที่บริษัทมีการรับประกันต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากตัวสินค้าเป็นลำดับแรก รองลงมาคือความคงทนของเครื่องสูบน้ำเสียบ และลำดับถัดมาได้แก่เมื่อเกิดปัญหาบริษัทสามารถส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าแก้ไขได้ทันที

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม เป็นอันดับสาม มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ซึ่งค้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาถึง สภาวะราคาน้ำมันในขณะตัดสินใจซื้อเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ การมีเทคโนโลยีในการประหยัดพลังงาน และลำดับถัดมาได้แก่ กฎหมายด้านสภาพแวดล้อมว่าด้วยการบำบัดน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมมีความเข้มงวด

4. **ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** เป็นอันดับสี่ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งค้นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาถึง การมีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลาเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ การมีระบบการขนส่งสินค้ารวดเร็วถูกต้อง และลำดับถัดมาได้แก่ ผู้จำหน่ายมีเบอร์โทรศัพท์บริการลูกค้าในกรณีเกิดปัญหา

5. **ปัจจัยด้านราคา** เป็นอันดับห้า มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งค้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาถึง ราคาอะไหล่และชิ้นส่วนไม่แพงเมื่อต้องการซ่อมบำรุงเครื่องเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านระดับราคาขายของเครื่องสูบน้ำเสียไม่สูงกว่าคู่แข่งอื่น และลำดับถัดมาได้แก่ ราคาเครื่องสูบน้ำเสียไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงบ่อย

6. **ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ** เป็นอันดับหก มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางซึ่งค้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาถึง ยอดขายของบริษัทท่านในแต่ละปีเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ มีหลักวิธีปฏิบัติของการทำสัญญาซื้อขายกับผู้จัดจำหน่าย เช่น สามารถซื้อในราคาคงที่ตลอดระยะเวลาเวลา 1 ปี และลำดับถัดมาได้แก่ นโยบายการสั่งซื้อสินค้าของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของบริษัทท่านมีความชัดเจน

7. **ปัจจัยระหว่างบุคคล** เป็นอันดับเจ็ด มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางซึ่งค้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาถึงด้านวัฒนธรรม หรือธรรมเนียมปฏิบัติในการสั่งซื้อขององค์กรเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ อิทธิพลของผู้บริหารฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในองค์กร และลำดับถัดมาได้แก่ ความสนิทสนมระหว่างพนักงานสั่งซื้อในองค์กรของท่านกับพนักงานขายของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์

8. **ปัจจัยเฉพาะบุคคล** เป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางซึ่งค้นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะพิจารณาถึง การมีประสบการณ์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับแรก รองลงมาคือระดับการศึกษาของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ และลำดับถัดมาได้แก่ อายุของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

เมื่อนำปัจจัยย่อยมาจัดลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า มีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรกดังแสดงในตาราง 5.3

ตาราง 5.3 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ
1	บริษัทมีการรับประกันต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากตัวสินค้า	4.87 (มากที่สุด)	0.338	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
2	มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา	4.81 (มากที่สุด)	0.465	ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย
3	ราคาอะไหล่ และชิ้นส่วนไม่แพงเมื่อต้องการซ่อมบำรุงเครื่อง	4.76 (มากที่สุด)	0.429	ปัจจัยด้านราคา
4	ความคงทนของเครื่องสูบน้ำเสีย	4.73 (มากที่สุด)	0.489	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
5	เมื่อเกิดปัญหาบริษัทสามารถส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าแก้ไขได้ทันที	4.63 (มากที่สุด)	0.485	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
6	ราคาน้ำมันในขณะตัดสินใจซื้อ	4.59 (มาก)	0.494	ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม
7	เทคโนโลยีในด้านการประหยัดพลังงาน	4.47 (มาก)	0.540	ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม
8	กฎหมายด้านสภาพแวดล้อมว่าด้วยการบำบัดน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมมีความเข้มงวด	4.39 (มาก)	0.680	ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม
9	อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินที่ใช้ในขณะตัดสินใจซื้อ	4.29 (มาก)	0.686	ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม
10	ระบบการขนส่งสินค้ารวดเร็วถูกต้อง	4.28 (มาก)	0.621	ปัจจัยด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ บริษัทมีการรับประกันต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากตัวสินค้า ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือการมี

สินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา ซึ่งเป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ลำดับถัดมาคือ ราคาอะไหล่ และชิ้นส่วนไม่แพงเมื่อต้องการซ่อมบำรุงเครื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจรองลงมาได้แก่ ความคงทนของเครื่องสูบน้ำเสีย และเมื่อเกิดปัญหาบริษัทสามารถส่งผู้เชี่ยวชาญเข้าแก้ไขได้ทันที ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำหรับสิ่งที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ราคาน้ำมันในขณะตัดสินใจซื้อ, เทคโนโลยีในด้านการประหยัดพลังงาน และกฎหมายด้านสภาพแวดล้อมว่าด้วยการบำบัดน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมมีความเข้มงวด ซึ่งเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และปัจจัยย่อยสุดท้ายที่ส่งผลการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ระบบการขนส่งสินค้ารวดเร็วถูกต้อง ซึ่งเป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

นอกจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่พิจารณาข้างต้นแล้วนั้นในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม พบว่ามีระดับการมีผลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และปานกลาง ซึ่งพิจารณาพบว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมกระดาษ และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มมีระดับการมีผลเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับอุตสาหกรรมเคมีและพลาสติก กับอุตสาหกรรมอื่นๆ(อุตสาหกรรมโลหะและยาง) มีระดับการมีผลเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาในปัจจัยย่อยจะเห็นได้ว่าในทุกอุตสาหกรรม ให้ระดับความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา เป็นสำคัญอยู่ในความคิดเห็นระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีระดับการมีผลลำดับสุดท้าย และมีระดับการมีผลปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล ตามลำดับจากข้อค้นพบดังกล่าวจะสังเกตได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์ และราคามากที่สุด

5.4 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมในครั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากข้อมูลทั่วไป และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายควรมีการปรับปรุงกระบวนการและกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและการแข่งขันในปัจจุบัน เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมจะต้องให้ความสำคัญในเรื่อง การรับประกันและรับประกันสินค้าในกรณีเกิดความเสียหายจากสินค้า ทั้งนี้หากมีนโยบายการรักษาความสม่ำเสมอ ของคุณภาพเครื่องสูบน้ำเสีย จะทำให้โรงงาน

อุตสาหกรรม เกิดความไว้วางใจ และเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งควรจัดให้มีศูนย์บริการแก้ไข ปัญหาแบบเร่งด่วนที่มีผู้เชี่ยวชาญที่คอยให้คำปรึกษาหรือแก้ไขได้โดยทันที

2. ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม จะต้องให้ความสำคัญในเรื่อง ราคาอะไหล่ และชิ้นส่วนที่ไม่มีราคาสูงมากเมื่อต้องการซ่อมแซม บำรุงรักษา ซึ่งผู้จำหน่ายควรที่จะวางกลยุทธ์ทางด้านราคาให้สอดคล้องตอบรับกับความต้องการใน ซ่อมแซมบำรุงรักษา ทั้งยังต้องวางแผนกลยุทธ์ด้านราคาสินค้าเครื่องสูบน้ำเสียเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ขึ้น และไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากนัก

3. ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา การติดต่อสื่อสาร กับผู้ขาย ได้สะดวก และการจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงเวลา ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจเพิ่มช่อง ทางการจัดจำหน่าย เช่น การมีตัวแทนขาย หรือพนักงานขายที่รับผิดชอบให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ที่มี โรงงานอุตสาหกรรมตั้งอยู่ ควรจัดตั้งหน่วยงานส่วนกลาง Hot line หรือ เว็บไซต์ เพื่อสร้างความ สะดวก รวดเร็ว ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน สามารถสั่งซื้อสินค้าได้สะดวกรวดเร็ว บุคลากร ควรมีความรู้ความชำนาญสามารถแนะนำ ให้ความรู้หรือให้คำปรึกษาในเรื่องเครื่องสูบน้ำ การซ่อม บำรุงได้ทันที นอกจากนี้ ควรจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า หรือฝ่ายจัดส่งสินค้าจำแนกตามภูมิภาค หรือ มีการวางแผนการจัดส่งและตรวจสอบเส้นทางจัดส่งสินค้าให้แน่นอน เพื่อให้มีการจัดส่งสินค้า ที่รวดเร็ว ส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตรงเวลาที่ลูกค้าต้องการ เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าใน ระยะยาว

4. ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการกระตุ้นเอาใจใส่ในการติดตามงาน การให้ ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนของพนักงานขาย รวมถึงความรู้ความชำนาญของพนักงานขาย และ การให้คำปรึกษาที่ถูกต้องในด้านสุขอนามัยและการทำความสะอาด ดังนั้นผู้ประกอบการควร พิจารณาตั้งแต่การคัดสรรบุคลากรด้านการขายที่มีความรู้ความสามารถในสาขาที่เกี่ยวข้อง ควรพิจารณาถึงความรู้ความสามารถของบุคลากรในปัจจุบันให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าโดย ควรมีการอบรมให้ความรู้ทั้งในด้านของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความชำนาญ สามารถ นำความรู้เหล่านี้ไปถ่ายทอด แนะนำและให้คำปรึกษาที่ถูกต้องแก่ลูกค้า และเพื่อให้เกิดความพึง

พอใจสูงสุดต่อผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสีย ผู้ประกอบการควรมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางในการนำเสนอสินค้า ดังนี้

ฝ่ายจัดซื้อ เป็นฝ่ายที่ให้ความสำคัญในเรื่องของปัจจัยส่วนบุคคล อรรถาศัยของพนักงานขาย ดังนั้นควรนำกลยุทธ์ด้านปัจจัยดังกล่าวเช่นการเยี่ยมเยียนและให้บริการอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายจัดซื้อของลูกค้าและพนักงานขายของผู้ประกอบการเอง

สำหรับฝ่ายผลิตและฝ่ายควบคุมประกันคุณภาพ ซึ่งให้ความสำคัญกับทักษะ ความรู้ ความชำนาญของพนักงานขาย ดังนั้นพนักงานขายที่เข้าพบลูกค้ากลุ่มนี้ ควรมีการเตรียมตัวด้านความรู้ทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์ อะไหล่ต่างได้เป็นอย่างดี เพื่อสามารถตอบคำถาม ปรีกษาให้คำแนะนำของลูกค้าได้อย่างชัดเจน

ผู้ประกอบการที่นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสูบน้ำเสียควรสร้างความมั่นใจในการใช้สินค้า ด้วยการรับประกันคืนสินค้าทันทีที่พบความบกพร่องหรือปัญหาจากผลิตภัณฑ์ ควรมีตัวอย่างสินค้าให้ลูกค้าได้ทดลองประสิทธิภาพการใช้งานก่อนทำการตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะงาน และเพื่อให้เกิดการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการเครื่องสูบน้ำเสียควรมีการสื่อสารถึงคุณภาพความคุ้มค่าของราคาผลิตภัณฑ์ และประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น สามารถยืดอายุการทำงานของเครื่องจักรในการดูแล หรือต้นทุนของเครื่องสูบน้ำเสียที่ลดลงเมื่อเลือกใช้เครื่องสูบน้ำเสียที่เหมาะสมกับลักษณะงาน และเพื่อช่วยให้การพิจารณาตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น ผู้ประกอบการเครื่องสูบน้ำเสียควรจัดทำโปรโมชั่นสำหรับลูกค้า ด้วยการให้ยืมเครื่องมือ/อุปกรณ์ โดยอาจจะคำนึงถึงยอดปริมาณการสั่งซื้อเป็นองค์ประกอบสำคัญ รวมทั้งการร่วมมือกับหน่วยงาน ฝ่ายต่าง ๆ ของโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้า เช่น ฝ่ายวิศวกรรม ฝ่ายซ่อมบำรุงเพื่อจัดอบรมสัมมนาให้แก่ลูกค้า เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าได้ในระยะยาว

การส่งเสริมการตลาดนอกจากที่กล่าวมาแล้วนั้น ผู้ประกอบการเองต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างเหมาะสม และติดตามภาวะการแข่งขันอย่างใกล้ชิดว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง เพื่อปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ควรจัดให้พนักงานขายได้เข้าพบเยี่ยมเยียนลูกค้าฝึกอบรมพนักงานของลูกค้าในเรื่องที่เกี่ยวข้องเป็นครั้งคราวอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระชับสัมพันธ์ไมตรีที่ดีระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้าอีกทางหนึ่ง

5. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามบางกลุ่มไม่ได้ให้ความสำคัญกับด้านสภาพแวดล้อม แต่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่า ดังนั้นในการให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับกฎหมายหรือข้อกำหนดด้านสภาพแวดล้อมที่ทางราชการกำหนด ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรที่จะต้องวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์โดยจะต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่เป็นตัวแปรหลัก อาทิ สภาพทางเศรษฐกิจ เช่นราคาน้ำมันที่มีการเปลี่ยนแปลง อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินรวมทั้งผู้ประกอบการยังต้องศึกษาในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆที่ประหยัดพลังงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมเพื่อเป็นข้อได้เปรียบ และมีความสามารถสูงกว่าคู่แข่งในการจัดจำหน่าย

6. ปัจจัยภายในองค์กรของผู้ซื้อ

จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรม เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีนโยบายในการสั่งซื้อสินค้า หลักวิธีปฏิบัติที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการเองต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างเหมาะสมให้เกิดความสอดคล้องกับปัจจัยภายในองค์กรของลูกค้านั้นๆ โดยอาจที่จะกำหนดกลยุทธ์ในเรื่องนโยบายในเรื่องเงื่อนไขการสั่งซื้อ หลักวิธีปฏิบัติการทำสัญญาซื้อขายให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น

7. ปัจจัยระหว่างบุคคล

จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานสั่งซื้อของลูกค้า (องค์กรผู้ซื้อ) กับพนักงานขายของตัวแทนจำหน่าย ดังนั้นตัวแทนจำหน่ายเครื่องสูบน้ำเสียควรจัดให้พนักงานเข้าพบลูกค้าอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอทั้งนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และพนักงานขายควรที่จะต้องศึกษาข้อมูลวัฒนธรรม ธรรมเนียมเกี่ยวกับองค์กรของลูกค้า โดยเฉพาะควรที่จะต้องพยายามติดต่อกับผู้ที่มีอำนาจ หรืออิทธิพลที่สามารถตัดสินใจซื้อเพื่อที่จะได้นำเสนอรายละเอียด และข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

8. ปัจจัยเฉพาะบุคคล

จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมในเรื่องปัจจัยเฉพาะบุคคลของลูกค้า พนักงานขายของตัวแทนจำหน่าย ควรพิจารณาและให้ความสำคัญ ควรที่จะศึกษาในเรื่องทัศนคติ พร้อมทั้งการเตรียมความพร้อมในการนำเสนอข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ ทั้งนี้ควรที่จะต้องทำการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากขึ้น หรืออาจจะต้องทำการเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยให้กับลูกค้าในกรณีที่ผู้

ตัดสินใจซื้อมีประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไม่เพียงพอ ซึ่งปัจจัยเฉพาะบุคคลสามารถปรับเปลี่ยนได้ หากสามารถเพิ่มเติมหรือทำการชี้แจงรายละเอียดของสินค้าให้รับรู้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การเก็บข้อมูลต้องเก็บจากผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งควรเก็บจากผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม ผู้ซึ่งดูแลรับผิดชอบโดยตรง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved