

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซรา ของผู้ประกอบการ
ในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด**

**Factors that affected the decision on purchasing kyoceracopier of the entrepreneurs
in Chon Buri province: a case study of Methanon office products Co., Ltd.**

ณพณรงค์ กสิณบุญเกษม¹, ศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
บ้านเลขที่150/6หมู่2ต.สุรศักดิ์ อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี 20110 โทรศัพท์: 08-9608-8128
E-mail :Jackie_aeel@hotmail.com

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
298 ถนนสรพาวุธ แขวง/เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260 โทรศัพท์ : 0 – 2744 – 7356 – 65
E-mail :Saksinee@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซรา ของผู้ประกอบการ ในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาของบริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนองค์กรประชากรได้แก่ ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรีที่ตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารกับบริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัดจำนวน 70 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่าง 0.67 - 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซรา ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัดในภาพรวมและรายด้านทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการด้านบุคลากร ด้านกายภาพด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรีที่มีประเภทกิจการ และระยะเวลาที่ดำเนินกิจการต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารของบริษัทเมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ใน

ภาพรวมต่างกันส่วนผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรีที่มีประเภทธุรกิจ และขนาดของกิจการต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารของบริษัทเมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ในภาพรวมไม่ต่างกัน

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, การเลือกซื้อ, ผู้ประกอบการ

Abstract

This study aimed to study and to compare the factors that affected the decision on purchasing KYOCERA copier of the entrepreneurs in Chon Buri province: A case study of Methanon office products Co., Ltd. that were categorized by the organizational factors. The population of this study consisted of 70 entrepreneurs. The instrument of the data collection was a questionnaire; it valued the index of item-objective congruence: IOC between 0.67-1.00 and the overall reliability of 0.95. The statistics which used in the data analysis were percentage, mean and standard deviation and the hypothesis testing analyzed by mean comparison. The results found that; 1) the factors that affected the entrepreneurs' decision on purchasing KYOCERA copier of Methanon office products Co., Ltd., overall and all aspects influenced to the decision on purchasing at a high level. As the highest

aspect was the product; the subordinate aspects were the process of services, the people, the physical environment, the price, the place and the promotion, respectively.) The hypothesis testing found that overall, the entrepreneurs who were different types of companies and the duration of business chose the different factors that affected the entrepreneurs' decision on purchasing KYOCERA copier of Methanon office products Co., Ltd. In addition to, overall, the entrepreneurs who were different business types and business sizes chose the factors that were not different.

Keywords: decision; purchasing; entrepreneurs.

1. บทนำ

อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานต่าง ๆ เป็นตัวอย่างหนึ่งของเทคโนโลยีที่มีวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานรูปแบบต่าง ๆ และสนับสนุนให้กลไกการทำงานของมนุษย์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น โดยอุปกรณ์สำนักงานในยุคเก่าได้ถูกพัฒนาให้ใช้งานร่วมกับระบบคอมพิวเตอร์และตัดแปลงให้กลายเป็นอุปกรณ์สำนักงานยุคใหม่ที่สามารถรองรับการใช้งานภายในสำนักงานได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งช่วยลดระยะเวลาการทำงานรวมถึงขั้นตอนการทำงานที่ยุ่งยากออกไป ตัวอย่างของอุปกรณ์สำนักงานที่มีวิวัฒนาการอย่างชัดเจนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และเป็นอุปกรณ์สำคัญที่ช่วยให้การทำงานที่มีความรวดเร็วสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ได้แก่ เครื่องถ่ายเอกสาร

จากรายงานผลการดำเนินธุรกิจของ บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ประจำปี พ.ศ.2558 ที่ผ่านมาพบว่า ยอดขายของเครื่องถ่ายเอกสารมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ค่อนข้างฝืดเคือง เครื่องถ่ายเอกสารรุ่นใหม่ ๆ หลากหลายยี่ห้อ มีราคาที่ถูกลงอย่างมาก และยังประสบปัญหาจากคู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยคู่แข่งทางตรงพบว่า มีบริษัท พีที โอเอ จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่าเช่นกัน อยู่ห่างออกไปประมาณ 800 เมตร และห้างสรรพสินค้าดิคคอมศรีราชาที่จำหน่ายคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์หลากหลายยี่ห้อ อยู่ห่างประมาณ 600 เมตร ซึ่งดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้เห็นความจำเป็นที่จะวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่าของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี วิทยาลัยศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด เนื่องจากผู้ศึกษาทำงานดูแลในส่วนของการบริหารจัดการและ

ไอทีซัพพอร์ตดูแลส่วนหลังการขายของลูกค้า จึงสังเกตเห็นถึงความสำคัญของการบริการภายใต้สภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยจะนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการบริการ และคุณภาพของสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทีและเป็นการเพิ่มยอดขายสินค้านำเข้าของบริษัทต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่า ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี วิทยาลัยศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่า ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี วิทยาลัยศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนองค์กร

3. สมมติฐานของการวิจัย

ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีปัจจัยส่วนองค์กรต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่า วิทยาลัยศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด แตกต่างกัน

4. กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดใน 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านกาย 6) ด้านบุคลากร และ 7) ด้านกระบวนการบริการเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ [1]

5. วิธีการวิจัย

5.1 ประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 70 คน จาก 70 บริษัท [2]

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเคียวเซร่า ของ

ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาบริษัท เมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนแล้วนำไปวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95[3]

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก 3) ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง 4) ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อย และ 5) ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อยที่สุดและการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานโดยใช้ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย

6. ผลการวิจัย

6.1 ข้อมูลปัจจัยองค์กร

ผลการวิเคราะห์ ข้อมูล ปัจจัยองค์กร พบว่าผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรีส่วนใหญ่มีประเภทธุรกิจเป็นผู้กระจายสินค้า มีประเภทกิจการเป็นบริษัทจำกัด มีขนาดของกิจการเป็นกิจการขนาดเล็ก และมีระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ 4-6 ปี

6.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกสารเคียวเซร่าของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัท เมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกสารเคียวเซร่าของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาบริษัท เมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ($\mu=3.72$) โดยด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์ ($\mu= 3.82$) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ ($\mu= 3.80$) ด้านบุคลากร ($\mu= 3.80$) ด้านกายภาพ ($\mu= 3.79$) ด้านราคา ($\mu= 3.69$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

($\mu=3.59$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\mu= 3.54$) ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ที่ซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกสารของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาบริษัท เมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	μ	σ	ระดับการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.82	0.60	มาก
ด้านราคา	3.69	0.59	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.59	0.63	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.54	0.67	มาก
ด้านบุคลากร	3.80	0.55	มาก
ด้านกายภาพ	3.79	0.64	มาก
ด้านกระบวนการบริการ	3.80	0.51	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72	0.40	มาก

6.3 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรีที่มีประเภทกิจการ และระยะเวลาที่ดำเนินกิจการต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกสารของบริษัทเมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ในภาพรวมต่างกัน ส่วนผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรีที่มีประเภทธุรกิจ และขนาดของกิจการต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายภาพเอกสารของบริษัทเมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ในภาพรวมไม่ต่างกัน ดังแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารจำแนกตามปัจจัยส่วนองค์กร

ปัจจัยส่วนองค์กร	ผลการทดสอบ
ประเภทธุรกิจ	ไม่แตกต่าง
ประเภทกิจการ	แตกต่าง
ขนาดของกิจการ	ไม่แตกต่าง
ระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ	แตกต่าง

7. การอภิปรายผล

7.1 การอภิปรายผลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเขียวเซรา ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัท เมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุระเทพ สุระสังข์ [4] พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

2. ด้านราคาผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธีรดา พลาวัสต์ [5] พบว่า ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุระเทพ สุระสังข์ [4] พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

4. ด้านส่งเสริมการตลาดผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ถนัดกิจ สิมอาจิน [6] พบว่าด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

5. ด้านกายภาพผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธีรดา พลาวัสต์ [5] พบว่า ด้านกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

6. ด้านบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธีรดา พลาวัสต์ [5] พบว่า ด้านกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

7. ด้านกระบวนการบริการ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ พรนิมิต คันเต็ง [7] พบว่า ด้านกระบวนการบริการมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

7.2 การอภิปรายผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเขียวเซรา ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาของบริษัท เมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทของกิจการ และระยะเวลาดำเนินกิจการต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเขียวเซรากรณศึกษา บริษัท เมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ในภาพรวมแตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ด้านลักษณะของผู้ซื้อ ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา [8] ส่วนผู้ประกอบการที่มีประเภทธุรกิจและขนาดของกิจการต่างกันเลือกปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเขียวเซรา กรณศึกษา บริษัท เมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรินทร์นั จันทร์ข่อย [9] ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทของกิจการและขนาดของกิจการต่างกัน เลือกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของบริษัท นิธิ เอ็นจิเนียริงแอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านส่งเสริมการตลาด
บริษัทฯ ควรจัดให้มีพนักงานคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
บริษัทฯ ควรจัดให้มีช่องทางการซื้อผลิตภัณฑ์ทางโซเชียลเน็ตเวิร์คที่มีความสะดวกและรวดเร็วด้วย
3. ด้านราคา
บริษัทฯ ควรให้ความสำคัญกับการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นที่ใกล้เคียงกัน
4. ด้านกายภาพ
บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับการความเอาใจใส่ และดูแลลูกค้าอย่างทั่วถึง รวมถึงมีระบบการจัดการเกี่ยวกับการรับเรื่องร้องเรียนเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

5. ด้านบุคลากร

บริษัทฯ ควรจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญความคิดสร้างสรรค์และมีความน่าเชื่อถือเข้ามาปฏิบัติงาน

8.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในด้านของการส่งเสริมการตลาดเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ตามความต้องการของผู้ประกอบการ เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเขียวเซร่าของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษาของบริษัท เมฆานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัดซึ่งทำให้ทราบถึงด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น จึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงด้านการส่งเสริมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการแก่ผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] นัตยาพร เสมอใจ, “การจัดการและการตลาดบริการ”, กรุงเทพฯซีเอ็ด, 2556.
- [2] จิตกุล เจริญราษฎร์, “จำนวนผู้แทนของบริษัทที่มีอำนาจตัดสินใจการเลือกซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเขียวเซร่าของผู้ประกอบการในเขต จังหวัดชลบุรี”, 2559.
- [3] พรณี ลิกิจวัฒน์นะ, “วิธีการวิจัยทางการศึกษา”, พิมพ์ครั้งที่ 10, มินเซอร์วิส ซัพพลาน, 2558.
- [4] สุระเทพ สุระสัจจะ, “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพาใน เขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.2553
- [5] ชिरดาพลาวัสต์, “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน บริษัท ร็อกเวิช จำกัด (มหาชน)”, การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์, บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, 2556.
- [6] ธนัคกิจสิมาจิน, “ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องพรีนเตอร์” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, 2556.
- [7] พรนิมิต คันเต็ง, “ปัจจัยในการซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมืองพังงา” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.2551.
- [8] ศิริวรรณ เสรีรัตน์, “พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน”, วิถีชีวิตพัฒนา, 2552.
- [9] สุณีรัตน์ ขันข่อย, “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการของบริษัท นิธิ เอ็นจิเนียริงแอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, 2558.