

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
วรุณี บุญจศรีประการ<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มธุรกิจที่ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 130 บริษัท ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีไม่มากนัก เนื่องจากเครื่องถ่ายเอกสารเป็นอุปกรณ์สำนักงานที่หลาย ๆ บริษัทมักใช้งานอยู่เป็นประจำ จึงไม่มีความจำเป็นต้องมีความภักดีกับบริษัทใด แต่ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด เนื่องจากเป็นการให้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร จำเป็นต้องมีผู้ดูแล ซึ่งผลที่ได้นั้นแสดงถึงความสัมพันธ์ต่อกัน

จากการวิจัยพบว่าค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อความภักดีของลูกค้า ในปัจจัยด้านความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ ว่าการว่ากล่าวติเตียนเหล่านั้นเป็นไปในทิศทางใด เรื่องใด และเกิดจากความเข้าใจผิดหรือไม่ ควรมีการออกแบบสอบถามแบบเจาะลึกในส่วนนี้ หรือใช้การสัมภาษณ์ร่วมด้วย

**คำสำคัญ :** เครื่องถ่ายเอกสาร

### บทนำ

เครื่องถ่ายเอกสาร คือ เครื่องใช้สำนักงานสำหรับพิมพ์สำเนาเอกสารที่มีความจำเป็นและสำคัญในการปฏิบัติงานในรูปแบบสำนักงานทุก ๆ ประเภทธุรกิจ เนื่องจากสามารถพิมพ์สำเนาเอกสารได้ และช่วยประหยัดเวลาในการพิมพ์เอกสารที่ซ้ำกันเป็นจำนวนมากได้อย่างสะดวกรวดเร็ว นอกจากนี้ ยังใช้พิมพ์สำเนาเอกสารที่เป็นรูปภาพ แผนที่ กราฟ ภาพลายเส้นได้เหมือนกับต้นฉบับจริง สามารถใช้งานได้ง่าย ดังนั้น จะเห็นได้ว่าในสำนักงานทุก ๆ แห่งจะต้องมีเครื่องถ่ายเอกสารอย่างน้อยหนึ่งเครื่องไว้ใช้งาน โดยทั่วไปการพิจารณาคุณสมบัติด้านการใช้งานของเครื่องถ่ายเอกสาร มักพิจารณาในเรื่องของความเร็วในการทำงาน โดยกำหนดมาตรฐานการใช้งานเป็นอัตราความเร็วในการพิมพ์สำเนาเอกสาร เช่น อัตราความเร็วในการพิมพ์ 20 แผ่นต่อนาที หรืออัตราความเร็วในการพิมพ์ 50 แผ่นต่อนาที เป็นต้น นอกจากนี้ยังพิจารณาคุณสมบัติและขีดความสามารถในด้านอื่น ๆ ประกอบ เช่น การใช้ระบบผงหมึกแห้ง หรือหมึกน้ำบรรจุในบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปสำหรับบรรจุเข้าไปในเครื่องได้ทั้งชิ้น มีระบบควบคุมความเข้ม-จางของเครื่องโดยอัตโนมัติ ความสามารถถ่ายเอกสารได้คมชัดเหมือนต้นฉบับทั้งภาพขาว-ดำ ภาพสี ลายเส้น รอยประทับตราลายเซ็น วัตถุประสงค์ต่าง ๆ มีระบบเสียงและไฟแจ้งเตือนเมื่อเครื่องเริ่มทำงาน ลืมต้นฉบับ หรือหมึกหมด นอกจากนี้เครื่องถ่ายเอกสารบางรุ่น สามารถเชื่อมต่อเข้ากับระบบคอมพิวเตอร์ได้ ซึ่งเรียกว่าเครื่องถ่ายเอกสารแบบมัลติฟังก์ชัน

<sup>1</sup> นักศึกษาโครงการพิเศษ บริหารธุรกิจบัณฑิต (IT-Smart Program) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ครอบคลุมการทำงานทั้งระบบการถ่ายเอกสาร การส่งพิมพ์เอกสาร (พรินเตอร์) การจัดเก็บเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (สแกนเนอร์) และโทรสาร (แฟกซ์) ทั้งนี้ หน่วยงานจะเลือกใช้เครื่องถ่ายเอกสารชนิดใด ยี่ห้อใด หรือรุ่นใด คุณสมบัติอย่างไร ควรพิจารณาให้เหมาะสมกับลักษณะงาน และความจำเป็นในการปฏิบัติงานของหน่วยงานเป็นสำคัญ นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่จะมองข้ามมิได้โดยเด็ดขาดก็คือ การให้บริการหลังการขายของบริษัทผู้จำหน่าย เนื่องจากเครื่องถ่ายเอกสารจะสามารถใช้งานได้โดยปราศจากปัญหานั้น ขึ้นอยู่กับผู้ดูแลเป็นหลัก

บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ได้เริ่มก่อตั้งเมื่อปีพุทธศักราช 2560 โดยมีวัตถุประสงค์แรกเริ่มเพื่อจัดจำหน่ายและบริการหลังการขายเครื่องถ่ายเอกสาร โดยได้นำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพภายใต้มาตรฐานสินค้าระดับสากลให้แก่ลูกค้าองค์กรชั้นนำในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และในด้านการบริการหลังการขายทาง บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด มีผู้บริหารที่มากด้วยประสบการณ์ถึง 30 ปีบนเส้นทางธุรกิจด้านเครื่องถ่ายเอกสาร ทั้งยังมีเจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการที่ได้รับการอบรมและฝึกฝนในการดูแลและให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ลูกค้าทุกท่านจึงมั่นใจได้ว่าจะได้รับการบริการที่ดีเมื่อเลือกใช้บริการจาก บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยทางธุรกิจที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยทางธุรกิจ หมายถึง ประเภทของธุรกิจ ยี่ห้อของเครื่องถ่ายเอกสารที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจ หรือทัศนคติที่ดีหลังจากซื้อสินค้า หรือได้รับการบริการ หากสามารถใช้งานได้ตามที่คาดหวังไว้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ แต่ถ้าสินค้า หรือบริการนั้นไม่มีประสิทธิภาพตามที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจได้

การบริการหลังการขาย หมายถึง ความสนใจลูกค้าและเอาใจใส่ในการให้บริการ และแก้ไขปัญหาโดยมีเจ้าหน้าที่ผู้มีประสบการณ์ และได้รับการอบรมด้านการซ่อมและดูแลรักษาจาก บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

### ขอบเขตของการวิจัย

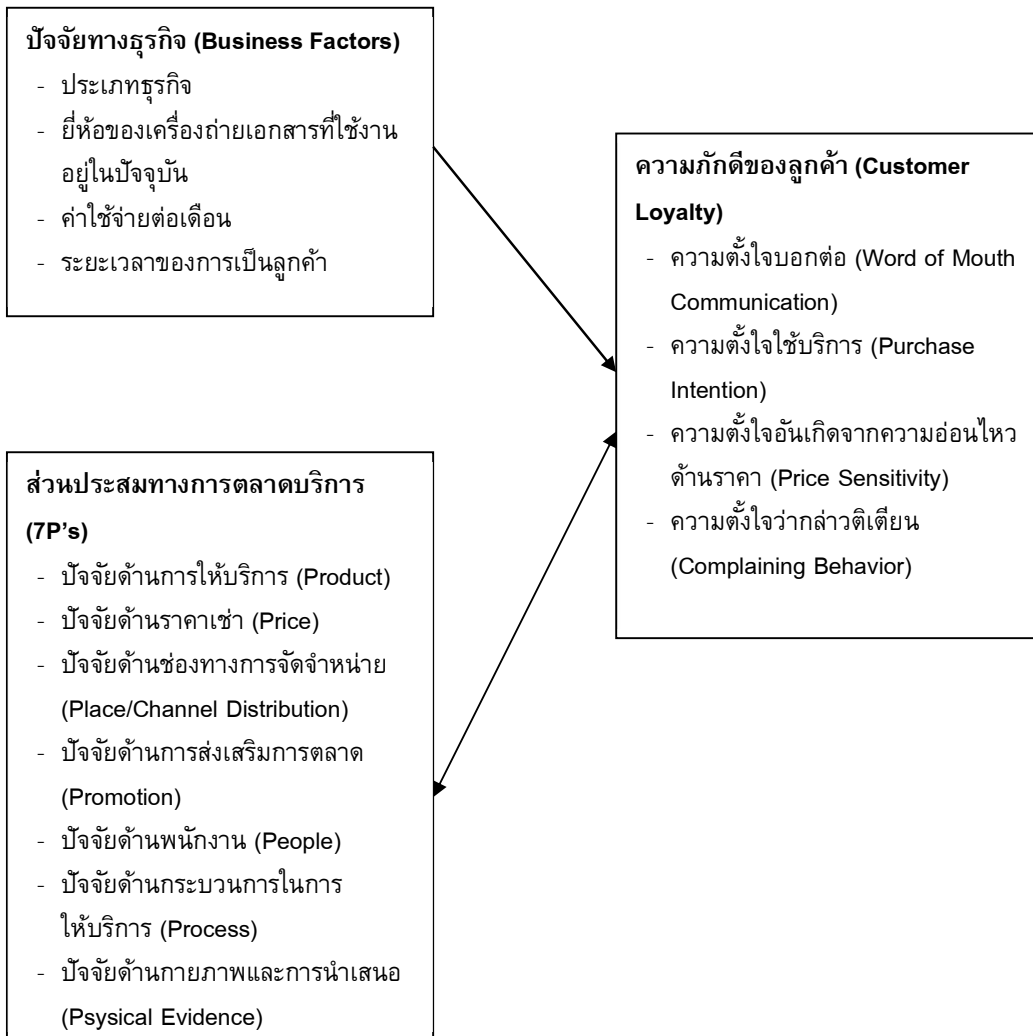
งานวิจัยนี้ได้ศึกษาปัจจัยทางธุรกิจต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งเป็นด้านประเภทของธุรกิจ ยี่ห้อของเครื่องถ่ายเอกสารที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด เป็นต้น รวมไปถึงศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งหมด

7 ปัจจัย (7P's) ได้แก่ด้านการให้บริการ (Product) ด้านราคาเช่า (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านพนักงาน (People) ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) และด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) ที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มธุรกิจที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ใช้ระยะเวลาประมาณ 14 วัน ในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 17 - 31 ตุลาคม พ.ศ. 2562 และมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ 187 บริษัท

**กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย**

ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความภักดีของลูกค้า ผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 1. แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามความภักดีของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารของบริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูล ตำรา และการสอบถามความคิดเห็นจากบริษัทที่มีการใช้บริการกับ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในปัจจุบัน โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับปัจจัยทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) ได้แก่ (1) ประเภทธุรกิจ (2) ยี่ห้อของเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน (3) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร และ (4) ระยะเวลาของการเป็นลูกค้า

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร ทั้งหมด 7 ปัจจัย คือ (1) ปัจจัยด้านการให้บริการ (2) ปัจจัยด้านราคาเช่า (3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ปัจจัยด้านพนักงาน (6) ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ และ (7) ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารจากบริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ทั้ง 4 ขั้นตอน คือ (1) ด้านความตั้งใจบอกต่อ (2) ด้านความตั้งใจใช้บริการ (3) ด้านความตั้งใจอันเกิดจากความอ่อนไหวด้านราคา และ (4) ด้านความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert

## การวิเคราะห์และผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางธุรกิจของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารของบริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ประเภทธุรกิจ ยี่ห้อของเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร และระยะเวลาของการเป็นลูกค้า โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อมูลปัจจัยทางธุรกิจ	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
1. ประเภทธุรกิจ		
ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์	17	13.1
ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง	11	8.5
การศึกษา	11	8.5
2. ยี่ห้อของเครื่องถ่ายเอกสารที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบัน		
SAMSUNG	39	30.0
EPSON	22	16.9
FUJI XEROX	21	16.2
3. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร		
1,501 ถึง 3,500 บาท	74	56.9
3,501 ถึง 5,500 บาท	49	37.7
มากกว่า 5,501 บาท	4	3.1
4. ระยะเวลาของการเป็นลูกค้า		
1 ถึง 2 ปี	37	28.5
3 ถึง 4 ปี	34	26.2
2 ถึง 3 ปี	29	22.3
ข้อมูลปัจจัยทางธุรกิจโดยรวม	130	100.0

ตารางที่ 2. แสดงค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางธุรกิจของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบบ 3 อันดับแรก

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 17 บริษัท (ร้อยละ 13.1) ในปัจจุบัน ยังนิยมใช้ยี่ห้อ SAMSUNG จำนวน 39 บริษัท (ร้อยละ 30.0) ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่า ส่วนมากอยู่ที่ 1,501 ถึง 3,500 บาท คิดเป็นจำนวน 74 บริษัท (ร้อยละ 56.9) และลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารกับทาง บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1 ถึง 2 ปี จำนวน 37 บริษัท (ร้อยละ 28.5)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านราคาเช่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ และปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations)

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการ  
ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Mean ( $\bar{X}$ )	S.D.	มีผลต่อการ ตัดสินใจ
ปัจจัยด้านการให้บริการ	3.93	0.64	มาก
ปัจจัยด้านราคาเช่า	3.86	0.73	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.95	0.51	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	0.66	มาก
ปัจจัยด้านพนักงาน	4.04	0.58	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.15	0.52	มาก
ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ	4.10	0.53	มาก
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม	4.00	0.60	มาก

ตารางที่ 3. แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการใช้บริการเช่า  
เครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.  
กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวม ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านราคาเช่า  
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการในการ  
ให้บริการ และปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความภักดีของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท  
พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งหมด 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความตั้งใจบอกต่อ  
ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้บริการ ปัจจัยด้านความตั้งใจอันเกิดจากความอ่อนไหวด้านราคา และปัจจัยด้านความตั้งใจว่า  
กล่าวดีเยี่ยม โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations)

การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านความภักดีของลูกค้าต่อการ  
ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความภักดีของลูกค้า	Mean ( $\bar{X}$ )	S.D.	มีผลต่อการ ตัดสินใจ
ปัจจัยด้านความตั้งใจบอกต่อ	4.10	0.72	มาก
ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้บริการ	4.09	0.78	มากที่สุด
ปัจจัยด้านความตั้งใจอันเกิดจากความอ่อนไหว ด้านราคา	4.04	0.75	มาก
ปัจจัยด้านความตั้งใจว่ากล่าวดีเยี่ยม	4.02	0.74	ปานกลาง
ความภักดีของลูกค้าโดยรวม	4.06	0.75	มาก

ตารางที่ 4. แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านความภักดีของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่าย  
เอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากการศึกษาพบว่า ความภักดีของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวม ปัจจัยด้านความตั้งใจบอกต่อ ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้บริการ ปัจจัยด้านความตั้งใจอันเกิดจากความอ่อนไหวด้านราคา และปัจจัยด้านความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน อยู่ในระดับที่ดีมาก โดยหากพิจารณารายชื่อจะพบว่า

ปัจจัยด้านความตั้งใจบอกต่อ อยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก หมายถึง ผู้ใช้บริการจะสนับสนุน ส่งเสริม และแนะนำให้ผู้บริโภคอื่นใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ทั้งนี้ผู้บริโภคมักจะพูดแต่สิ่งที่ดีของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ใ้บุคคลอื่นหรือบริษัทอื่นทราบและเมื่อผู้ใช้บริการทราบข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นใหม่ ๆ ของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด มักจะบอกต่อไปยังบุคคลอื่นหรือบริษัทอื่นที่รู้จักให้ทราบโดยทันที

ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้บริการ อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด หมายถึง บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ยังคงเป็นตัวเลือกอันดับแรกในการตัดสินใจใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร และท่านมีแนวโน้มที่จะใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร หรือบริการด้านอื่น ๆ ของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด เพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านความตั้งใจอันเกิดจากความอ่อนไหวด้านราคา อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด หมายถึง ผู้ใช้บริการไม่ลังเลที่จะเลือกใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร หรือใช้บริการอื่นของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด แม้ว่าบริษัทอื่นจะมีข้อเสนอด้านราคาที่ดีกว่าก็ตาม หรือแม้กระทั่งว่าคู่แข่งจะมีการตลาดราคาสินค้า ผู้ใช้บริการก็ยังคงเลือกใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด และแม้ว่า บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด จะขึ้นราคาเช่าหรือค่าบริการบริการใด ๆ ผู้ใช้บริการก็ยังคงเลือกใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารหรือบริการอื่น ๆ ของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด

ปัจจัยด้านความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง หมายถึง ผู้ใช้บริการหวังว่าผลที่มาจากกรรร้องเรียน จะช่วยลดข้อผิดพลาดในการให้บริการของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ลงได้ ผู้ใช้บริการอาจจะร้องเรียนทันทีเมื่อพบปัญหาหรือข้อผิดพลาดในการให้บริการของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด และผู้ให้บริการอาจไม่ทราบถึงช่องทางการรับเรื่องร้องเรียนของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด อย่างถูกต้อง

## 2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน และทดสอบทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยทางธุรกิจที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระปัจจัยเดียวกัน แต่ถูกจำแนกเป็น 4 ด้าน

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Mean ( $\bar{X}$ )	S.D.	มีผลต่อการตัดสินใจ
ปัจจัยด้านการให้บริการ	3.93	0.64	มาก
ปัจจัยด้านราคาเช่า	3.86	0.73	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.95	0.51	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	0.66	มาก
ปัจจัยด้านพนักงาน	4.04	0.58	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.15	0.52	มาก
ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ	4.10	0.53	มาก
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม	4.00	0.60	มาก

ตารางที่ 5. แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวม ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านราคาเช่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ และปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ อยู่ในระดับดีมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเพียงความภักดีของลูกค้า ปัจจัยด้านความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน เท่านั้นที่มีค่า Significance (Sig.) เท่ากับ 0.030 หมายความว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่แตกต่างกัน มีผลต่อความภักดีของลูกค้าแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความภักดีของลูกค้า	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน	ระหว่างกลุ่ม	4.832	3	1.611	3.070*	0.030*
	ภายในกลุ่ม	66.099	126	0.525		
	รวม	70.931	129			

ตารางที่ 6. แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบความภักดีของลูกค้าต่อการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร

จากการศึกษาพบว่า ความภักดีของลูกค้า กรณีบริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในปัจจัยด้านความตั้งใจว่ากล่าวติเตียนแตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างกันของคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร	Mean	น้อยกว่า	1,501 ถึง 3,500 บาท	3,501 ถึง 5,500 บาท	มากกว่า 5,501 บาท
น้อยกว่า 1,500 บาท	3.67	-	-0.41	-0.37	0.67
1,501 ถึง 3,500 บาท	4.08	-	-	0.04	1.08*
3,501 ถึง 5,500 บาท	4.04	-	-	-	1.04*
มากกว่า 5,501 บาท	3.00	-	-	-	-

ตารางที่ 7. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความภักดีของลูกค้า กรณีบริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ด้านความตั้งใจบอกต่อ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร เป็นรายคู่

จากการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยรายคู่ของความภักดีของลูกค้า กรณีบริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในปัจจัยด้านความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน พบว่าผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารมากกว่า 5,501 บาท มีความภักดีด้านความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีค่าใช้จ่ายในการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร 1,501 ถึง 3,500 บาท และ 3,501 ถึง 5,500 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย 1.08 และ 1.04 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



สมมติฐานข้อที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านการให้บริการ	0.117	0.185	ไม่พบ
ปัจจัยด้านราคาเช่า	0.046	0.606	ไม่พบ
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.096	0.279	ไม่พบ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.036	0.687	ไม่พบ
ปัจจัยด้านพนักงาน	0.168	0.056	ไม่พบ
ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ	0.129	0.144	ไม่พบ
ปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ	0.243	0.005	ต่ำ

ตารางที่ 8. แสดงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมโดยใช้สถิติ สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) พบว่า มีเพียงค่า Significant level ของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ ที่น้อยกว่า 0.05 ( $0.005 < 0.05$ ) นั่นคือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ส่วนปัจจัยด้านกายภาพและการนำเสนอ และปัจจัยโดยรวมของความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีความสัมพันธ์กัน

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่าค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อความภักดีของลูกค้า ในปัจจัยด้านความตั้งใจว่ากล่าวติเตียน ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ ว่าการว่ากล่าวติเตียนเหล่านั้นเป็นไปในทิศทางใด เรื่องใด และเกิดจากความเข้าใจผิดหรือไม่ ควรมีการออกแบบสอบถามแบบเจาะลึกในส่วนนี้ หรือใช้การสัมภาษณ์ร่วมด้วย

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้มีการจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของ บริษัท พี.กรุ๊ป มาร์เก็ตติ้ง จำกัด ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายไปในผู้ใช้บริการกลุ่มอื่น เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกัน

จากการศึกษาครั้งนี้ชี้แนะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับความภักดีของลูกค้าผู้ใช้บริการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารมากำหนดเป็นตัวแปร ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเปลี่ยนไปใช้แนวคิดอื่น ๆ ในการวิเคราะห์ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกัน

## เอกสารอ้างอิงและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Edition. N J: Prentice Hall International.
- Skogland, I., & Siguaaw, J. A. (2004). Are your satisfied customers loyal. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 221-234.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*. January 1994(58). 111-124.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper & Row.
- มงคล วัฒนปกรณ์กุล (2557) “การรับรู้ความแตกต่างระหว่างสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต และความความภักดีในตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อแท็บเล็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ณัฐนนท์ ไชครศรีศิริ (2558) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการโรงแรมราคาประหยัด ในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ฤทธาพิศย์ สุญพันธ์ (2559) “คุณค่าตราสินค้า ความภักดีในตราสินค้า การรู้จักตราสินค้า การรับรู้ในคุณภาพ ความคุ้มค่าของตราสินค้า ความชื่นชอบในตราสินค้า ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเครื่องติดตามความแอคทีฟในเขตกรุงเทพมหานคร” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สรญา เข้มเจริญ (2559) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ณพนณรงค์ กลิ่นบุญเกษมและศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร (2560) “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเดี่ยวเซร่าของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดชลบุรี กรณีศึกษา บริษัท เมธานนท์ ออฟฟิศ โปรดักส์ จำกัด” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
- อนุชา ลังสุ่ย (2560) “ความภักดีในตราสินค้า ความพึงพอใจ และการรับรู้ถึงคุณภาพสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรองเท้า กีฬาแบรนด์เนม ของประชากรในกรุงเทพมหานคร” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พณนิศา มณีเพชร (2561) “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเช่าซื้อเครื่องถ่ายเอกสารยี่ห้อรีโก้ ในเขตออ่อนนุช จังหวัดกรุงเทพมหานคร” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต