

การศึกษาการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ของกลุ่มลูกค้าองค์กร

กรณีศึกษา : บริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิง จำกัด

Decision buying Maintenance Package IT Solution for Organization Customers

Case Study: DTC internetworking Co., Ltd.

ภูมิ พัฒนแซม¹
สนิทนุช นียมศิลป์²

บทคัดย่อ

การศึกษาการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ของกลุ่มลูกค้าองค์กร กรณีศึกษา: บริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิง จำกัด มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอทีที่กลุ่มลูกค้าองค์กรให้ความสนใจมากที่สุดโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ 1.คำถามจัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 3.เป็นแบบสอบถามการลำดับความสนใจ โดยการให้คะแนน การตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอทีของกลุ่มลูกค้าองค์กร ทำการวิจัยด้วยแบบสอบถามทางออนไลน์ (Google Form) โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมาจากลูกค้าทั้งหมดของบริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิง จำกัด

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าองค์กรที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการแพ็คเกจบริการดูแลและบำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที คือ กลุ่มธุรกิจประเภทบริการ ที่มีจำนวนบุคลากรในองค์กรอยู่ในช่วง 51-100 คน และเป็นกลุ่มธุรกิจที่ไม่มีความรู้ในการแก้ปัญหาทางด้านไอทีโดยวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการของลูกค้า มุ่งเน้นเพื่อลดต้นทุนการจ้างงานบุคลากรทางด้านไอที ช่องทางการรับรู้ข่าวสารหรือตัดสินใจเลือกซื้อแพ็คเกจ ลูกค้านิยมใช้ผ่านช่องทาง Website ของบริษัท โดยในจำนวน 12 แพ็คเกจ กลุ่มลูกค้าให้ความสนใจทางด้าน โปรโมชันมากที่สุด แพ็คเกจที่ลูกค้าให้ความสนใจมากที่สุดคือ แพ็คเกจ 97,000 บาท เวลาในการซัพพอร์ต 24 ชั่วโมง x 7 วัน โปรโมชัน ชาญสัญญาเพิ่มให้อีก 5 เดือน มีรูปแบบในการชำระเงินเป็นการผ่อนชำระ

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที; กลุ่มลูกค้าองค์กร

¹ ผู้ทำวิจัย และ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (IT-Smart Program) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทอย่างมากกับและเข้าถึงได้ง่ายกับทุกคน เป็นเทคโนโลยีที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน สามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายได้ง่ายขึ้น ในแต่ละวันคนไทยใช้เวลาอยู่กับคอมพิวเตอร์เฉลี่ยวันละ 8 ชั่วโมง (We Are Social: “Digital 2021 Global Overview Report, 2021) เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์นั้นมีการพัฒนาเรื่อยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และในส่วนของบริษัทต่างๆก็มีการนำคอมพิวเตอร์มาช่วยสนับสนุนงานในบริษัทในหลายๆด้านตั้งแต่งานเอกสารทั่วไป จนถึงงานที่ตัดสินใจกลยุทธ์ของบริษัท เพื่อกำหนดทิศทางของบริษัทให้เดินหน้าไปอย่างแม่นยำ และมั่นคง

แต่ในทั้งนี้ในบริษัทที่มีการใช้คอมพิวเตอร์ทุกวัน และใช้งานอย่างหนัก อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ย่อมเกิดความเสียหายได้ตลอดเวลา เมื่อคอมพิวเตอร์เกิดเสียจึงจำเป็นต้องมีเจ้าหน้าที่มาดูแลคอมพิวเตอร์ให้สามารถใช้งานได้ตลอดเวลา บางบริษัทมีการจ้างเจ้าหน้าที่ทางไอที เพื่อมาซัพพอร์ตในการบำรุงรักษาคอมพิวเตอร์ของพนักงานในบริษัทให้พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา เพื่อให้การดำเนินการทางธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่นและไม่ติดขัดซึ่งเมื่อคอมพิวเตอร์มีปัญหาขึ้นย่อมส่งผลให้เกิดการเสียโอกาสทางธุรกิจได้เช่นกันและอีกทางเลือกหนึ่งคือบางบริษัทไม่มีเจ้าหน้าที่ดูแลคอมพิวเตอร์เลยก็จ้างบริษัทอื่นที่มีบริการดูแลอุปกรณ์คอมพิวเตอร์เข้ามาดูแลแทน ต้องการเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถพร้อมดูแลได้ทันที และลดภาระค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงาน มาซื้อบริการดูแลคอมพิวเตอร์หลังการขาย MA/PM ยิ่งมีราคาถูกกว่าการจ้างพนักงานไอที 1 คนเพื่อมาดูแลระบบ ทั้งนี้บริการดูแลบำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที มีอยู่หลายบริษัท แต่ละบริษัทก็ทำราคาแข่งกัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น มีแพ็คเกจในการบริการที่หลากหลาย แต่ก็มีลูกค้าบางบริษัทที่ไม่ซื้อบริการจากของเรา แต่หันไปเลือกใช้บริการจากบริษัทอื่น หรือ ไม่ซื้อบริการนี้เลยเช่นกัน

ดังที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจ ที่จะศึกษาเรื่อง การศึกษาการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแลและบำรุงรักษาอุปกรณ์ IT ของกลุ่มลูกค้าองค์กร เพื่อศึกษาว่าแพ็คเกจบริการรูปแบบไหนที่มีความสนใจของลูกค้ามากที่สุดเพื่อให้พนักงานขายและผู้บริหาร สามารถนำข้อมูลในการวิจัยนี้ไปพัฒนาแพ็คเกจบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น และ พัฒนาศักยภาพของทีมงานที่ดูแลลูกค้าให้ดีขึ้นเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอทีของบริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด ที่ลูกค้าองค์กรให้ความสนใจมากที่สุด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เพื่อนำมาปรับปรุงแพ็คเกจให้ตรงตามความสนใจของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิเคราะห์ การศึกษาการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ของกลุ่มลูกค้าองค์กร กรณีศึกษา : บริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าองค์กรที่เคยซื้อขายกับ บริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด จำนวน 207 ราย โดยจะศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตลอดจนการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ตามคุณลักษณะขององค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ของกลุ่มลูกค้าองค์กร ที่ให้ความสนใจมากที่สุด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงแพ็คเกจของบริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด เพื่อให้บริษัท ออกแพ็คเกจบริการใหม่ๆได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีส่วประสมทางการตลาด 4Ps

(Kotler, 2013) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า “เป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งหลายธุรกิจได้นำมาปรับใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย” ส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ตัวธุรกิจต้องมีการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม โดยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ได้แก่ ด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย / สถานที่ตั้งขาย (Place) ด้านการ ส่งเสริมการตลาด (Promotion) วัตถุประสงค์ที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาด เป้าหมาย เพื่อให้เกิดพฤติกรรม การซื้อสินค้าระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด (น้ำทิพย์ เนียมหอม, 2560)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อหมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งลูกค้ามักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่ลูกค้าจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดในแต่ละสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญต่อลูกค้า กระบวนการการตัดสินใจซื้อ โดยมีอยู่ 5 ขั้นตอน (ราช ศิริวัฒน์, 2550) ดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา : ผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหาและสภาพแวดล้อมต่างๆที่กำลังเจออยู่
2. การแสวงหาข้อมูล : พอผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาแล้ว ผู้บริโภคจะทำการแสวงหาข้อมูลต่างๆเพื่อมาตอบโจทยปัญหาที่กำลังพบเจออยู่
3. การประเมินทางเลือก : เมื่อผู้บริโภคหาข้อมูลมาเรียบร้อยแล้ว ก็จะเกิดการประเมินทางเลือก และนำมาเปรียบเทียบว่าจะใช้สินค้าหรือบริการของผลิตภัณฑ์ใด เพื่อหาทางเลือกที่คุ้มค่าที่สุด
4. การตัดสินใจซื้อ : ผู้บริโภคจะลำดับความชอบผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจตัวเลือกที่ชอบมากที่สุด
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ : เป็นกระบวนการขั้นสุดท้ายในการตัดสินใจซื้อ ว่าผู้บริโภคมีความรู้สึกอย่างไรกับสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการซื้อและใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆหรือไม่

แนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม Conjoint Analysis

การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) มาจากความคิดที่ว่า อรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคไม่ได้มาจากตัวสินค้าโดยตรง แต่มาจากความสนใจในคุณลักษณะต่างๆของสินค้า พฤติกรรมทางเลือกของผู้บริโภคจะมีความสนใจกับผลิตภัณฑ์นั้นในลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์ ทฤษฎีอรรถประโยชน์พื้นฐานได้กล่าวไว้ว่า สินค้าและบริการจะถูกประเมินตามอรรถประโยชน์ทางอ้อม โดยคุณค่าที่ได้จะกำหนดจากคุณลักษณะสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคได้รับรู้ (Lancaster, 1971) การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) สามารถอธิบายถึงคุณลักษณะของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุด (Hauser and Rao, 2002) ทำให้ทราบถึงความสนใจของผู้บริโภคในคุณลักษณะต่างๆ และสามารถนำมาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาและวิจัยการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ของกลุ่มลูกค้าองค์กร กรณีศึกษาเป็นบริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด โดยใช้เทคนิควิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เพื่อกำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) (มานพ คณะโต, 2550) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าองค์กรทั้งหมดของบริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด ที่เคยมีการซื้อขาย จำนวน 207คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามคุณลักษณะความสนใจและการให้คะแนนการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ของกลุ่มลูกค้าองค์กร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำลังทำการศึกษา โดยมีตำแหน่ง (1) ผู้บริหาร (2) ฝ่ายจัดซื้อ (3) ฝ่ายบุคคล (4) ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ IT และสุดท้าย (5) ไม่ได้อยู่ในตำแหน่งที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตัวเลือกระบบจะข้ามแบบสอบถามในส่วนถัดไปแล้วจบแบบสอบถามทันที เพื่อคัดกรองผู้ทำแบบสอบถามให้เหลือแค่ 4 ตำแหน่งข้างต้นที่มีสิทธิในการตัดสินใจซื้อให้กับบริษัท

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสำรวจรายการ (Choice) ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) รูปแบบของบริษัท (4) จำนวนบุคลากรในองค์กร (5) ความรู้เบื้องต้นในการแก้ปัญหาทาง IT (6) วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการ (7) เมื่อคุณต้องการบริการ Support ทางด้าน IT ส่วนมากคุณจะค้นหาและรับทราบข้อมูลผ่านช่องทางใด (เลือกได้มากกว่า 1 ช่องทาง)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเรื่องการลำดับความสนใจ โดยการให้คะแนน การตัดสินใจซื้อ แพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ IT ของกลุ่มลูกค้าองค์กร ซึ่งแบบสอบถามจะเป็นลักษณะการให้คะแนนความสนใจในแต่ละแพ็คเกจ ด้วยการให้คะแนนเป็นลำดับตัวเลข 1-10 โดยระดับที่ 1 หมายถึง ไม่สนใจเลย ระดับที่ 10 สนใจมากที่สุด

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนดังนี้

3.1 การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบ เป็นการตั้งคำถามสัมภาษณ์ไว้ก่อนล่วงหน้า และเป็นคำถามปลายเปิด เปิดโอกาสให้ผู้สัมภาษณ์ตอบได้อย่างอิสระ (มานพ คณะโต, 2550)

3.2 ศึกษาจากการสอบถามพนักงานขาย (Sale Executive) และ ลูกค้าที่มีการซื้อขายกับบริษัทมาโดยตลอด จำนวน 5 คน และค้นคว้าแพ็คเกจของคู่แข่งในรูปแบบต่างๆเบื้องต้น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดคุณลักษณะ (Attribute) และ ระดับ (Level) และสร้างแบบสอบถาม

3.3 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาจัดลำดับความสำคัญคุณลักษณะของแพ็คเกจดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ IT

3.4 หลังจากการลำดับความสำคัญแล้วนำข้อมูลมากำหนดคุณลักษณะของตัวแปร (Attribute และ Level) ได้คุณลักษณะ Combination $3 \times 3 \times 3 \times 3 = 81$ Combination ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 คุณลักษณะและระดับของตัวแปร

Attribute	Level
ราคา Remote support	97,000 บาท/ปี
จำนวน 50 เครื่อง	100,000 บาท/ปี
	105,000 บาท/ปี
ช่วงเวลาในการ Support	8 hours x 5 day
	24 hours x 7 day
	8 hours x 7 day
Promotion	ขยายเวลาสัญญาเพิ่มให้ฟรี 5 เดือน
	แถมจำนวนเครื่อง Support เพิ่มให้อีก 10 เครื่อง
	ไม่มีโปรโมชั่น
Credit term (ระยะเวลาในการให้สินเชื่อกับ ลูกค้า)	Onetime payment จ่ายทันทีหลังทำสัญญาบริการ
	สินเชื่อ 30 วัน หลังทำสัญญาบริการ
	ผ่อนชำระ หลังทำสัญญาบริการ

3.5 หลังจากกำหนดคุณลักษณะเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS เพื่อให้ได้ชุดคุณลักษณะที่มีความเป็นอิสระจากกัน ซึ่งผลที่ได้รับคุณลักษณะจำนวน 12 ชุด ประกอบด้วย คุณลักษณะที่ทำการทดลอง 9 ชุด และ Holdout จำนวน 3 ชุด โดยได้จากการประมวลผลโดยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

3.6 สร้างแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้ด้วย Google Form ประกอบด้วย 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นคำถามด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 การตัดสินใจซื้อแพ็คเกจ แพ็คเกจดูแล และบำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที โดยได้สมมุติสถานการณ์ขึ้นมา เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจความเป็นมาและเลือกระดับความสนใจในแต่ละแพ็คเกจ

3.7 นำแบบสอบถามไปทำการ Pre-test กับลูกค้าของบริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด จำนวน 3 คน

3.8 โดยการ Pre-Test ครั้งที่ 1 ผู้ทำแบบสอบถามได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ตัวข้อความของชุดคุณลักษณะมีขนาดตัวอักษรที่เล็กทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านได้ลำบาก ผู้วิจัยจึงได้นำกลับไปปรับปรุงแบบสอบถามใหม่ โดยจะใช้การอธิบายด้วยลักษณะของรูปภาพ และมีขนาดตัวอักษรที่ชัดเจน (Artwork)

3.9 หลังจากปรับแก้แบบสอบถามจากการ Pre-test ครั้งที่ 1 โดบนำแบบสอบถามทำการ Pre-test ครั้งที่ 2 จำนวน 3 คน 1 ผู้ทำแบบสอบถามได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า สามารถอ่านข้อความของชุดคุณลักษณะได้อย่างชัดเจน

รูปภาพที่ 1 รูปภาพคุณลักษณะที่ปรับปรุงแล้ว (Art work)



3.10 นำแบบสอบถามผู้วิจัยได้ทดลองทำ Pilot test โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คนทำแบบสอบถามเสมือนจริง เพื่อดูว่าผลจากการตอบแบบสอบถามและประมวลผลในโปรแกรม SPSS แล้วพบปัญหาหรือไม่ หลังจากการทดลอง ผู้วิจัยไม่พบปัญหาหลังจากการทำแบบสอบถาม และ ประมวลผลในโปรแกรม SPSS ทางผู้วิจัยจึงได้ปล่อยแบบสอบถามฉบับจริงผ่านทางช่องทางการตอบแบบสอบถามออนไลน์ (Google form) โดยกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มลูกค้าทั้งหมดของบริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง มาทำแบบสอบถามในการวิจัยในครั้งนี้

4. การวิเคราะห์ผล

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการประมวลผลผ่านทางคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคำนวณทางสถิติ SPSS และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และ ความถี่ (Frequency)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเทคนิคการวิเคราะห์หึ่งค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) สำหรับวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ IT ของกลุ่มลูกค้าองค์กร และนำมาจำลองการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจของกลุ่มตัวอย่างด้วยสมการถดถอย โดยสมการในการคำนวณดังนี้

$$Y = k_0 + k_1(\text{Level1}) + k_2(\text{Level2}) + \dots + k_{10}(\text{Level10})$$

โดย Y คือ ผลรวมของระดับค่า Part-worth utility ของการตัดสินใจซื้อ แพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ IT ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งหากมีค่ามากจะหมายความว่าแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่นำมาคำนวณมาก ซึ่งจะสามารถนำมาใช้ในการจำลองหรือพยากรณ์แพ็คเกจที่ลูกค้าให้ความสำคัญที่สุดได้

k_0 คือ ค่าคงที่ (Constant) ได้มาจากค่าเฉลี่ยทั้งหมดของทุก Concept Card ที่ทดสอบ

k_1-k_{11} คือ ค่า Part-worth utility ของแต่ละระดับ (Level)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ IT ของกลุ่มลูกค้าองค์กร สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ พบว่า

1.1 ในกลุ่มประชากรที่ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบบริษัท โดยรูปแบบบริษัทที่ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือกลุ่มธุรกิจประเภทบริการ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 21.15 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

1.2 จำนวนบุคลากรในองค์กรส่วนใหญ่อยู่ในช่วงจำนวน 51-100 คน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 40.86 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

1.3 ความรู้เบื้องต้นในการแก้ปัญหาทาง IT ของกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มๆไม่มีความรู้ในการแก้ปัญหา IT จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 55.76 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

1.4 วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการของลูกค้า มากที่สุดเป็น ลดต้นทุนการจ้างงานบุคลากรทางด้าน IT จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 65.86 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

1.5 กลุ่มลูกค้าจะรับทราบข้อมูลในการขายครั้งนี้ มากที่สุดผ่านทางช่องทาง Website ของบริษัท จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 75

2. ผลแบบสอบถามความสนใจแต่ละแพ็คเกจ

จากผลวิเคราะห์ค่าความสำคัญของคุณลักษณะ (Important Value) โดยผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ความสำคัญกับ โปรโมชัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.85 รองลงมาเป็น รูปแบบในการชำระเงิน (Credit term) คิดเป็นร้อยละ 22.09 ราคา คิดเป็นร้อยละ 20.29 และสุดท้ายคือ เวลาในการชัฟพอร์ต คิดเป็นร้อยละ 19.75 ของจำนวนคนตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงค่าความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะ

Utilities			
ลักษณะ Attribute	ระดับ Level	Part-worth	Importance Value
ราคา	97,000 บาท	0.166	20.29
	100,000 บาท	0.134	
	105,000 บาท	-0.300	
เวลาในการชัฟพอร์ต	8 ชั่วโมง x 5 วัน	-0.133	19.75
	8 ชั่วโมง x 7 วัน	-0.201	
	24 ชั่วโมง x 7 วัน	0.334	
โปรโมชัน	ขยายสัญญา 5 เดือน	0.640	37.85
	แถมจำนวนเครื่องชัฟพอร์ต 10 เครื่อง	0.345	
	ไม่มีโปรโมชัน	-0.985	
รูปแบบการชำระเงิน (Credit term)	จ่ายทันที	-0.385	22.09
	สินเชื่อ 30 วัน	0.053	
	ผ่อนชำระ	0.332	

ค่าความสำคัญของคุณลักษณะ (Important Value) ที่มากที่สุดคือ คุณลักษณะด้านโปรโมชัน และ ค่าระดับของโปรโมชัน ที่มีค่า Part-worth สูงที่สุดคือ ขยายระยะเวลาสัญญาเพิ่มให้อีก 5 เดือน ค่า Part-worth มีค่าเท่ากับ 0.640 ตามตารางด้านบน

ซึ่งสรุปได้ว่า ชุดคุณลักษณะที่คนให้ความสนใจที่จะตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ โปรโมชัน ขยายระยะเวลาสัญญาเพิ่มให้อีก 5 เดือน กรณีศึกษา : บริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด

จากค่า Part-worth ของแต่ละคุณลักษณะ (Attribute) ของการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และบำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ของกลุ่มลูกค้าองค์กร เมื่อนำมาสร้างสมการเพื่อจำลองการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจ ได้สมการดังต่อไปนี้

$$Y = 7.560 + (0.166)(97,000 \text{ บาท}) + (0.134)(100,000 \text{ บาท}) + (-0.300)(105,000 \text{ บาท}) \\ + (-0.133)(8 \text{ ชั่วโมง} \times 5 \text{ วัน}) + (-0.201)(8 \text{ ชั่วโมง} \times 7 \text{ วัน}) + (0.334)(8 \text{ ชั่วโมง} \times 7 \text{ วัน}) \\ + (0.640)(ขยายสัญญา 5 \text{ เดือน}) + (0.345)(แถมจำนวนเครื่องเซิร์ฟเวอร์ 10 \text{ เครื่อง}) \\ + (-0.985)(ไม่มีโปรโมชัน) + (-0.385)(จ่ายทันที) + (0.053)(สินเชื่อ 30 \text{ วัน}) + (0.332)(ผ่อนชำระ)$$

โดย ค่า Y คือ ผลรวมของค่า Part-worth ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แพ็คเกจบริการดูแล และบำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ของกลุ่มลูกค้าองค์กร

โดยจากสมการระดับคุณค่าของส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ หากพิจารณาจากระดับที่มีค่า Part-worth สูงที่สุดในแต่ละคุณลักษณะ (Attribute) สามารถนำมาสร้างสมการได้ดังนี้

ส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีค่า Part-worth สูงที่สุดในแต่ละคุณลักษณะ ซึ่งจะแทนเป็นรูปแบบที่ 1 มีดังต่อไปนี้

1. ราคา	97,000 บาท	ค่า Part-worth 0.166
2. เวลาในการเซิร์ฟเวอร์	24 ชั่วโมง x 7 วัน	ค่า Part-worth 0.334
3. โปรโมชัน	ขยายสัญญา 5 เดือน	ค่า Part-worth 0.640
4. รูปแบบการชำระเงิน	ผ่อนชำระ	ค่า Part-worth 0.332

จากรายละเอียดด้านบน นำมาแทนสมการระดับของคุณค่า ได้ดังนี้

$$Y = 7.560 + (0.166)(97,000 \text{ บาท}) + (0.334)(24 \text{ ชั่วโมง} \times 7 \text{ วัน}) \\ + (0.640)(ขยายสัญญา 5 \text{ เดือน}) + (0.332)(ผ่อนชำระ) \\ = 9.032$$

โดยจากค่าที่คำนวณได้ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ผลรวมของค่านะดับ Part-worth Utility สูงสุดในการทดลองนี้มีค่าอยู่ที่ 9.032 นอกเหนือจากนี้ทางผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทราบค่าผลรวมค่าระดับ Part-worth Utility แพ็คเกจปัจจุบันของบริษัทที่ทำการขายให้กับลูกค้าอยู่ เพื่อพิจารณาสภาพปัจจุบันด้วยตัวแปรตามรายละเอียดด้านล่างนี้

ส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเป็นแพ็คเกจปัจจุบันที่บริษัทกำลังทำการขายอยู่ ซึ่งจะแทนเป็น รูปแบบที่ 2 มีดังต่อไปนี้

1. ราคา	100,000 บาท	ค่า Part-worth 0.134
2. เวลาในการเซิร์ฟเวอร์	8 ชั่วโมง x 5 วัน	ค่า Part-worth -0.133
3. โปรโมชัน	ขยายสัญญา 5 เดือน	ค่า Part-worth 0.640
4. รูปแบบการชำระเงิน	สินเชื่อ 30 วัน	ค่า Part-worth 0.053

จากรายละเอียดด้านบน นำมาแทนสมการระดับของคุณค่า ได้ดังนี้

$$Y = 7.560 + (0.134)(100,000 \text{ บาท}) + (-0.133)(8 \text{ ชั่วโมง} \times 5 \text{ วัน}) \\ + (0.640)(\text{ขยายสัญญา 5 เดือน}) + (0.053)(\text{สินเชื่อ 30 วัน}) \\ = 8.254$$

ส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเป็นแพ็คเกจที่บริษัทคู่แข่งที่กำลังขายอยู่ ซึ่งจะแทนเป็นรูปแบบที่ 3 มีดังต่อไปนี้

1. ราคา	100,000 บาท	ค่า Part-worth 0.134
2. เวลาในการซัพพอร์ต	8 ชั่วโมง x 7 วัน	ค่า Part-worth -0.201
3. โปรโมชัน	แถมจำนวนเครื่อง 10 เครื่อง	ค่า Part-worth 0.345
4. รูปแบบการชำระเงิน	ผ่อนชำระ	ค่า Part-worth 0.332

จากรายละเอียดด้านบน นำมาแทนสมการระดับของคุณค่า ได้ดังนี้

$$Y = 7.560 + (0.134)(100,000 \text{ บาท}) + (-0.201)(8 \text{ ชั่วโมง} \times 7 \text{ วัน}) \\ + (0.345)(\text{แถมจำนวนเครื่อง 10 เครื่อง}) + (0.332)(\text{ผ่อนชำระ}) \\ = 8.17$$

ส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเป็นแพ็คเกจที่ทำการปรับปรุงเพื่อรองรับในส่วนของต้นทุนที่บริษัทต้องรองรับ ซึ่งจะแทนเป็นรูปแบบที่ 4 มีดังต่อไปนี้

1. ราคา	100,000 บาท	ค่า Part-worth 0.134
2. เวลาในการซัพพอร์ต	24 ชั่วโมง x 7 วัน	ค่า Part-worth 0.334
3. โปรโมชัน	ขยายสัญญา 5 เดือน	ค่า Part-worth 0.640
4. รูปแบบการชำระเงิน	ผ่อนชำระ	ค่า Part-worth 0.332

จากรายละเอียดด้านบน นำมาแทนสมการระดับของคุณค่า ได้ดังนี้

$$Y = 7.560 + (0.134)(100,000 \text{ บาท}) + (0.334)(24 \text{ ชั่วโมง} \times 7 \text{ วัน}) \\ + (0.640)(\text{ขยายสัญญา 5 เดือน}) + (0.332)(\text{ผ่อนชำระ}) \\ = 9.000$$

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบส่วนประกอบทั้ง 4 รูปแบบ ที่มีค่า part-worth สูงสุด (รูปแบบที่ 1) เปรียบเทียบกับแพ็คเกจที่บริษัทขายอยู่ในปัจจุบัน (รูปแบบที่ 2) ซึ่งจะเห็นได้ว่าแพ็คเกจที่บริษัทขายอยู่ในปัจจุบัน ยังมีค่า Part-worth ต่ำกว่า แพ็คเกจที่ลูกค้าให้ความสนใจมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 8.254 ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้ายังตัดสินใจซื้อแพ็คเกจได้น้อยกว่าที่ควร และแพ็คเกจของบริษัทคู่แข่ง (รูปแบบที่ 3) ค่า Part-worth มีค่าเท่ากับ 8.17 ดังนั้นผู้วิจัยมองว่าควรมีการปรับปรุงระดับคุณค่าของการตัดสินใจซื้อ โดยในแพ็คเกจอาจจะยังคงที่ราคาเดิมคือ 100,000 บาท แต่อาจจะมีการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะในส่วนของ เวลาซัพพอร์ต เป็น 24 ชั่วโมง x 7 วัน เปลี่ยนรูปแบบเป็นการ ผ่อนชำระ แต่ยังคงเก็บคุณลักษณะด้าน โปรโมชัน เพราะเป็นส่วนที่ลูกค้าให้ความสนใจมากที่สุด (รูปแบบที่ 4) ที่มีค่า part-worth มีค่าเท่ากับ 9 และยังสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่และยังรักษาฐานลูกค้าปัจจุบันไว้ได้ และยังคงมีความได้เปรียบของแพ็คเกจคู่แข่งที่กำลังทำการขายอยู่

อภิปรายผล

การศึกษาการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจบริการดูแล และ บำรุงรักษาอุปกรณ์ไอที ของกลุ่มลูกค้าองค์กรกรณีศึกษา : บริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะที่มีค่าความสำคัญมากที่สุด คือ คุณลักษณะด้านโปรโมชั่น ในกลุ่มลูกค้าองค์กรส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับโปรโมชั่นขยายระยะเวลาสัญญาเพิ่มอีก 5 เดือน ที่มีในแพ็คเกจเป็นอย่างมาก เพราะผู้ตัดสินใจซื้อจะคำนึงถึงความคุ้มค่ากับบริษัทของตนมากที่สุด และ ในราคาที่คุณค่าต่อบริษัทมากที่สุด ถ้าแพ็คเกจรูปแบบใดๆที่ไม่มีโปรโมชั่นมาด้วย ลูกค้าจะไม่ให้ความสนใจในทันที

2. คุณลักษณะที่มีค่าความสำคัญรองลงมาคือ รูปแบบการชำระเงิน (Credit term) การมีรูปแบบการชำระเงินที่หลากหลาย จะทำให้ผู้ตัดสินใจซื้อสามารถตัดสินใจในการซื้อได้ง่ายมากขึ้น และรูปแบบการชำระเงินลูกค้าส่วนมากเลือก รูปแบบการชำระเงินเป็นรูปแบบผ่อนชำระ เนื่องจากช่วงนี้สถานการณ์เศรษฐกิจไม่ค่อยสู้ดี การมีตัวเลือกให้ลูกค้าผ่อนชำระ ก็จะทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเงินก้อนในการซื้อ สามารถนำเงินบางส่วนมาผ่อนชำระ และ นำเงินบางส่วนไปหมุนเวียนในธุรกิจของบริษัทต่อไป

3. คุณลักษณะที่มีค่าความสำคัญรองลงมาคือราคา ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ โดยลูกค้าให้ความสนใจแพ็คเกจในราคา 97,000 บาท/ปี มากที่สุด

4. คุณลักษณะสุดท้ายที่มีค่าความสำคัญน้อยที่สุด คือ เวลาในการซัพพอร์ต ลูกค้าส่วนมากมองเรื่องเวลาในการซัพพอร์ต 24 ชั่วโมง x 7 วัน มากที่สุด เพราะลูกค้าบางบริษัทมีรูปแบบธุรกิจที่ต้องทำงานตลอด 24 ชั่วโมง ตลอด 7 วัน คอมพิวเตอร์ถูกเปิดใช้งานตลอดเวลา เวลาระบบเกิดมีปัญหาก็จะมีทีมงานคอยซัพพอร์ตตลอด เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินได้ตลอดเวลา

จากคุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่อง โปรโมชั่น และความคุ้มค่า มากที่สุด ถ้าบริษัทมีบริการดูแลที่ประทับใจ ลูกค้าก็มีความยินดีที่จะตัดสินใจซื้อต่อให้แพ็คเกจอย่างต่อเนื่อง ถึงภายนอกหน้าแพ็คเกจมีราคาที่สูงขึ้นก็ตาม

จากการนำคุณลักษณะที่ได้รับจากการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์องค์ประกอบรวม จนได้รับลำดับของคุณลักษณะของแพ็คเกจ ทำให้สามารถจัดทำแพ็คเกจใหม่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนี้

แพ็คเกจที่ลูกค้าให้ความสนใจมากที่สุด โดยแพ็คเกจมีราคา 97,000 บาท/ปี ให้เวลาการซัพพอร์ต 24 ชั่วโมง x 7 วัน มีโปรโมชั่น ขยายระยะเวลาสัญญาให้อีก 5 เดือน และมีรูปแบบการชำระเงิน (Credit term) เป็นการผ่อนชำระ

แต่เนื่องจากแพ็คเกจที่ลูกค้าให้ความสนใจนั้น มีในส่วนของคุณลักษณะด้านราคา ที่คนสนใจมากที่สุด เป็นราคา 97,000 บาท/ปี นั้นเทียบกับ ต้นทุนในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ต้องมารองรับในส่วนของโปรโมชั่น ผู้วิจัยจึงจะทำการปรับราคา แพ็คเกจขึ้นเป็นราคา 100,000 บาท/ปี ตามราคาแพ็คเกจปัจจุบันที่บริษัทฯขายอยู่ แต่อาจจะมี การปรับเปลี่ยนคุณลักษณะในส่วนของ เวลาซีพอร์ต เป็น 24 ชั่วโมง x 7 วัน แต่ยังคงเก็บคุณลักษณะ ด้าน โปรโมชั่นขยายระยะเวลาสัญญาอีก 5 เดือน เปลี่ยนรูปแบบการชำระเป็นการ ผ่อนชำระ เพราะเป็นส่วนที่ลูกค้า ให้ความสนใจมากที่สุด โดยมีค่า Y เท่ากับ 9.00 และยังคงสามารถรักษาต้นทุนไม่ให้เกิดการขาดทุนได้ เนื่อง ด้วยช่วงนี้เกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 เพื่อเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระในการจ่ายเงินของลูกค้า ทำให้ ลูกค้ายังมีเงินสดหมุนเวียนในบริษัททำกิจกรรมอย่างอื่นต่อไป และยังได้เปรียบมากกว่าแพ็คเกจของคู่แข่งที่ กำลังขายอยู่ในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในงานบริการ เพื่อศึกษาว่าปัจจัย ไตบ้างที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด เพื่อนำมาพัฒนางานบริการลูกค้าของ บริษัท ดีทีซี อินเทอร์เน็ตเวิร์คกิ้ง จำกัด ให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- น้ำทิพย์ เนียมหอม. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ
 อาชีวศึกษาใน วิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา. (ค้นคว้าอิสระปริญญา
 มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก)
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ. เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2564 จาก
<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/>
- มานพ คณะโต. (2556). วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพในระบบสุขภาพชุมชน (บทความวิชาการ,
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น)
- ณัฐพล ม่วงท่า. (2564). รายงานสถิติ Thailand Digital Stat 2021 จาก We Are Social.
 เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2564 จาก <https://www.everydaymarketing.co/knowledge/thailand-digital-stat-2021-we-are-social/>
- Lancaster, K.J.(1971). **Consumer Demand: A New Approach**. New York: Columbia University
- Hauser, J.R. and V.R. Rao. (2002). **Conjoint Analysis, Related Modeling and Application**. Advance
 in Marketing Research: Progress and Prospect
- Patricia Mtswen. (2021). **The impact of outsourcing information technology services on business
 operations** Available at ISSN 1560-683X (Online)