

การศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ
The study of an understanding of decision making behind
the designer's laminates

ภัทรชนน จันทะ¹

สนิทนุช นิยมศิลป์²

บทคัดย่อ

การศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ สำหรับเลือกนำไปใช้ในการออกแบบ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) โดยศึกษาทั้งในด้านราคา ลวดลาย และการบริการ การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มลูกค้าผู้ออกแบบของบริษัท กรีนแลม เอเชีย แปซิฟิค (ประเทศไทย) จำกัด ทั้งหมด 136 คน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้ออกแบบให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านราคาสินค้ามากที่สุดเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 41.17 โดยราคาของแผ่นลามิเนต 750 บาทต่อแผ่น เป็นราคาที่ผู้ออกแบบสนใจเลือกใช้มากที่สุด รองลงมาคือด้านลวดลาย คิดเป็นร้อยละ 35.99 ทั้งนี้ลายไม้ คือลวดลายที่ผู้ออกแบบมีความสนใจเลือกใช้มากที่สุด และอันดับสุดท้ายคือ การบริการ มีเพียงร้อยละ 22.83 โดยการบริการที่กลุ่มผู้ออกแบบให้ความสนใจมากที่สุดคือ การรับประกันสินค้า ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์เป็นอย่างมากกับบริษัท กรีนแลม เอเชีย แปซิฟิค (ประเทศไทย) เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนในด้านการแพลงนำเข้าสู่สินค้า การผลิต การวางแผนทางการตลาดในการจัดทำโปรโมชั่น และนอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจอีกด้วย

คำสำคัญ : การตัดสินใจ, แผ่นลามิเนต, ผู้ออกแบบ

-
1. พนักงาน บริษัท กรีนแลม เอเชีย แปซิฟิค (ประเทศไทย) จำกัด ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด และนักศึกษาระดับปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต (IT-Smart Program) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 2. อาจารย์ปรีกษางานวิจัย

บทนำ

ในปัจจุบันมีการนำแผ่นลามิเนตมาใช้ในการตกแต่งมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นส่วนของผนัง เพดาน ตลอดจนงานเฟอร์นิเจอร์ต่างๆ ด้วยคุณสมบัติที่ทนทานต่อการใช้งาน ตลอดจนคุณสมบัติต่างๆ ที่แผ่นลามิเนตทุกวันนี้มีการพัฒนาให้มีคุณสมบัติด้านต่างๆ มากยิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ การต้านเชื้อไวรัส การต้านเชื้อแบคทีเรีย และการยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อรา (วัสดุ, 2563)

จึงทำให้เหล่าบรรดาผู้ออกแบบมีการเลือกใช้แผ่นลามิเนตมากขึ้นตามไปด้วยนั่นเอง ดังนั้น การศึกษาให้เข้าใจในรูปแบบการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตสำหรับการออกแบบของผู้ออกแบบนั้น จึงถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ประกอบด้วยคุณสมบัติด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรกในการเลือกใช้วัสดุแต่ละชนิดสำหรับการออกแบบหรือการกำหนดคุณสมบัติของวัสดุของโครงการต่างๆ เนื่องด้วยบางโครงการนั้นจำเป็นต้องมีการควบคุมเรื่องค่าใช้จ่ายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติด้านลวดลาย

ผู้ออกแบบส่วนมากแล้วนิยมเลือกใช้แผ่นลามิเนตที่มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์และมีความคล้ายคลึงกับวัสดุธรรมชาติตลอดมากที่สุดอีกทั้งยังต้องมีความทันสมัยเข้ากับและมีความสวยงามตรงกับความต้องการของผู้ออกแบบส่วนใหญ่ (กิตติคม สุนทรารักษ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 15 กันยายน 2552)

ดังนั้นการออกแบบลวดลายของแต่ละบริษัทที่จัดจำหน่ายอยู่ทุกวันนี้ทำให้หลากหลายบริษัทนั้นมีการพัฒนาเพื่อให้ตรงกับความต้องการของบรรดาผู้ออกแบบ และในส่วนของคุณสมบัติด้านการบริการของผู้จำหน่ายแผ่นลามิเนตนั้นก็ถือเป็นคุณสมบัติที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้ของผู้ออกแบบด้วยเช่นเดียวกัน อันเนื่องมาจากคุณสมบัติการบริการนั้นเป็นสิ่งที่สามารถรับรองคุณภาพของสินค้าได้

ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ ซึ่งผลวิจัยนี้จะนำไปสู่การส่งเสริมให้องค์กรที่ผู้วิจัยปฏิบัติงานอยู่นั้นสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างและปรับปรุงนโยบายการทำการตลาดขององค์กรให้มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ออกแบบได้ตรงประเด็นอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนครอบคลุมถึงเรื่องของ การวางแผนการผลิตและการสั่งนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ

วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ สำหรับเลือกนำไปใช้ในการออกแบบ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ ผู้วิจัยได้จำกัดขอบเขตของการเก็บข้อมูลจากผู้ออกแบบที่มีการเลือกใช้แผ่นลามิเนตของบริษัท กรีนแลม เอเซียแปซิฟิค (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 136 คน โดยศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตลอดจนกระบวนการตัดสินใจในการตัดสินใจการเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบในรูปแบบต่างๆ ของผู้ออกแบบตามแบบจำลอง จำนวน 11 รูปแบบ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงคุณลักษณะสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ สำหรับเลือกนำไปใช้ในการออกแบบและการวางแผนโครงการต่างๆ
2. ได้ทราบถึงแนวทางการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ นำไปใช้ในการวางแผนการตลาด การผลิต และการนำเข้าของบริษัท

การทบทวนวรรณกรรม

การตัดสินใจ

การตัดสินใจต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานจากเรื่องที่กำลังพิจารณา โดยใช้ความรู้พื้นฐานและข้อสรุปที่เป็นที่ยอมรับ นำมาผสมผสานกับการสรุปอ้างอิง เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย แสดงทิศทางการนำไปสู่การตัดสินใจ (บุษกร คำคง, 2542) การตัดสินใจยังเป็นกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวข้องกับหน้าที่การบริหาร หรือการจัดการเกือบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การประสานงาน และการควบคุม การตัดสินใจได้มีการศึกษามานาน กล่าวโดยสรุป คือ การที่ผู้ออกแบบตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตเพื่อใช้ในการออกแบบและการวางแผนของโครงการต่างๆ นั้น ต้องมีกระบวนการพิจารณาการตัดสินใจเลือกหรือประเมินทางเลือกนั้นอย่างดีแล้วสำหรับการเลือกคุณลักษณะที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตสำหรับผู้ออกแบบ

แผ่นลามิเนต (HPL: High Pressure Laminate)

วัสดุปิดผิวชนิด จะเป็นแผ่นเหมือนไม้อัดบางๆ ปิดทับอีกที เป็นวัสดุปิดผิวที่ให้ความรู้สึกเหมือนกับไม้จริง มากๆ ถ้ามองเผินๆ แทบจะแยกไม่ออก เนื่องจากมีการพัฒนาให้มีลวดลายให้เหมือนไม้ธรรมชาติ อีก ทั้งยังสามารถทาสีได้ใกล้เคียงกับเนื้อไม้จริงอีกด้วย ความหนาของแผ่น ประมาณ 0.6-1.0 มิลลิเมตร นิยมใช้กันมากกับงานบิวท์อิน เพราะง่าย ราคาไม่แพง มีหลายสีให้เลือกมากมายหลายร้อยแบบและมี ลายแปลกให้เลือกร้อยๆ เทรนด์ หรือลายธรรมชาติ (ลาย

ไม้ ไลยหนัง ไลยผ้า ไลยสแตนเลส) คุณสมบัติของแผ่นลามิเนต คือ แข็งแรง ทนต่อแรงกระแทก ทนทานต่อการขีดขูด และ ทนต่อความร้อนได้ดี และทำความสะอาดง่าย มีพื้นผิว และสีให้เลือก หลากหลาย ราคาไม่แพง เหมาะสำหรับ งานออกแบบตกแต่งภายใน อาทิเช่น ผนัง ฝ้า เพดาน และ เฟอร์นิเจอร์ (เจริญศรี พรหมทา, 2559)

เทคนิคการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis)

เทคนิคการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) คือ เทคนิคการวิเคราะห์ความชอบหรือความเอนเอียงที่จะชอบของกลุ่มคน ที่มีต่อสินค้าหรือบริการ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการศึกษาคุณค่าที่จะมอบให้ลูกค้า ทั้งนี้เทคนิคการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) สามารถแสดงผลการศึกษาได้ในระดับบุคคล (มนตรี พิริยะกุล, 2555, น. 252-272) โดยการนำเอาเทคนิคการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ซึ่งเป็นแบบจำลอง เพื่อค้นหาคุณลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและต้องการซื้อสินค้า อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ทำการวิจัยได้ข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม (Hair et al., 1998)

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบในครั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบสำหรับเลือกนำไปใช้ในการออกแบบ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นกลุ่มผู้ออกแบบที่มีการเลือกใช้แผ่นลามิเนตในการออกแบบตกแต่งในโครงการต่างๆ ที่มีอยู่ในระบบ CRM ของบริษัท กรีนแลม เอเชีย แปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 136 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เป็นผู้ออกแบบอยู่แล้ว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยได้มาจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ก่อนล่วงหน้าอย่างเป็นขั้นตอน และข้อคำถามในการสัมภาษณ์มีโครงสร้างแบบหลวม (Loosely Structure) ซึ่งคำถามที่ใช้ในการกำหนดคุณลักษณะ (Attribute) ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบสำหรับการออกแบบและการวางสเปคของผู้ออกแบบ คือ “ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้แผ่นลามิเนต ในการออกแบบและการวางสเปค” โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบที่เลือกใช้แผ่นลามิเนตของ บริษัท กรีนแลม เอเชีย แปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 5 ราย ซึ่งเป็นแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกแผ่นลามิเนตมาใช้ในการออกแบบสำหรับโครงการต่างๆ จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวถูกบันทึกผ่านการจดบันทึก

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ (Content Analysis) หาสาเหตุถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตในการออกแบบ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ออกแบบทั้งหมดจำนวน 5 ราย ที่เลือกมานั้นสามารถสรุปได้ดังนี้ 1) ราคาของแผ่นลามิเนต 2) ลวดลายของแผ่นลามิเนต และ 3) การบริการของผู้จัดจำหน่าย เมื่อได้ข้อมูลที่สามารถนำมากำหนดลักษณะ (Attribute) แล้วจึงนำลักษณะ (Attribute) ซึ่งระดับ (level) ของลักษณะ (Attribute) แต่ละระดับขั้นนั้น มีที่มาดังนี้ ราคาแผ่นลามิเนต ลวดลายของแผ่นลามิเนต และการบริการของผู้จัดจำหน่าย มีที่มาจากบริษัท กรีนแลม เอเซีย แปซิฟิค (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทคู่แข่ง ดังนี้

ตารางที่ 1 กำหนดลักษณะและระดับของลักษณะตัวแปร

ลักษณะ (Attribute)	ระดับ (Level)
1. ราคา	750 บาทต่อแผ่น 1000 บาทต่อแผ่น 2000 บาทต่อแผ่น
2. ลวดลาย	สีพื้น ลายไม้ ลายหิน
3. การบริการ	การรับประกันสินค้า ส่งฟรี กทม. และ ปริมณฑล ฟรีตัวอย่างและแคตตาล็อก

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งลักษณะ (Attribute) และระดับ (Level) มาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย ซึ่งเครื่องมือที่ใช้นี้ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดบริษัทที่ผู้ตอบทำงานอยู่ ลักษณะโครงการ รูปแบบของโครงการ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นการแสดงความสนใจในการเลือกใช้แผ่นลามิเนตสำหรับการออกแบบในโครงการต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 11 คุณลักษณะ ตามรูปแบบต่างๆ โดยเป็นแบบสอบถามตามวิธีของเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) ซึ่งเป็นลักษณะการให้ความสนใจแบบให้คะแนนโดยแบ่งลำดับคะแนนออกเป็น 0-10 โดยระดับที่ 10 หมายถึง สนใจมากที่สุด และ ลำดับคะแนน 0 หมายถึง ไม่สนใจเลย

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ นำชุดคุณลักษณะที่ได้มาจัดทำแบบสอบถาม โดยมีการจัดรูปแบบให้น่าสนใจ และง่ายต่อการทำแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการ

Pretest โดยการเข้าไป Interview กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 ราย เพื่อจุดบกพร่องของแบบสอบถาม เบื้องต้นในจุดต่างๆ เกี่ยวกับความเข้าใจ และวิธีการทำแบบสอบถาม แล้วจึงทำการทดสอบ (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย เพื่อทำการทดสอบแบบทดสอบเบื้องต้น จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบ (Pilot Test) แล้วส่งให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบจริงเพื่อดำเนินในการเก็บข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม เพื่อดำเนินการประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ SPSS และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบายเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) เป็นการการวิเคราะห์เพื่อทราบถึงการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลิเมนต์ของผู้ออกแบบ วิเคราะห์ด้วยวิธี conjoint analysis ซึ่งการวิเคราะห์แบบจำลองการตัดสินใจนี้จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Conjoint โดยกำหนดให้แบบจำลองการตัดสินใจ (part-worth) ของผู้ผู้ออกแบบต่อคุณลักษณะของการเลือกใช้แผ่นลามิเนต ในส่วนของเรื่องราคา ลวดลาย และการบริการ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวนทั้งสิ้น 72 คน คิดเป็นร้อยละ 52.94 รองลงมาคือเพศชายจำนวนทั้งสิ้น 50 คน คิดเป็นร้อยละ 36.76 และอื่นๆ จำนวนทั้งสิ้น 14 คนคิดเป็นร้อยละ 10.29 ตามลำดับ ด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 41-50 ปี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 39 คน คิดเป็นร้อยละ 28.68 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 25-30 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.79 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 36-40 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 26 คน คิดเป็นร้อยละ 19.12 และช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวนทั้งสิ้น 12 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 ตามลำดับ และช่วงอายุน้อยที่สุดคือ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.94 ด้านระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวนทั้งสิ้น 68 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนทั้งสิ้น 53 คน คิดเป็นร้อยละ 38.97 และน้อยที่สุดคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.03 ด้านขนาดบริษัทที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่พบว่าส่วนใหญ่บริษัทมีขนาดใหญ่ มีทั้งสิ้น 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.38 รองลงมาคือบริษัทที่มีขนาดกลาง มีจำนวนทั้งสิ้น 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.09 และบริษัทที่มีขนาดเล็ก มีจำนวนทั้งสิ้น 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.53 ตามลำดับ ด้านลักษณะโครงการที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามออกแบบนั้นพบว่าส่วนใหญ่เป็นโครงการภาคส่วนของเอกชน มีจำนวนทั้งสิ้น 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.74 และในสวนภาครัฐบาล มีจำนวนทั้งสิ้น 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.26 ตามลำดับ และด้านรูปแบบโครงการที่ผู้ออกแบบใช้แผ่นลามิเนตในการตกแต่งพบว่าในสวนของบ้านพักอาศัยมีจำนวนมากที่สุด โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.65 รองลงมาคือ คอนโดมิเนียม มีจำนวนทั้งสิ้น 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.32 รองลงมาคืออาคารสำนักงาน มีจำนวนทั้งสิ้น 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.38 และโรงพยาบาล มีจำนวนทั้งสิ้น 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.29 ตามลำดับ และรูปแบบโครงการที่มีการเลือกใช้แผ่นลามิเนตในการออกแบบของผู้ออกแบบน้อยที่สุดคือห้างสรรพสินค้า มีจำนวนทั้งสิ้น 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.35

ผลการวิจัยด้านการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ ของบริษัท กรีนแลม เอเชีย แปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด โดยผู้วิจัยได้ทำงานแบ่งรูปแบบการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตในการออกแบบของผู้ออกแบบเป็น 3 ด้าน คือ ด้านราคา ด้านลวดลาย และด้านการบริการ โดยเป็นการวิเคราะห์เพื่อเรียงลำดับความสำคัญของรูปแบบของการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้ออกแบบมากที่สุด พบว่า ผู้ออกแบบให้ความสำคัญกับด้านราคาเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 41.89 อันดับที่สอง คือ ด้านลวดลาย คิดเป็นร้อยละ 36.11 และด้านการบริการ คิดเป็นร้อยละ 22.00 ตามลำดับ และผลการวิจัยข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) พบว่า ระดับคุณค่า (Utility Value) ของความน่าสนใจในการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบให้ความสำคัญกับด้านราคาแผ่นลามิเนตที่ 750 บาทต่อแผ่น มากที่สุด มีค่า Part-worth เท่ากับ 0.54 รองลงมาคือมีลวดลายแบบลายหิน มีค่า Part-worth เท่ากับ 0.28 และลักษณะ (Attribute) ที่ผู้ออกแบบให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการบริการที่มีการรับประกันสินค้า ที่มีค่า Part-worth อยู่ที่ 0.08 เมื่อนำค่า Part-worth ที่ได้ของแต่ละลักษณะ (Attribute) ของความน่าสนใจในการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนต (Utility Value) ของผู้ออกแบบบริษัท กรีนแลม เอเชีย แปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด ในแต่ละระดับแทนค่าลงในสมการระดับความพอใจ จะได้สมการดังต่อไปนี้

$$Y = 7.449 + 0.544(750 \text{ บาทต่อแผ่น}) + 0.108(1000 \text{ บาทต่อแผ่น}) + (-0.652)(2000 \text{ บาทต่อแผ่น}) + (-0.486)(สีพื้น) + 0.201(\text{ลายไม้}) + 0.284(\text{ลายหิน}) + (-0.029)(ส่งฟรี กทม. และปริมณฑล) + (-0.059)(ฟรีตัวอย่างและแคตตาล็อก) + 0.088(\text{การรับประกันสินค้า})$$

โดยที่ Y คือ ผลรวมของระดับคุณค่าความสนใจ (Utility Value) ของปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ โดยที่การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยประยุกต์มาใช้เป็นความสนใจในการเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ

1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจากการเก็บข้อมูลพื้นฐาน โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ออกแบบที่มีการเลือกใช้แผ่นลามิเนตในการออกแบบของบริษัท กรีนแลม เอเชีย แปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 136 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ

หญิง อายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี โครงการที่ผู้ออกแบบรับผิดชอบอยู่ใน ส่วนของภาคเอกชน ในรูปแบบของบ้านพักอาศัย

2) การตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ จากการวิเคราะห์ระดับคุณค่าของความ สนใจ (Utility Value) ของการเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ บริษัท กรีนแลม เอเชีย แปซิฟิก (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการตัดสินใจในการเลือกใช้แผ่นลามิเนต จากนั้น นำมาสร้างสมการระดับคุณค่าของความสนใจ (Utility Value) กับการเลือกใช้แผ่นลามิเนต มี รายละเอียดดังต่อไปนี้

$$Y = 7.449 + 0.544(750 \text{ บาทต่อแผ่น}) + 0.108(1000 \text{ บาทต่อแผ่น}) + (-0.652)(2000 \text{ บาทต่อแผ่น}) + (-0.486)(สีพื้น) + 0.201(\text{ลายไม้}) + 0.284(\text{ลายหิน}) + (-0.029)(ส่งฟรี กทม. และปริมณฑล) + (-0.059)(ฟรีตัวอย่างและแคตตาล็อก) + 0.088(\text{การรับประกันสินค้า})$$

โดยสมการระดับคุณค่าของความสนใจ (Utility Value) ของการเลือกใช้แผ่นลามิเนตของ ผู้ออกแบบ สามารถนำมาสร้างเป็นสมการระดับคุณค่าของความสนใจ (Utility Value) ของการ ตัดสินใจในการเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบที่นำไปใช้ในการออกแบบโครงการต่างๆ และใช้ใ้ การวางแผน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยจะเห็นได้ว่า ในการพิจารณาการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของ ผู้ออกแบบนั้นพบว่าให้ความสำคัญกับด้านราคาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านลวดลาย และสิ่งที่ ผู้ออกแบบให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือด้านการบริการ ดังนั้นบริษัทผู้จัดจำหน่ายแผ่นลามิเนตนั้น อาจจะเข้าใจว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้ออกแบบเลือกใช้แผ่นลามิเนตในการออกแบบนั้นอาจจะเป็นเรื่องของ ลวดลายที่หลากหลายหรือตรงกับความต้องการของผู้ออกแบบ แต่ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ออกแบบนั้นต้องการราคาของแผ่นลามิเนตที่มีราคา 750 บาทต่อแผ่น และให้ความสำคัญกับ การบริการน้อยที่สุด เนื่องมาจากการออกแบบและการวางแผนของผู้ออกแบบนั้นอาจจะได้คำนึงถึง เรื่องของการบริการไม่ว่าจะเป็นการจัดส่งแคตตาล็อกหรือด้านการขนส่งหลังจากมีการซื้อขายเพราะ ในรายละเอียดส่วนดังกล่าวจะเป็นการรับผิดชอบของผู้รับเหมาเอง แต่สิ่งสำคัญที่ผู้จัดจำหน่ายแผ่น ลามิเนตที่ไม่ควรมองข้ามคือเรื่องของลวดลายแผ่นลามิเนต ที่อาจจะเป็นส่วนสำคัญอีกประการที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจการเลือกใช้แผ่นลามิเนตในการออกแบบของผู้ออกแบบ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นลามิเนตของผู้ออกแบบ สามารถนำไปใช้ ในการวางแผนการผลิต การนำเข้า ตลอดจนการจัดโปรโมชั่นทางการตลาด สำหรับการเลือกใช้แผ่น ลามิเนตของกลุ่มผู้ออกแบบ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยที่มากกว่าผู้ออกแบบ เพราะผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น เช่น เทิร์นคีย์ ผู้รับเหมา และยังมีรวมถึงเจ้าของโครงการ ที่ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้แผ่นลามิเนต เพื่อผู้วิจัยจะได้มีข้อมูลที่หลากหลายในการนำไปใช้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กิตติคม สุนทรารักษ์. ผู้ออกแบบ บริษัท บ็อกซ์สเปสอะครีเทค จำกัด (5 กันยายน 2564). สัมภาษณ์

เจริญศรี พรหมทา. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการตัดสินใจเลือกใช้วัสดุลามิเนต ในงานโครงการต่างๆ.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559.

บุษกร คำคง. “**ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการคิดวิจารณ์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขต อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา.**” วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2542

วัสดุ. (2563). **Greenlam Laminate เกรดด้านเชื้อไวรัส 99.99% วัสดุลามิเนตปิดผิวสำหรับยุค New Normal.** [ออนไลน์]. ได้จาก : <https://www.wazzadu.com/article/4766> [สืบค้นเมื่อ วันที่ 8 กันยายน 2564].

วิชัย เกียรติเดชาภาพ. **ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้ซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2553.

มนตรี พิริยะกุล. (2555). **Conjoint Analysis.** 29(2), 252-273. สืบค้น 8 กันยายน 2564, จาก http://www.research.ru.ac.th/images/ArticleMr/1501823825_Article.pdf

สุพจน์ กาญจนางกูรพันธ์ (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในช่องการจัดจำหน่ายแนวใหม่ ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล**

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). New Jersey, Prentice Hall, Upper Saddle River.