

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือสำหรับตรวจสอบคุณภาพแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเลือกใช้ใช้บริการซื้อเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร 2) เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จำแนกตามปัจจัยที่เลือกใช้บริการ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากตัวอย่าง 130 ตัวอย่าง ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปผลการวิจัย โดยมีสาระสำคัญ ได้แก่ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะในครั้งนี้อย่างละเอียดและข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือสำหรับตรวจสอบคุณภาพแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 59.20 อายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 ตำแหน่งระดับผู้บริหาร มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80 และบริษัท/กิจการประกอบธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20
2. ปัจจัยที่เลือกใช้บริการ ผู้ริเริ่มเสนอความคิดเห็นที่จะซื้อเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็มเป็นคนแรก คือ ผู้บริหาร มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 ผู้ให้ข้อมูลและคำแนะนำมากที่สุดเกี่ยวกับการซื้อเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม คือ หัวหน้างาน มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 62.30 ผู้ตัดสินใจในการเลือกซื้อหรือตัดสินใจในการซื้อเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม คือ ผู้บริหาร มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 63.10 ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานที่ซื้อหรือตัวแทนจำหน่ายในการซื้อเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม คือ ผู้บริหาร มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 56.90 ปัจจุบันบริษัทใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม ยี่ห้อวีเจเอส มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 และขนาด



ของเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม จะมีขนาดใหญ่มากกว่า 700 มม. ขึ้นไป มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 72.30

3. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม โรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประเภทของธุรกิจต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมนวนครไม่แตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่เลือกใช้ จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มีปัจจัยด้านผู้เริ่มเสนอความคิด ด้านผู้ให้ข้อมูลและคำแนะนำ ด้านขนาดของเครื่องมือวัดที่ใช้ในโรงงาน และด้านผู้ตัดสินใจต่างกัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมนวนครแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านยี่ห้อเครื่องมือวัดที่ซื้ออยู่ในปัจจุบันต่างกัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมนวนครไม่แตกต่างกัน

## อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยแวดล้อมในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร ได้แก่ ผู้บริหารโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับตราหรือยี่ห้อสินค้า โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับ สุรศักดิ์ หลาวเพชร (2547 : บทคัดย่อ) ได้ทำศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้รถยนต์ (โฟร์-คลิฟท์) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร พบว่า เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกยี่ห้อและเลือกสถานที่ซื้อหรือตัวแทนจำหน่ายในการซื้อรถยนต์ (โฟร์คลิฟท์) คือ ผู้บริหาร

2. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สำหรับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ



ด้านราคา โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุรศักดิ์ หลาวเพชร (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้รถยนต์ (โฟร์คลิฟท์) ของโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร พบว่า เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยที่เลือกใช้บริการเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประเภทของธุรกิจ ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนครไม่แตกต่างกัน

4. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่เลือกใช้บริการกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนคร พบว่า ผู้เริ่มเสนอความคิดเห็น ผู้ให้ข้อมูลและคำแนะนำ ผู้ตัดสินใจในการเลือกซื้อ ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานที่ซื้อ เครื่องมือยี่ห้อวัดที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และขนาดของเครื่องมือวัดเมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่า ปัจจัยที่เลือกใช้บริการด้านผู้เริ่มเสนอความคิดเห็น ผู้ให้ข้อมูลและคำแนะนำ ผู้ตัดสินใจในการเลือกซื้อ ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานที่ซื้อ ขนาดของเครื่องมือวัดแตกต่างกัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision- CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรมในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนครแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยที่เลือกใช้บริการด้านยี่ห้อเครื่องมือวัดที่ใช้อยู่ในปัจจุบันแตกต่างกัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมนวนครไม่แตกต่างกัน

## ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 บริษัทผู้ประกอบการเกี่ยวกับเครื่องมือวัดวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ในทุกข้อ และควรนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการตลาด

1.2 บริษัทผู้ประกอบการเกี่ยวกับเครื่องมือวัดวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ และสมรรถนะในการปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรม เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดทางด้านการโฆษณา เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า



## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรมีการศึกษารูปแบบการส่งเสริมการตลาดของเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) สำหรับการตลาดในประเทศไทย
- 2.2 ควรมีการศึกษาถึงรูปแบบ/ขนาดของเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ตามความต้องการของอุตสาหกรรมหรือเทคนิคอุตสาหกรรมต่าง ๆ
- 2.3 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการหลังการขายเครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) กับยี่ห้ออื่นเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาประสิทธิภาพของการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
- 2.4 ควรมีศึกษาถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมต่อการใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเทคนิคอุตสาหกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากเทคนิคอุตสาหกรรมนวนคร เพื่อขยายฐานลูกค้า
- 2.5 ควรมีการจัดสัมมนาให้ความรู้เพิ่มเติมต่อผู้ใช้เครื่องมือวัดแบบวิชั่น ซีเอ็มเอ็ม (Vision CMM) ของโรงงานอุตสาหกรรม ในเทคนิคอุตสาหกรรมนวนคร เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์