

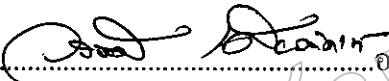
พฤติกรรมการใช้แม่พิมพ์สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์
และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ของ บริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นเจเนียร์ริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด

บัณฑิต อุดบัววงศ์

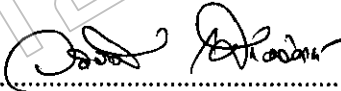
งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
มิถุนายน 2551
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

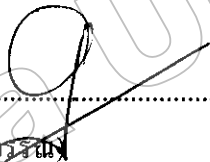
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ บัณฑิต อุคบัววงศ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

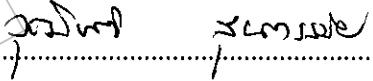
อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เดียววิศเรศ)

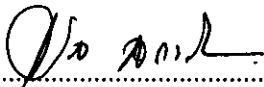
คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์


.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เดียววิศเรศ)


.....กรรมการ
(ดร.อุทิส ศิริวรรณ)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชาติ สุนทรสมย์)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา


.....คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรัส จิตจรจแดง)
วันที่ 23 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2551

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.วรรณิ เตียววิเศษ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วนและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ และอาจารย์ผู้ช่วยสอนในหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาการจัดการเพื่อให้ผู้วิจัยนำไปเป็นประโยชน์ต่อการบริหารกิจการของตนเอง ด้วยหลักการและแนวทางที่ถูกต้อง

และผู้มีพระคุณที่ลืมนิได้ นั่นคือ คุณยายทองหยิบ สยามโน ที่ดูแลเอาใจใส่ทุกครั้งที่มาเรียนเสาร์-อาทิตย์

ท้ายสุดนี้ต้องขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และภรรยาเมื่อพิมพ์ดีดที่คอยให้ความช่วยเหลือให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

บัณฑิต อุตบ้ววงศ์

49928381: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม. (การจัดการวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม

คำสำคัญ: แม่พิมพ์ / ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด / อุตสาหกรรมยานยนต์ /
บริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด

บัณฑิต อุบลววงศ์: พฤติกรรมการใช้แม่พิมพ์สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ และความ
พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ บริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์
แมชชีน ทูลส์ จำกัด (CONSUMING BEHAVIOR OF MOULD AND DIE IN AUTOMOTIVE
INDUSTRY AND SATISFACTION TOWARD MAKETING MEXED FACTORS OF
CUSTOMERS OF 4M ENGINEERING AND MACHINE TOOLS CO., LTD.) ที่ปรึกษา
นิพนธ์: วรณิ เดียววิเศษ, Ph.D. 72 หน้า. ปี พ.ศ. 2551.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แม่พิมพ์สำหรับอุตสาหกรรม
ยานยนต์ ของลูกค้าบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด ศึกษาความพึงพอใจ
ของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน
ทูลส์ จำกัด และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ
บริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด จำแนกตามคุณลักษณะของลูกค้า จำนวน
20 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่า
ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้แม่พิมพ์ของลูกค้าบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์
แมชชีน ทูลส์ จำกัด พบว่า มีความต้องการใช้แม่พิมพ์ต่อเดือน ต่ำสุด 3 ชุด สูงสุด 20 ชุด ค่าเฉลี่ย 9
ชุด ส่วนความต้องการใช้แม่พิมพ์ต่อปี ต่ำสุด 36 ชุด สูงสุด 240 ชุด ค่าเฉลี่ย 104 ชุด โดยส่วนใหญ่
นำไปใช้ในกิจการ และทำแม่พิมพ์เองโดยกระบวนการผลิตที่จ้างภายนอกทำมากที่สุด คือ กระบวน
การขึ้นรูป (Machine) วัตถุประสงค์มีทั้งผู้ขายจัดหาให้และผู้ซื้อจัดหาให้

ผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัท
โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด พบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับปาน
กลาง อันประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ
ด้านการส่งเสริมการขาย

ข้อเสนอแนะ บริษัทฯ จะต้องนำผลและข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการแจกแบบสอบถามใน
ครั้งนี้มาปรับปรุงแก้ไขปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทให้ดีขึ้นทุกๆ ด้าน เพื่อให้
ระดับความพึงพอใจของลูกค้าสูงขึ้น อันจะนำไปสู่ยอดขายและการเติบโตที่ยั่งยืนต่อไป

49928381: MAJOR: THE MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE;
M.M. (THE MANAGEMENT IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE)

KEYWORDS: CUSTOMER BEHAVIOR / CUSTOMER SATISFACTION / AUTOMOBILE
INDUSTRY

BUNDIT UDBUAWONG: CONSUMING BEHAVIOR OF MOULD AND DIE IN
AUTOMOTIVE INDUSTRY AND SATISFACTION TOWARD MARKETING MIXED
FACTORS OF CUSTOMERS OF 4M ENGINEERING AND MACHINE TOOLS CO., LTD.
ADVISOR: WANNEE DEOISRES, Ph.D. 72 P. 2008.

The purpose of this research was to study consuming behavior of Mould and Die in Automotive industry, the satisfaction toward marketing mixed factors and the comparison satisfaction toward marketing mixed factors of customers of 4M Engineering and Machine Tools Co., Ltd. with customer personality factors information. The population of this research consisted of 20 customers. The research instruments constructing by the researcher for data collection was a questionnaire. The computer programs were employed for data analysis by percentage, mean and standard deviation.

The results of researching for part of consuming behavior of Mould and Die in Automotive industry were as follows; the monthly demand for Mould and Die were minimum 3 sets, maximum 20 sets, mean 9 sets, the yearly demand for Mould and Die were minimum 36 sets, maximum 240 sets, mean 104 sets. The majority objective to use for their production and made by themselves, the favorite outsource process was machining process and the supply of material have been provided by both of supplier and customer source.

The results of researching for part of satisfaction toward marketing mixed factors of customers of 4M Engineering and Machine Tools Co., Ltd. were as follows; the total satisfaction for all; products/services, price, place, promotion, were shown medium level.

Suggestion from researcher; satisfaction toward marketing mixed factors of customers of 4M Engineering and Machine Tools Co., Ltd. have to be continuous improvements for all marketing mixed factors.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ข้อมูลสำคัญของบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด.....	9
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแม่พิมพ์.....	11
แนวโน้มความต้องการแม่พิมพ์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย	13
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	28
รูปแบบการวิจัย.....	28
เครื่องมือในการวิจัย.....	28
การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	30
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30
วิธีวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	32
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	33
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ผลิต.....	34
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แม่พิมพ์สำหรับ อุตสาหกรรมยานยนต์ของลูกค้าบริษัท โฟร์เอ็มฯ.....	35
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของบริษัท บริษัท โฟร์เอ็มฯ.....	40
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของบริษัท บริษัท โฟร์เอ็มฯ จำแนกตามคุณลักษณะทั่วไป.....	45
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	52
สรุปผลการศึกษา.....	52
อภิปรายผล.....	54
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	56
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	56
บรรณานุกรม.....	57
ภาคผนวก.....	59
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	65

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงสัดส่วนร้อยละการใช้แม่พิมพ์สำหรับอุตสาหกรรมต่างๆ	1
2	ผลการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค ของบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด	10
3	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดแม่พิมพ์ของผู้ประกอบการ.....	24
4	ผลการวิเคราะห์แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของลูกค้าบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด.....	33
5	ผลการวิเคราะห์แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของลูกค้าบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ผลิตแม่พิมพ์.....	35
6	ผลการวิเคราะห์แสดงค่าการประมาณการจำนวนแม่พิมพ์ (ชุด) ที่ต้องการใช้ของลูกค้าบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด.....	36
7	ผลการวิเคราะห์แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามของลูกค้าบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แม่พิมพ์ฯ ในเรื่องวัตถุประสงค์การนำแม่พิมพ์ไปใช้.....	37
8	ผลการวิเคราะห์แสดงสัดส่วนการได้มาซึ่งแม่พิมพ์ที่ต้องการใช้ของลูกค้าบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด.....	37
9	ผลการวิเคราะห์แสดงจำนวนและร้อยละของกระบวนการผลิตแม่พิมพ์ไคบ่าง ที่จ้างภายนอก.....	38
10	ผลการวิเคราะห์แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการจัดหาวัตถุดิบ(เหล็กหล่อ)	39
11	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดของบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด.....	40
12	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดของบริษัท โฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด ในด้าน ผลิตภัณฑ์และบริการ.....	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายและการจัดลำดับของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทโฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด ในด้านราคา.....	42
14 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายและการจัดลำดับของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทโฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด ในด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย.....	43
15 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายและการจัดลำดับของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทโฟร์เอ็ม เอ็นจิเนียริง แอนด์ แมชชีน ทูลส์ จำกัด ในด้านการส่งเสริมการขาย.....	44
16 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามประเภทธุรกิจ.....	45
17 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามประเภทแม่พิมพ์.....	47
18 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามแผนก/ฝ่ายที่มีอำนาจ ในการตัดสินใจเลือกผู้ขาย.....	48
19 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามสัญชาติ.....	50

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงขั้นตอนการผลิตแม่พิมพ์.....	3
2	ตัวอย่าง ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ฉีด.....	3
3	ตัวอย่าง ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ปั๊มขึ้นรูปโลหะแผ่น.....	3
4	แสดงขั้นตอนการผลิตแม่พิมพ์.....	12
5	ตัวอย่าง ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ฉีด.....	12
6	ตัวอย่าง ชิ้นส่วนแม่พิมพ์ปั๊มขึ้นรูปโลหะแผ่น.....	12
7	ภาพแสดงส่วนประกอบทางการตลาด.....	21
8	ปัจจัยในการพิจารณาสั่งซื้อแม่พิมพ์จากโรงงานอุตสาหกรรมแม่พิมพ์ในประเทศไทย	23