

ชื่อเรื่อง	ความต้องการของผู้ประกอบการพลาสติกต่อการให้บริการ ฉีดพลาสติกของ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจเจ โมลด์
ชื่อผู้เขียน	นางสาวจุฬารณ์ เต็มเมือง
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.กฤษณิศา เคชเดกิจ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการใช้บริการฉีดพลาสติกของของกลุ่มลูกค้าและกลุ่มธุรกิจของห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ เจ โมลด์ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) โดยกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าและกลุ่มธุรกิจของห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ เจ โมลด์ ในพื้นที่ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 18 ราย ซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มธุรกิจ จำนวน 3 ราย และลูกค้าทั่วไปจำนวน 15 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยการนำเสนอเป็นตารางค่าร้อยละ ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติทดสอบ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าและกลุ่มธุรกิจของห้างหุ้นส่วน จำกัด เจเจ โมลด์ ในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านบุคลากรในการปฏิบัติงาน ได้แก่ พนักงานมีมารยาทและสุภาพ มีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน และการให้คำแนะนำและเอาใจใส่ลูกค้า รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการดำเนินงาน ได้แก่ ความระมัดระวังในการดำเนินงานทุกขั้นตอน การจัดส่งอย่างรวดเร็วและตรงต่อเวลา และมีการตรวจเช็คความเรียบร้อยของงาน ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางและถึงอย่างรวดเร็ว และโรงงานหาง่ายและมีจุดเด่นให้สังเกต เช่น ป้ายบอกทาง หรือ สีของตัวอาคาร ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ปลอดภัยไม่มีสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายสามารถเข้าออกตรวจเช็คงาน และอยู่ใกล้แหล่งกระจายสินค้าไม่ต้องเสียค่าขนส่งมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความเรียบร้อยของชิ้นงานและผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานของกระบวนการผลิต ปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านการสื่อสาร ได้แก่ ความรวดเร็วในการติดต่อกลับของกิจการ สามารถติดต่อได้หลายช่องทาง อาทิเช่น e-mail , fax และกิจการมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ อาทิเช่น การบอกต่อของผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านการตั้งราคา ได้แก่ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ชิ้นงาน) ราคาคุ้มค่ากับคุณภาพและบริการ และการต่อรองราคาเป็นไปอย่างยุติธรรม และปัจจัย

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงงานนั้น ได้แก่ มีการเก็บสินค้าอย่างเป็นสัดส่วน การรักษาความปลอดภัย และพื้นที่กว้างขวาง และผลการศึกษาความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกของกลุ่มลูกค้าและกลุ่มธุรกิจของห้างหุ้นส่วน จำกัด เจเจ โมลด์ ตามแนวความคิดของมาสโลว์ (Maslow) พบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการด้านความปลอดภัยในระดับมากที่สุด และมีความต้องการในระดับมาก ได้แก่ ความต้องการชื่อเสียงและการยกย่อง ความต้องการขั้นพื้นฐาน ความต้องการการยอมรับ และความต้องการขั้นสูง

การทดสอบสมมติฐานของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการของกลุ่มลูกค้าและกลุ่มธุรกิจ จำแนกตามขนาดของกิจการ พบว่า กิจการที่มีขนาดเล็ก (Small) มีความต้องการปัจจัยด้านการตั้งราคา มากกว่ากิจการที่มีขนาดจิ๋ว (Micro) และจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินกิจการพบว่า กิจการที่เปิดดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลานาน มีความต้องการปัจจัยด้านกระบวนการดำเนินงาน มากกว่ากิจการที่เปิดดำเนินกิจการระยะเริ่มต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เจ เจ โมลด์ ควรมีการให้ส่วนลด โปรโมชันต่างๆ พิจารณาความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ชิ้นงาน) ควรลดเงื่อนไขในการสั่งการผลิตบางอย่างและสามารถต่อรองราคา ให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า มีการกำหนดราคาสำหรับกลุ่มกิจการที่มีขนาดจิ๋ว (Micro) ให้เหมาะสมและดึงดูดใจ และควรให้ความสำคัญและมุ่งพัฒนากระบวนการดำเนินงานในการให้บริการแก่กลุ่มกิจการที่เปิดดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลานาน

Title	Needs of Entrepreneurs for Plastic Injection Service of JJ Mould Limited, Partnership
Author	Miss Juraporn Temmaung
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Pusanisa Thechatakerng

ABSTRACT

The objective of this independent study was to explore needs for plastic injection service of customers and corporate customers of JJ Mould Limited, partnership. An in-depth interview was used for data collection administered with 18 informants living in Thonburi; 3 were corporate customers and another 15 were general customers. Descriptive statistics was used for describing general characteristics of informants. Percentage, frequency, and standard deviation were used for the statistical treatment. Besides, t-test was used for hypothesis testing. results of the study revealed the following:

Based on the 7Ps market mix having an effect on needs for plastic injection service of the informants, it was found that personnel factor had a highest level in terms of: 1) politeness, operational skills and suggestions. This was followed by: 2) operational process factor-careful operation in all steps; rapid and punctual delivery; and operational monitoring, 3) location factor-convenience and rapidness in travelling; easy to find the factory because it had information bays, the structure's color, and location was near the product distribution spot, 4) product factor-quality products and standard production process, 5) communication component factor-rapid contact of the company; can be contacted through many channels, e.g. e-mail and facsimile and public relations, e.g. word-of-mouth, 6) pricing factor-appropriation between price and products; fairy negotiation, and 7) physical evidence factor-products were systematically stored; security; the factory had wide working area.

Based on the Maslow's Hierarchical Theory of Motivation, it was found that safety needs had a highest level . This was followed by: 2. esteem needs, 3. physiological needs, 4. belongingness and love needs, and 5. self-actualization needs, respectively.

Based on the hypothesis testing, it was found that pricing factor had an effect on needs for plastic injection service of a bigger entrepreneurs (number of employees >10) which was more than that of the smaller one (number of employees ≤ 10). It was also found that operational process factor had an effect on needs for plastic injection service of entrepreneurs which had been doing its business for a long time (more than 10 years) This was more than that of a new one (less than or equal to 10 years). According to result of hypothesis testing, JJ mould limited, partnership should emphasize a marketing strategy on pricing for a bigger entrepreneurs by using seasonable and attractive pricing. It should develop and improve its operational process, which attract the entrepreneurs to do its business for a long time.