



ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำของหน่วยงานเอกชน
ในกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing The Choice to Use The Service of Water Quality
Analysis Lab Provided by Private Sector in Bangkok Metropolis

การค้นคว้าอิสระ

ของ

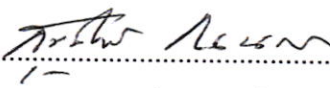
มะปารี อาแวก็อจี

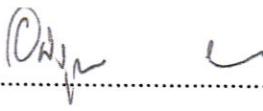
การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

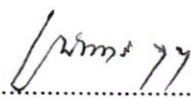
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันรัชต์ภาคย์


พุทธศักราช 2559

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำ
ของหน่วยงานเอกชน ในกรุงเทพมหานคร
โดย: มะปารี อาแวก็อจี
หลักสูตร: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร. อนิรุทธ์ ผ่องแผ้ว
ปีที่สำเร็จการศึกษา: 2559

.....  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุขจิตต์ ณ นคร)

.....  กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร. อนิรุทธ์ ผ่องแผ้ว)

.....  กรรมการ
(ดร. ชนินทร์ วิชชุดา)

.....  ผู้อำนวยการหลักสูตร
(ดร. อนิรุทธ์ ผ่องแผ้ว)

มะปารี อาแวก็อจี (2559) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำของ
หน่วยงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร. อนิรุทธ์ ผ่องแผ้ว

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำของ
หน่วยงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะของผู้ใช้บริการ 2) ปัจจัยจูง
ใจ 3) การเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำของหน่วยงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร 4) เปรียบเทียบ
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำของหน่วยงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามลักษณะของผู้ใช้บริการ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำ
ของหน่วยงานเอกชนในกรุงเทพมหานครกับปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้เกี่ยวกับห้อง
วิเคราะห์คุณภาพน้ำของหน่วยงานเอกชน และด้านความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ใช้บริการ กลุ่ม
ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำของหน่วยงานเอกชนใน
กรุงเทพมหานคร จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่
ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน) และสถิติเชิงอนุมาน (ได้แก่ t-test F-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผนวก
กับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้-Scheffe' สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน)
ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้เท่ากับ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า การเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำของหน่วยงานเอกชนใน
กรุงเทพมหานครในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดในทุกด้าน และปัจจัยจูงใจใน
ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ผลการศึกษายังพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศอายุ ระดับ
การศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำของหน่วยงาน
เอกชนในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่าง
กันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำของหน่วยงานเอกชนใน
กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ผลการศึกษาค้นพบความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยจูงใจในภาพรวมมี
ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำในระดับปานกลาง ($r=.563$)
การเลือกใช้บริการห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยจูงใจด้านการรับรู้เกี่ยวกับ
ห้องวิเคราะห์คุณภาพน้ำในระดับต่ำ ($r=.454$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวก ในระดับปานกลางกับ
ความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ใช้บริการ ($r=.503$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

Abstract

The objectives of this survey research were to study 1) personal factors of people using the service provided by water quality analysis lab owned by private sector in Bangkok Metropolis 2) motivation factors 3) their choice of using the services 4) and compare the choice of using the service based upon their personal factors 5) the relationship between their choice and motivation factors (awareness of the service, the technology used). Samples included 50 users of services at the lab owned by private sector. Questionnaire was used as a tool to collect the data. Statistics used in this research included both descriptive statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics (t-test, F-test or one-way ANOVA together with multiple comparison test using scheffe', Pearson correlation). Level of significance used was 0.05.

Outcome of the research revealed that mean scores on the choice of using the service and motivation factors, overall, were highest in every aspect. The research also indicated that users of service with different sexes, age, education did not differ in their choice of service while users with different working experience did differ in their choice of service at 0.05 level of significance. Motivation factors, overall, were positively correlated to the choice of service ($r=0.563$), although the relationship was moderate. On the other hand, motivation factors were positively correlated to awareness of the service ($r=.454$; poor relationship) and to technological advancement used in the service ($r=.503$, moderate relationship).