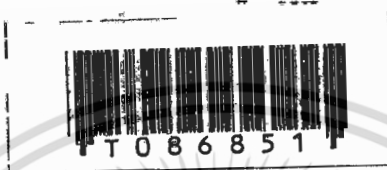


สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting the Decisions to Rent the Photocopiers in Bangkok



โดย

นางสาวญาดา อาสานะพันธ์

รหัสประจำตัว 46067801



พ.ศ.
๒๕๕๒
๒๕๔๘

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 86851

วัน,เดือน,ปี..... 16 ส.ค. 2552

b..... 1201๕๙82
i.....

เสนอ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)

ปีการศึกษา 2548

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง	:	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	:	นางสาวญาดา อาสานะพันธุ์
ระดับการศึกษา	:	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	:	บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	:	รองศาสตราจารย์อมรศรี ดันพิพัฒน์

ปัจจุบันการขยายตัวของเครื่องอำนวยความสะดวกที่ใช้ในสำนักงานมีมากขึ้น การให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจเครื่องอำนวยความสะดวกที่ใช้ในสำนักงาน และเป็นส่วนสำคัญที่ทำกำไรให้กับธุรกิจนี้ จึงเจริญเติบโต มีการแข่งขันสูง มีความผันผวนไม่แน่นอน การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้จะเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาปรับปรุงการทำงานและคุณภาพการบริการของผู้ให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เช่ามากยิ่งขึ้น สามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจ ปรับกลยุทธ์ในการบริหารและการตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม สัมภาษณ์ความคิดเห็นของบริษัทที่เคยทำการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสิ้นจำนวน 280 บริษัท โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยการทดสอบไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า บริษัทส่วนใหญ่ลงทุนโดยชาวต่างชาติ เป็นธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้า และมีจำนวนพนักงาน 101 - 500 คน มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย 10 ปี - 20 ปี และมีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 20,000,000 บาท มีกำไรเฉลี่ย 10,000,000 - 20,000,000 บาทต่อปี สำหรับการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารส่วนใหญ่ จะเป็นการเช่าระยะยาว ตั้งแต่ 1 ปี - 3 ปี โดยมีการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารครั้งละ 2 - 5 เครื่อง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในแต่ละครั้ง 10,000 - 50,000 บาท รูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่นิยมเช่ามากที่สุด ได้แก่ เครื่องถ่ายเอกสารที่มีขนาดกลาง สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ กลุ่มตัวอย่าง เคยทำการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร และให้บริการ ของ บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด มากที่สุด โดยหากทำการเช่าจะติดต่อกับบริษัทให้เช่าโดยตรง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารด้านผลิตภัณฑ์คือ คุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน

และให้บริการที่ติดต่อดี การเช่า ด้านราคา คือ ค่าเช่าเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการเช่า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดจำหน่ายคือ การส่งเครื่องให้เช่าในปริมาณที่ถูกต้อง และตรงเวลา ด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีการเอาใจใส่ติดตามสอบถามลูกค้าอยู่เสมอ สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ลักษณะธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า จำนวนพนักงาน มีความสัมพันธ์กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า และ ลักษณะความเป็นเจ้าของ กำไรเฉลี่ยต่อปี มีความสัมพันธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะคือ ผู้เช่าต้องการการบริการ ที่รวดเร็วทันใจ เมื่อเกิดการติดขัดของเครื่องที่ทำการเช่า และต้องการคำแนะนำในการใช้เครื่องจากพนักงานที่เต็มใจในการให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส ผู้ประกอบการอาจจะดำเนินการ มุ่งเน้นการบริการในส่วนดังกล่าว เพื่อสร้างความพึงพอใจ ความสัมพันธ์ ให้แก่ผู้เช่า และทำให้ผู้เช่ากลับมาใช้บริการอีก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ABSTRACT

Title : Factors Affecting the Decisions to Rent the Photocopiers in Bangkok
Student : Miss Yada Arsanaphan
Level of Study : Master of Business Administration
Major : Business Administration
Advisor : Associate Professor Amornsri Tanpipat

Nowadays, office facilities have been expanding. The copy machine leasing is an office facility business, and makes a lot profit, so there is a growth and high competition, but the business also fluctuates. This study was about decision-making factors regarding copy machine leasing in Bangkok that help to develop the leaser's performance, and service according to the customer's needs. Moreover, the research data could be useful for business, and marketing strategy. The data was collected by questionnaires from 280 copy machine leasing companies in Bangkok. Descriptive statistics were used to analyze the research data, and Chi-square analyzed the relationship between factors.

The research found that, most companies had foreign investment, produced and also sold. Employee were about 101-500 people, and they had done business in Thailand for 10-20 years. The registered capital was more than 20,000,000 Baht and the average profit was between 10,000,000-20,000,000 Baht per year. The type and specification of machines mostly leased were a medium sized machine, copy only, with black and white copy. Most respondents leased the copy machine from Fuji Xerox, and contacted company directly. The decision-making factor in terms of product was standard quality of the copy machine, and good service throughout the lease. Regarding pricing was reasonable to the quality. Placement concerned delivery in the right quantity and the right time. The promotion referred to always contacting the customers. The relationship analysis showed the business type did not relate to the type and specification of copy machine. The employee numbers were related to the type and

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ทางโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการได้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการเรียนการสอน
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

specification of copy machine, and business owner. Average yearly profit was related to the product, price, place and promotion.

The suggestion from the research is that lessees want quick service when the machine has a problem, and also receive suggestions with willingness and smiles from the staff. The company should emphasize these services in order to increase satisfaction, and relationships with the lessee.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

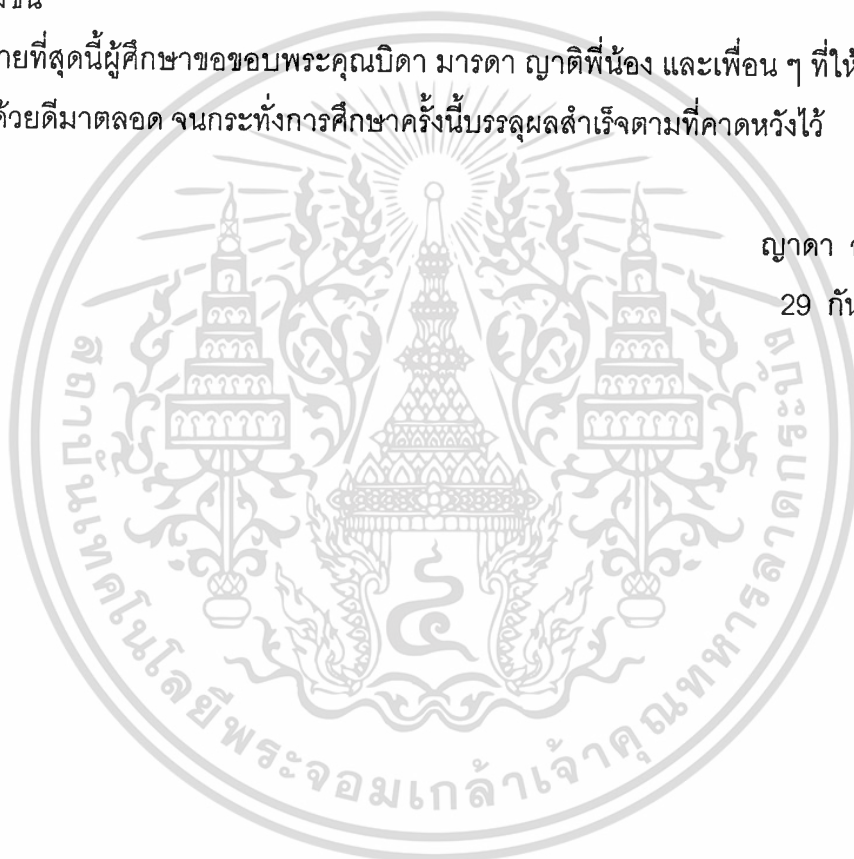
กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระในครั้งนี้สำเร็จลงด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์ ประธานกรรมการการศึกษาอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิสิทธิ์ แก้วฉา กรรมการการศึกษาอิสระ ที่กรุณาให้ความรู้และคำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่ทำให้การศึกษานี้มีคุณค่าและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ท้ายที่สุดนี้ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้อง และเพื่อน ๆ ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนด้วยดีมาตลอด จนกระทั่งการศึกษานี้บรรลุผลสำเร็จตามที่คาดหวังไว้

ญาดา อาสานะพันธุ์

29 กันยายน 2548



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
สารบัญ	(2)
สารบัญตาราง	(4)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
การตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	6
สมมุติฐานการศึกษา	9
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดองค์กร	10
พฤติกรรมกรรมการซื้อขององค์กร	12
ส่วนประสมการตลาด	14
ธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสาร	17
การเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	18
ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสาร	22
ข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสาร	25
บทที่ 3 ผลการศึกษา	30
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ที่ตอบแบบสอบถาม	30
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	34
ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่อง ถ่ายเอกสาร	40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	หน้า
การทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะธุรกิจ และจำนวนพนักงาน กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า	43
การทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะความเป็นเจ้าของ กำไร เฉลี่ยต่อปี กับปัจจัยส่วนผลสมทางการตลาด	45
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	52
สรุป	52
ข้อเสนอแนะ	53
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก	57
ประวัติผู้เขียน	63



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะความเป็นเจ้าของ	30
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะธุรกิจ	31
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนพนักงาน	32
4	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง	32
5	จำนวนและร้อยละเงินทุนจดทะเบียนของกลุ่มตัวอย่าง	33
6	จำนวนและร้อยละของกำไรเฉลี่ยต่อปีของกลุ่มตัวอย่าง	33
7	จำนวนและร้อยละจำนวนเครื่องถ่ายเอกสารที่เช่าแต่ละครั้ง	34
8	จำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารแต่ละครั้ง	35
9	จำนวนและร้อยละ ระยะเวลาการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	35
10	จำนวนคำตอบและร้อยละรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสาร	36
11	จำนวนและร้อยละบริษัทเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่เคยทำการเช่า	37
12	จำนวนและร้อยละบริษัทเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่ใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด	37
13	จำนวนและร้อยละลักษณะการให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	38
14	จำนวนและร้อยละของนโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	38
15	จำนวนและร้อยละเหตุผลที่ใช้นโยบายการเช่าไม่มุ่งเน้นบริษัทใดบริษัทหนึ่ง	39
16	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ใช้นโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารกับบริษัทให้เช่า เพียงบริษัทเดียว	40
17	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	41
18	ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	42
19	ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	42
20	ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	43
21	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะธุรกิจ กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า	44
22	ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงาน กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่าย	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ทำการเช่าการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่		หน้า
23	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	46
24	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	47
25	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย	48
26	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด	48
27	ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์	49
28	ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	50
29	ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	50
30	ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	51

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	จำนวนเครื่องถ่ายเอกสารให้เช่าระยะสั้น (1วัน -1ปี) ของ บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด สาขาวิภาวดีรังสิต พ.ศ.2545 – 2547	2
2	จำนวนเครื่องถ่ายเอกสารให้เช่าระยะยาว (1ปี เป็นต้นไป) ของ บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด สาขาวิภาวดีรังสิต พ.ศ.2545 – 2547	2
3	ปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อสินค้าธุรกิจ	13
4	กระบวนการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	21



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

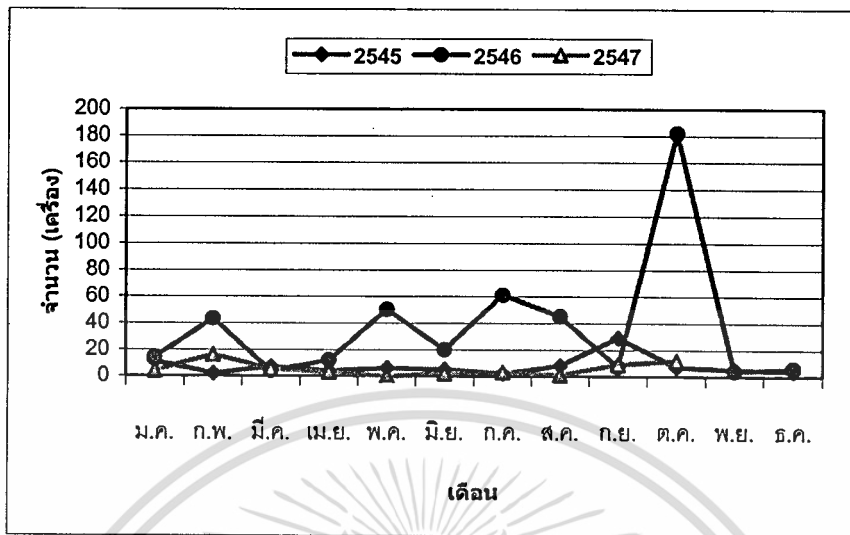
บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

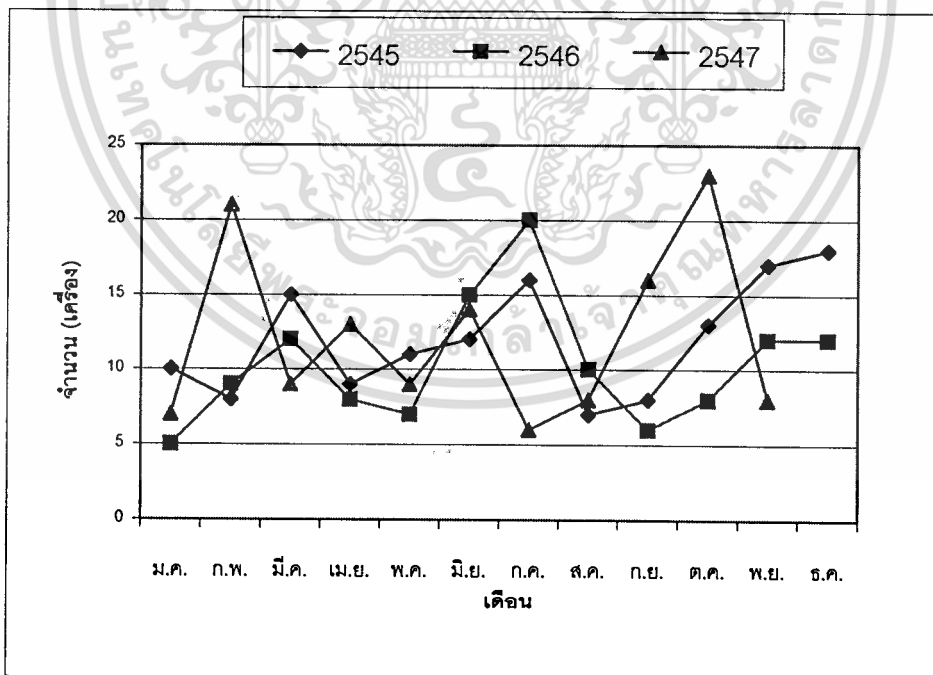
ความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศในอัตราที่สูงขึ้น ทำให้การขยายกิจการของภาคธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจด้านเทคโนโลยี และเครื่องอำนวยความสะดวกที่ใช้ในสำนักงาน ย่อมขยายตัวตามไปด้วยเช่นกัน ธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสารซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจเครื่องอำนวยความสะดวกในสำนักงานจึงมีการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นตามไปด้วย โดยตลาดรวมเครื่องถ่ายเอกสารในปี พ.ศ. 2545 ประมาณ 80,000 เครื่อง คิดเป็นมูลค่า 2,400 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2546 ตลาดรวมเครื่องถ่ายเอกสารประมาณ 100,000 เครื่อง คิดเป็นมูลค่า 30,000 ล้านบาท โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดดังต่อไปนี้ บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัดจำกัด ร้อยละ 30 บริษัทแคนนอนร้อยละ 25 บริษัทเคียวเซร่า ร้อยละ 10 บริษัทซาร์ป ร้อยละ 10 อื่น ๆ ร้อยละ 25 (วรุตม, 2546)

การให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสาร โดยสัดส่วนการทำตลาดเครื่องเช่ามีประมาณ ร้อยละ 60 จำหน่ายเครื่องประมาณ ร้อยละ 40 (นิรนาม, 2546) ฉะนั้น การให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารจึงเป็นส่วนสำคัญในการทำกำไรให้กับธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสาร ซึ่งการเจริญเติบโตที่สูงขึ้นของตลาดเครื่องถ่ายเอกสารส่งผลทำให้การให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารเติบโตตามไปด้วย ธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสารจึงให้ความสำคัญการให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันกันในตลาด ทั้งทางด้านบริการและค่าเช่า โดยกิจการต่างกำหนดแนวทางของรูปแบบการให้บริการ หรือ ค่าเช่า ในแบบต่าง ๆ เพื่อหวังส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสาร (นิรนาม, 2546) การแข่งขันด้านการให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้ปริมาณการให้เช่าเครื่องเอกสารของธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสารแต่ละแห่งจึงมีความผันผวนไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของแต่ละธุรกิจนำมาใช้ ดังเห็นได้จากผลประกอบการของจำนวนเครื่องถ่ายเอกสารให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารระยะสั้น น้อยกว่า 1 ปี (ภาพที่ 1) และมากกว่า 1 ปี (ภาพที่ 2) ของบริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด ธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสารที่ต้องการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด หรือ ต้องการผลกำไร ส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากขึ้น จึงต้องมีกลยุทธ์ที่ดี เพื่อเป็นสิ่งจูงใจที่จะรักษาผู้เช่ารายเก่าให้คงอยู่ หรือ เพื่อให้มีผู้เช่ารายใหม่มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 จำนวนเครื่องถ่ายเอกสารให้เช่าระยะสั้น (1 วัน -1 ปี) ของ บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด สาขาวิภาวดีรังสิต พ.ศ.2545 – 2547
ที่มา : (บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด, 2547)



ภาพที่ 2 จำนวนเครื่องถ่ายเอกสารให้เช่าระยะยาว (1 ปี เป็นต้นไป) ของ บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด สาขาวิภาวดีรังสิต พ.ศ.2545 - 2547

ที่มา : (บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด, 2547) เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในครั้งนี้จึงได้ศึกษาถึงปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของผู้เช่า ตลอดจนศึกษาพฤติกรรมการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของผู้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการทำงานและคุณภาพการบริการของผู้ให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เช่ามากยิ่งขึ้น และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจ และปรับกลยุทธ์ในการบริหารและการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันขันในตลาดได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบข้อมูลทั่วไปของบริษัท ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ของบริษัทในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ได้ทราบข้อมูลปัจจัยด้านการตลาดที่สำคัญต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ตลอดจนความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการทำงาน และคุณภาพการบริการ ของผู้ให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เช่ามากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องอันได้แก่ ผู้ให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารสามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบธุรกิจ ปรับกลยุทธ์ในการบริหารและการตลาด ให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ในเขตกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ จะทำการศึกษาเฉพาะผู้เช่าซึ่งดำเนินธุรกิจในรูปแบบของบริษัทที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น บริษัทต่าง ๆ มักมีความจำเป็นที่ต้องใช้เครื่องถ่ายเอกสาร ประกอบกับมีเงินทุนที่มากพอที่จะเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร การศึกษาในครั้งนี้สอบถามข้อมูลจากผู้ที่มิอำนาจในการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร สำหรับช่วงเวลาศึกษาในครั้งนี้อยู่ในช่วง ธันวาคม พ.ศ.2547-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548

นิยามศัพท์

การเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร หมายถึง การเช่าเครื่องถ่ายเอกสารอย่างน้อยสุด 1 วัน เป็นต้นไป ผู้เช่า หมายถึง ผู้ที่ทำการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ซึ่งจะเป็นผู้กำหนดระยะเวลา และเงื่อนไขการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในที่นี้หมายถึง ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ และรับผิดชอบการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ผู้ให้เช่า หมายถึง บริษัทที่ให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ตามความต้องการของผู้เช่า

การตรวจเอกสาร

เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยในการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารยังไม่พบผู้ที่ทำวิจัยในเรื่องดังกล่าว หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องในลักษณะเดียวกัน การตรวจเอกสารจึงเป็นการนำเอาการศึกษาที่ใกล้เคียงกัน

กัลบังหา (2541) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า เครื่องคอมพิวเตอร์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่ นั้น ทางหน่วยงานเป็นผู้จัดซื้อให้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้จัดซื้อเอง ในสัดส่วน 41.2 ต่อ 39.3 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 55.3 มีความสนใจที่จะซื้อ เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องใหม่ในอนาคต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานอันเนื่องมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ แต่ความเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ตราเดิมมีเพียงร้อยละ 20.4 ซึ่งแสดงถึงความไม่จงรักภักดีในตราสินค้าสำหรับสินค้าคอมพิวเตอร์ ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล

ในการเลือกซื้อนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพของเครื่อง
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอมพิวเตอร์เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 15.4 อันดับสองคือ ปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 14.48 และอันดับสามคือปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย คิดเป็นร้อยละ 13.81

อนุชาติ (2543) การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารกิจการรถโฟล์คคลิฟในจังหวัดกรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์การศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้การบริหารกิจการรถโฟล์คคลิฟให้เข้าของผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ เพื่อศึกษาถึงแนวทางในการบริหารงาน การจัดการของผู้ประกอบการ และเพื่อศึกษาถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการดำเนินกิจการรถโฟล์คคลิฟให้เข้า ศึกษาโดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามถึงผู้ประกอบการรถโฟล์คคลิฟในกรุงเทพฯ ทั้งสิ้น 23 แห่ง ซึ่งผู้ประกอบการรถโฟล์คคลิฟในจังหวัดกรุงเทพฯ มีหลายประเภท โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ประเภทนิติบุคคล และประเภทส่วนบุคคล แต่ประเภทที่มีแนวโน้มประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ คือประเภทนิติบุคคล ซึ่งจะได้เปรียบในเรื่องของเงินทุน ระบบการบริหาร การจัดการที่ดีกว่า อีกทั้งในการดำเนินบริหารกิจการรถโฟล์คคลิฟให้เข้า ต้องให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ตัวรถโฟล์คคลิฟเข้า และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สถานที่ การประชาสัมพันธ์และราคา อีกประการหนึ่งคือ การศึกษาถึงแนวทางการบริหารงาน การวางกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จ เพื่อนำมาเป็นแบบอย่างแล้วนำมาปรับปรุงประยุกต์ให้เข้ากับองค์กรของตนให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่มีการแข่งขัน และเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ตลอดจนศึกษาเรียนรู้ถึงวิธีการแก้ไขปัญหาในเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นแบบอย่างในการแก้ไขปัญหาในยามที่เผชิญกับปัญหาซึ่งไม่สามารถแก้ไขด้วยตนเองได้ อันจะนำมาสู่การดำเนินบริหารงานได้อย่างประสิทธิภาพและประสิทธิภาพมากที่สุด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกิจการรถโฟล์คคลิฟในจังหวัดกรุงเทพฯ ได้ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาด ในด้านตัวรถโฟล์คคลิฟให้เข้า และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมากที่สุด รองลงมา คือ ให้ความสำคัญด้านราคา ด้านสถานที่ ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อพิจารณาการให้ความสำคัญด้านตัวรถโฟล์คคลิฟให้เข้าและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เป็นการให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาดและความปลอดภัย การตรวจเช็คสภาพรถให้พร้อมใช้ หากพิจารณาในเรื่องของระดับปัญหาในการบริหารกิจการรถโฟล์คคลิฟให้เข้า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการเงินทุนมากที่สุด รองลงมาคือปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านคู่แข่ง และปัญหาน้อยที่สุดคือปัญหาด้านลูกค้า สิ่งที่สำคัญที่ผู้ประกอบการรถโฟล์คคลิฟให้เข้าต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการและคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณากร (2545) ได้ทำการศึกษาคำเปรียบเทียบเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะและแบบโน้ตบุ๊ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย ศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของผู้บริโภค และพฤติกรรมการซื้อคอมพิวเตอร์ และศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะและแบบโน้ตบุ๊กของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ ศึกษาโดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้บริโภค โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่เคยซื้อคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะและแบบโน้ตบุ๊กในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 300 คน โดยใช้วิธีการทางสถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะร้อยละ 58.3 ซื้อคอมพิวเตอร์ประกอบเองแบบไม่มียี่ห้อในระดับราคา 25,000 – 43,999 บาท ในขณะที่ผู้เลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบโน้ตบุ๊กส่วนใหญ่จะเลือกซื้อคอมพิวเตอร์จากคอมแพค โดยระดับราคาที่เลือกซื้อส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 45,000 – 54,999 บาท ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอมพิวเตอร์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพของเครื่องและผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา อาชีพและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทางด้านราคา และการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะแบบโน้ตบุ๊กอย่างมีนัยสำคัญ

วิธีการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ของบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการศึกษาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมาเพื่อใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ผู้ใช้ตอบกรอกเอง โดยที่รายละเอียดต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นส่วนที่ศึกษาลักษณะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทที่ตอบแบบสอบถามในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการกับพฤติกรรมการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 เป็นส่วนที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 เป็นส่วนที่ศึกษาเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ในการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 การกำหนดกลุ่มของตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรจากสถิติการจดทะเบียนจัดตั้ง และคงอยู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ตั้งหoteเบี่ยน พ.ศ.2455 - ปัจจุบัน (31 ตุลาคม 2547) มี บริษัทจำกัด 158,826 แห่ง (กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์) แต่ไม่ทราบจำนวนบริษัทที่เคยเช่าเครื่องถ่ายเอกสารว่ามีกี่บริษัท จำนวนตัวอย่างที่ทำการสำรวจคำนวณโดยให้ความสำคัญกับระดับความเชื่อมั่นและระดับความผิดพลาดที่สามารถยอมรับได้ โดยใช้สูตรในการคำนวณดังต่อไปนี้

$$n = Z^2 / 4E^2$$

กำหนดให้ n คือขนาดของตัวอย่างที่จะทำการสุ่ม

Z คือระดับของความเชื่อมั่น (โดยในการสำรวจครั้งนี้ ตั้งระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับ 95 %)

E คือระดับความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (โดยในการทำสำรวจ ครั้งนี้ ตั้งระดับที่ยอมรับได้ไว้ที่ 6 %)

แทนค่าตัวแปรในสูตร จะได้ผลลัพธ์ ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} n &= (1.96)^2 / 4(0.06)^2 \\ &= 266 \end{aligned}$$

ดังนั้นจำนวนตัวอย่างทั้งหมดที่จะมาสำรวจในครั้งนี้ คือ 266 ตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาในกรณีที่แบบสอบถามเกิดความเสียหายจากข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในขั้นตอนกรอกแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจึงสำรองแบบสอบถามเพื่อรองรับปัญหาดังกล่าวไว้ประมาณร้อยละ 5 จะมีแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 280 ชุด

1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ดังนี้คือ

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการจงใจ (Purposive Sampling) จากการแบ่งพื้นที่ของกรมการปกครอง โดยเลือกเขตพื้นที่ที่ถือว่าสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานการศึกษา

ในการศึกษาได้กำหนดสมมติฐานการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของบริษัท ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. ลักษณะธุรกิจ จำนวนพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ทางด้านรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่เคยทำการเช่า
2. ลักษณะความเป็นเจ้าของ และ กำไรเฉลี่ยต่อปี ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ทางด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ครั้งนี้เป็น การศึกษาตลาดองค์กร ซึ่งมีความจำเป็นต้องเข้าใจในพฤติกรรมการซื้อขายขององค์กร ที่มีความ แตกต่างจากตลาดผู้บริโภค และแนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งการนำเอา ทฤษฎีดังกล่าวมาศึกษาจะก่อให้เกิดแนวความคิด ทำให้สามารถพิจารณาให้เห็นปัจจัยต่าง ๆ ที่ สอดคล้องสัมพันธ์กัน

แนวความคิดเกี่ยวกับตลาดองค์กร

ความหมายของตลาดองค์กร

ตลาดองค์กร(Organization Market) ตามความหมายของนักการตลาด หมายถึง กลุ่ม บุคคล และ (หรือ) องค์กรที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อการผลิต การอุตสาหกรรม การให้บริการ การดำเนิน กิจการ หรือ เพื่อการขายต่อ โดยได้แบ่งประเภทของตลาดองค์กรออกเป็น 2 ตลาด คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2541 : 152)

1. ตลาดธุรกิจ (Business Market) ซึ่งประกอบด้วย
 - 1.1 ตลาดอุตสาหกรรม (Industrial Market) หรือตลาดผู้ผลิต (Producer Market)
 - 1.2 ตลาดคนกลาง (Middleman Market) หรือตลาดขายต่อ (Reseller Market)
2. ตลาดรัฐบาล (Government Market) และตลาดสถาบัน (Institutional Market)

นอกจากนี้ตลาดธุรกิจ เป็นตลาดของสินค้า และบริการ ตลาดระหว่างในประเทศ และ ต่างประเทศ ตลาดที่มีการซื้อของธุรกิจ รัฐบาล และ สถาบันเพื่อผลิตเพื่อใช้ หรือเพื่อขายต่อ และมีความแตกต่างจากตลาดผู้บริโภคในแง่ของลักษณะตลาดความต้องการในตลาด พฤติกรรมของผู้ซื้อ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ-ผู้ขาย อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจ การเมือง และ กฎหมาย และกลยุทธ์การตลาด ซึ่ง ตลาดธุรกิจมีลักษณะดังต่อไปนี้ (Michael D.Hutt และ Thomas W.Speh 2001: 4)

1. มีผู้ซื้อจำนวนน้อยราย (Fewer Buyer)
2. ผู้ซื้อแต่ละรายเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ (Larger Buyer)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผู้ซื้อมักรวมกันอยู่ตามสภาพภูมิศาสตร์ (Geographically Concentrated Buyers)
4. มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขาย และลูกค้าอย่างใกล้ชิด (Close Supplier-Customer Relationship)
5. ความต้องการซื้อสินค้าธุรกิจ (Business Demand) ขึ้นอยู่กับความต้องการซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ธุรกิจผลิตขึ้นมา (Derived Demand)
6. ความต้องการซื้อสินค้าธุรกิจมีความยืดหยุ่นต่อราคาน้อย (Inelastic Demand)
7. ความต้องการซื้อสินค้าธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Fluctuating Demand)
8. ผู้ซื้อสินค้าธุรกิจเป็นระดับมืออาชีพ (Professional Purchasing)
9. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ มีจำนวนมาก (Several Buying Influences) ประกอบด้วย ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยเฉพาะบุคคล
10. ลักษณะการซื้อสินค้าธุรกิจอื่น (Other business demand) มีดังนี้
 - 10.1. การซื้อโดยตรง (Direct Purchasing)
 - 10.2. มีเงื่อนไขผูกพัน (Reciprocity)
 - 10.3. การเช่า (Leasing)

การซื้อขององค์กร (Organizational Buying)

การซื้อขององค์กร (Organizational Buying) เป็นกระบวนการตัดสินใจขององค์กร ซึ่งกำหนดลักษณะความต้องการในผลิตภัณฑ์ ประเมินผล และเลือกจากตราสินค้า ซึ่งในการซื้อขององค์กรมีข้อที่ควรพิจารณาคือ

1. องค์กรไม่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคหรืออรรถประโยชน์ส่วนบุคคลแต่ต้องการสินค้าและบริการเพื่อใช้ในการผลิต การขายต่อ หรือการให้บริการต่อไป
2. บุคคลหลายบุคคลเกี่ยวข้องกับกาซื้อในองค์กร โดยเฉพาะรายการสินค้าที่สำคัญ ๆ ผู้ตัดสินใจโดยทั่วไปมีความรับผิดชอบขององค์กร และการตัดสินใจซื้อ
3. องค์กรจะกำหนดนโยบาย เงื่อนไข และความต้องการเอาไว้ ซึ่งผู้ซื้อขององค์กรจะต้องระมัดระวังเกี่ยวกับสิ่งที่องค์กรกำหนดไว้
4. เงื่อนไขข้อเสนอ และสัญญาซื้อขาย จะต้องมีการขึ้นในตลาดขององค์กร ในขณะที่ตลาดผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พฤติกรรมการณ์ซื้อขององค์กร

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อขององค์กร

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อขององค์กรประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีบทบาท 7 กลุ่ม ได้แก่ (ศิริวรรณ 2541 : 157-158)

1. ผู้คิดริเริ่ม (Initiators) เป็นบุคคลซึ่งเริ่มต้นเสนอแนะให้ซื้อผลิตภัณฑ์ผู้ใช้ (User) เป็นบุคคลขององค์กรซึ่งใช้สินค้าหรือการบริการ ในบางกรณีผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นผู้เริ่มโครงการซื้อ และแสดงบทบาท ที่สำคัญในการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ใช้
2. ผู้ใช้ (Users) เป็นบุคคลขององค์กรซึ่งใช้สินค้าและบริการ ในบางกรณีผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นผู้เริ่มโครงการซื้อ และแสดงบทบาทที่สำคัญในการกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ใช้
3. ผู้มีอิทธิพล (Influencers) เป็นบุคคลขององค์กรที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมในการตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพลจะกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และจัดหาข้อมูลเพื่อประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นเจ้าหน้าที่เทคนิคของบริษัท
4. ผู้ตัดสินใจ (Deciders) เป็นบุคคลขององค์กรซึ่งมีอำนาจอย่างเป็นทางการ หรือไม่ เป็นทางการที่จะตัดสินใจขั้นสุดท้ายจากผู้ขายรายใดรายหนึ่ง การซื้อสินค้าประจำ หรือสินค้ามาตรฐานอาจกำหนดได้เป็นหน้าที่ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกำหนดเป็นคราวไป
5. ผู้อนุมัติ (Approvers) เป็นบุคคลที่อนุมัติการตัดสินใจซื้อและการเบิกจ่ายเงินผู้อนุมัติจะมีอำนาจสูงกว่าผู้ตัดสินใจซื้อ
6. ผู้ซื้อ (Buyers) ผู้ซื้อเป็นผู้ที่ทำการซื้อสินค้า ผู้ซื้อจะเลือกผู้ขายจัดระยะเวลาการซื้อ กำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ และเงื่อนไขการซื้อ
7. ผู้ควบคุมดูแล (Gatekeepers) ผู้ควบคุมคือ บุคคลขององค์กรซึ่งทำหน้าที่ควบคุมการซื้อ เช่น ทำหน้าที่ป้องกันไม่ให้พนักงานพบกับผู้ตัดสินใจซื้อ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อสินค้าธุรกิจ ประกอบด้วย 4 กลุ่มใหญ่ คือ สิ่งแวดล้อม องค์กร ความเกี่ยวข้องกับระหว่างบุคคลและปัจจัยเฉพาะบุคคล

1. ปัจจัยสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) เป็นปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น สิ่งแวดล้อมมหภาค ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า สิ่งแวดล้อมสังคม และสิ่งแวดล้อมของช่องทาง
- ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด การตัดสินใจที่มีอิทธิพลจากระดับดีมานด์ ภาวะเศรษฐกิจ ต้นทุนของเงิน อัตราการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและข้อห้ามต่าง ๆ

2. ปัจจัยภายในองค์การ (Organizational Factors) คือ กลุ่มของอิทธิพลซึ่งอยู่ในกระบวนการซื้อ แต่ละบริษัทจะกำหนดวัตถุประสงค์ นโยบาย กระบวนการ โครงสร้างและระบบเป็นแนวทางในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยสิ่งแวดล้อม (Environment)	ปัจจัยภายในองค์การ (Organizational)	ปัจจัยระหว่างบุคคล (interpersonal)	ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual)	ผู้ซื้อ (สินค้าธุรกิจ) (Business buyer)
ระดับความต้องการซื้อ (Level of demand)	วัตถุประสงค์ (Objectives)	ความสนใจ (Interests)	อายุ (Age)	
ภาวะเศรษฐกิจ (Economic outlook)	นโยบาย (Policies)	อำนาจ (Authority)	รายได้ (Income)	
ต้นทุนของเงิน (Cost of money)	กระบวนการ (Procedures)	สถานะ (Status)	การศึกษา (Education)	
อัตราการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Rate of technological change)	โครงสร้างขององค์การ (Organizational structures)	ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy)	ตำแหน่งงาน (Job position)	
การพัฒนาด้านการเมืองและข้อห้ามต่าง ๆ (Political and regulatory developments)	ระบบ (systems)	การชักชวน (Persuasiveness)	บุคลิกภาพ (Personality)	
การพัฒนาการแข่งขัน (Competitive development)			ความเสี่ยง (Risk attitudes)	
			วัฒนธรรม (Culture)	

ภาพที่ 3 ปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าธุรกิจ (Major Influences on Business Buying Behavior)

ที่มา : (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ลำดับการตัดสินใจซื้อสินค้าอุตสาหกรรมไว้ ซึ่งเป็นกระบวนการตัดสินใจซื้อไว้ดังนี้ (ศิริวรรณ 2541 : 161-162)

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition)
2. การกำหนดรายละเอียดความต้องการผลิตภัณฑ์ (General Need Description)
3. การกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Specification)
4. การค้นหาผู้ขาย (Supplier Search)
5. การพิจารณาข้อเสนอในการขาย (Proposal Solicitation)
6. การคัดเลือกผู้ขาย (Supplier Selection)
7. การกำหนดลักษณะเฉพาะของคำสั่งซื้อ (Order Routine Specification)
8. การตรวจสอบการปฏิบัติงาน (Performance Review)

ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย คือ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เครื่องมือการตลาด 4 ประการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเรียกสั้น ๆ ว่า 4P's (Kotler, 1997:92)

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอกับตลาดเพื่อความสนใจ (Attention) ความอยากได้ (Acquisition) การใช้ (Using) หรือการบริโภค (Consumption) ที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็น การตัดสินใจในลักษณะที่มีคุณสมบัติอะไรบ้าง แล้วนักการตลาดจึงนำมากำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ โดยคำถามที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้

1. ขนาด รูปร่างลักษณะ และคุณสมบัติอะไรบ้างที่ผลิตภัณฑ์ควรมี

2. ผลิตภัณฑ์ควรบรรจุหีบห่ออย่างไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ลักษณะการบริการที่สำคัญของผู้บริโภคคืออะไร
4. การได้รับประกันและโปรแกรมการให้บริการอะไรบ้างที่ควรจัดให้
5. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง คืออะไร

ราคา (Price)

ราคา หมายถึง สิ่งที่ถูกคลดายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตรา (Staton and Futrell, 1987:650) หรืออาจหมายถึงจำนวนเงิน และ/หรือ สิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาดต้องตัดสินใจด้านราคาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดมูลค่า (Value) ในตัวสินค้า มูลค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้าต้องมากกว่าต้นทุน (Cost) หรือราคา (Price) ของสินค้านั้น ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อ ก็ต่อเมื่อมูลค่ามากเกินกว่าราคาสินค้า โดยคำถามที่เกี่ยวข้องกับราคา และเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้

1. ผู้บริโภคมีการรับรู้ราคา (Awareness) ว่าเหมาะสม กับสินค้านั้นอย่างไร (How)
2. ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสินค้าต่าง ๆ อย่างไร
3. ปริมาณการลดราคาที่เป็นเพื่อกระตุ้นในการซื้อ ระหว่างการแนะนำสินค้าใหม่ และการส่งเสริมการขาย ควรเป็นจำนวนเท่าใด
4. ขนาดของส่วนลดที่ให้กับผู้ซื้อเงินสดเท่าใด

การจัดจำหน่าย (Place or Distribution)

การจัดจำหน่าย หมายถึง การเลือกและการใช้ผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด ประกอบด้วยคนกลาง บริษัทขนส่ง และบริษัทเก็บรักษาที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย โดยสร้างอรรถประโยชน์ด้านเวลา สถานที่ ความเป็นเจ้าของ (Staton and Futrell, 1987:650) หรือ อาจหมายถึงโครงสร้างช่องทาง (สถาบันและกิจกรรม) ที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์การไปสู่ตลาด (Boone and Kurtz, 1989:65) ส่วนประกอบของกิจกรรม และสถาบันการตลาดที่ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ถูกต้องไปยังลูกค้า การจัดจำหน่ายจึงเกี่ยวกับกลไกในการเคลื่อนย้ายสินค้า และบริการไปยังผู้บริโภค ซึ่งต้องพิจารณาถึงวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อขาย การตัดสินใจในการจัดจำหน่ายจะได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมผู้บริโภค โดยคำถามจะเกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่าย และเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

ลักษณะโครงสร้างการจัดจำหน่ายเพื่อการค้าปลีกอะไรบ้างที่ควรใช้ในการเสนอขาย

1. ควรขายสินค้าที่ไหน (Where) เป็นจำนวนมากน้อยเพียงใด
2. จะนำสินค้าอะไรบ้างไปยังร้านค้าปลีก (What)
3. ความจำเป็นของบริษัทที่จะทำการควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ การควบคุมธุรกิจ การจำหน่ายเป็นอย่างไร (How)
4. ภาพลักษณ์ และลักษณะของร้านค้าปลีกมีอะไรบ้างที่ควรสร้างขึ้นมา (What)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรมการซื้อ (Buying Behavior) วัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสารเพื่อจูงใจและเตือนความทรงจำ ซึ่งเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ โดยพิจารณาความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน เครื่องมือที่ส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์ ซึ่งกลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา ยุทธวิธีการโฆษณา กลยุทธ์สื่อ

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้เกี่ยวข้องกับ กลยุทธ์การขายตรงโดยใช้พนักงาน การจัดการหน่วยงานขาย

3. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) หมายถึงกิจกรรมส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าชั้นสุดท้าย

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity And Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่มีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึงความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติ ที่ดีต่อองค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งการให้ข่าวถือเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

5. การตลาดทางตรง (Direct marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงแก่กับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที

จากการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสาร

ประวัติเครื่องถ่ายเอกสาร

เมื่อในปี พ.ศ.2478 นักฟิสิกส์ชาวอเมริกัน ชื่อ เชสเตอร์ เอฟคาร์ลสัน (Chester F. Carson) ได้ผลิตเครื่องถ่ายเอกสารและจดสิทธิบัตร เป็นครั้งแรกโดยใช้กระบวนการทำสำเนาอย่างง่าย โดยเริ่มต้นจากการคิดค้นวิธีการทำสำเนาแบบพิมพ์เขียวและเอกสารอื่น ๆ ซึ่งทำให้สะดวกต่อการทำสำเนาเอกสารในสำนักงานอย่างมาก นายคาร์ลสันได้ค้นพบวิธีทำสำเนาอย่างหยาบโดยใช้ประจุไฟฟ้า (คล้ายกับไฟฟ้าสถิตย์) กระบวนการดังกล่าวเรียกว่า Xerography ซึ่งมาจากภาษากรีกสองคำ คือ Xeros (แห้ง) Graphikos (พิมพ์) ดังนั้น Xerography จึงหมายถึง การพิมพ์แห้ง เครื่องถ่ายเอกสาร วิวัฒนาการมาจากระบบการถ่ายภาพที่ใช้กับกล้องถ่ายภาพทั่วไป คือบันทึกภาพ หรือ วัตถุลงบนฟิล์มถ่ายภาพ (Negative) ล้างฟิล์มถ่ายภาพด้วยน้ำยาและนำฟิล์มไปล้างน้ำยาแล้วเข้าเครื่องอัดภาพ อัดลงบนกระดาษอัดภาพ (Positive) ก็จะได้ภาพตามที่ต้องการ จากหลักการดังกล่าว นายคาร์ลสันได้นำมาประดิษฐ์เครื่องถ่ายเอกสาร

ในปี พ.ศ. 2479 นายคาร์ลสัน ต้องตรวจเอกสารในบริษัทเครื่องใช้ไฟฟ้าแห่งหนึ่ง และรู้สึก ว่าสำเนาเอกสารของสิ่งประดิษฐ์ในสิทธิบัตรนั้นมีไม่พอใช้งาน และเสียเวลามากที่ต้องพิมพ์และตรวจทานกันใหม่ หากจะไปใช้วิธีถ่ายภาพจากเอกสารก็มีค่าใช้จ่ายที่สูง นายคาร์ลสัน จึงคิดหาทางทำเครื่องที่ถ่ายสำเนาเอกสารให้รวดเร็ว โดยหาข้อมูลในห้องสมุดเน้นการศึกษาผลงานนักวิทยาศาสตร์ที่ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแสงกับไฟฟ้าสถิต และเริ่มต้นหาว่าวิธีนำความรู้นี้ มาใช้ในกระบวนการสร้างภาพด้วยไฟฟ้าสถิต โดยการเข้าห้องทดลองในย่านแอสโตเรีย ของนิวยอร์ก และมีผู้ช่วยนักฟิสิกส์ชาวเยอรมัน ชื่อ ฮอดโต คอร์นี

ในปีพ.ศ. 2481 นายคอร์นีเขียนคำว่า "10-22-38 แอสโตเรีย" ลงบนแผ่นกระจกสำหรับกล้องจุลทรรศน์ จากนั้นก็เคลือบแผ่นสังกะสีด้วยผงกำมะถัน แล้วถูแรง ๆ ทำให้เกิดกระแสไฟฟ้าสถิต จากนั้นก็ประกบแผ่นกระจกเข้ากับแผ่นสังกะสีเคลือบกำมะถัน และนำแผ่นทั้งสองไปวางใต้หลอดไฟฟ้าแบบหลอดที่สว่างจ้า แล้วเขย่าผงที่เคลือบไว้ให้หลุดออกมาบางส่วน เหลืออยู่แต่คำว่า "10-22-38 แอสโตเรีย" ซึ่งเหมือนต้นฉบับ แต่ไม่มีบริษัทโดยอมชื่อสิทธิบัตรสิ่งประดิษฐ์

ในปีพ.ศ. 2502 เครื่องถ่ายเอกสารเครื่องแรกก็เปิดตัว ในชื่อว่าเครื่องถ่ายรุ่น 914 โดยใช้ระบบที่เรียกว่า Xerography มาจากภาษากรีก แปลว่า "แห้ง" และ "เขียน" เพียงแค่กดปุ่ม ก็ถ่ายสำเนาลงบนกระดาษขาวได้อย่างง่ายดาย นวัตกรรมนี้ประสบความสำเร็จท่วมท้น นับแต่นั้นเป็น

ต้นมา เครื่องถ่ายเอกสาร ก็กระจายไปทั่วโลก และอยู่ในสถานที่ทำงานเกือบทุกแห่ง

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้คัดลอกเอกสาร และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การดำเนินธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสารในประเทศไทย

การดำเนินธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสาร ในประเทศไทยมีขึ้นเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน ในปี พ.ศ. 2510 โดย บริษัท ฟุจิ ซีร็อก จำกัด สาขากรุงเทพ ของประเทศญี่ปุ่นมาเปิดสาขาในประเทศไทย ในบทบาทของตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้สำนักงานบนถนนราชดำริเป็นแห่งแรก และ มีการเปิดสาขาที่สอง บริเวณถนนสาทร ซึ่งเป็นการให้บริการรับถ่ายเอกสารด้วยกระดาษเป็นแห่งแรกในประเทศไทยและต่อมามีการร่วมทุนระหว่าง ไทย – ญี่ปุ่น จึงกลายเป็นบริษัทไทยฟุจิ ซีร็อก จำกัด ซึ่งมีหน้าที่ในการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ “ซีร็อก” เข้ามาให้เช่าและจัดจำหน่าย โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าในประเทศไทยเป็นสำคัญ

การเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ในปี พ.ศ. 2510 ประเทศไทยได้มีเครื่องถ่ายเอกสารเข้ามาเป็นครั้งแรกโดย บริษัท ฟุจิ ซีร็อก จำกัด นั้น ซึ่งเป็นการให้บริการรับถ่ายเอกสารด้วยกระดาษเป็นแห่งแรกในประเทศไทย ราคาเอกสารที่ถ่ายต่อแผ่นจะมีราคาสูงมาก การใช้เครื่องถ่ายเอกสารต้องเป็นผู้มีความรู้โดยเฉพาะ ผู้ใช้บริการมักเป็นบุคคลหรือหน่วยงานที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับร้านที่มีฐานะทางการเงิน และต้องการความรวดเร็วเป็นหลัก ในเวลาต่อมาการถ่ายเอกสารเริ่มเป็นที่ได้รับความนิยม ผู้ใช้บริการไม่ได้เฉพาะเป็นบุคคลที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกับร้านเท่านั้น บริษัท ฟุจิ ซีร็อก จำกัด ในขณะที่นั้น จึงนำเช่าเครื่องถ่ายเอกสารเพิ่มเติมเพื่อรองรับกับลูกค้าที่มีมากขึ้น จนมีการขยายสาขาอีกหลายแห่งในเขตกรุงเทพมหานคร

ในเวลาต่อมาในปี พ.ศ. 2525 การพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านเครื่องถ่ายมีสูงขึ้น ซึ่งทำให้ใช้งานได้ง่าย ความคมชัดของเอกสารที่ถ่ายมีมากขึ้น และ การถ่ายเอกสารไม่ต้องใช้เวลานาน ประกอบกับ เครื่องถ่ายเอกสารเป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้แก่ธุรกิจ หรือหน่วยงานต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี และ การใช้งานอย่างแพร่หลาย บริษัท ฟุจิ ซีร็อก จำกัด ซึ่งได้เปลี่ยนชื่อ เป็น บริษัท ไทยฟุจิ ซีร็อก จำกัด จึงได้เปิดให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร และจำหน่ายเครื่องถ่ายเอกสารขึ้นเป็นครั้งแรก โดยเครื่องที่ใช้เช่าและจำหน่ายนี้เป็นเครื่องที่ทางบริษัทต้องสั่งซื้อมาจากสาขาของบริษัทจากต่างประเทศ ราคาที่จำหน่ายเครื่อง และ ราคาเช่าเครื่องยังมีราคาที่สูง ส่งผลให้จำนวนการจำหน่ายเครื่องและการเช่าเครื่องอยู่ในปริมาณต่ำ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่ผลประโยชน์ที่ดี และนิยมที่จะเช่าเครื่องถ่ายเอกสารมากกว่า เนื่องจากไม่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องลงทุนสูงเท่ากับการซื้อเครื่องมาใช้เอง และ ไม่ต้องกังวลเรื่องเครื่องชำรุดพัง การบำรุงรักษา ประกอบกับค่าใช้จ่ายด้านการเช่าจะขึ้นอยู่กับการใช้ หากใช้จำนวนมากก็จะมีค่าใช้จ่ายมาก ถ้าใช้ในจำนวนน้อยก็จะมีค่าใช้จ่ายน้อย ฉะนั้นในช่วงแรกการเปิดการจำหน่าย และเช่าเครื่องถ่ายเอกสารของบริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จึงถือได้ว่าการให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารสามารถทำรายได้ให้แก่บริษัทเป็นจำนวนเงินที่สูงมาก

ในปี พ.ศ. 2530 การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการพิมพ์ และเครื่องถ่ายเอกสาร มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วอย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง ส่งผลให้เครื่องถ่ายเอกสารยังมีประสิทธิภาพในการพิมพ์ สำเนาได้อย่างรวดเร็ว คมชัดมากขึ้นกว่าเดิม ใช้งานได้ง่าย และมีราคาที่ถูกลง แต่การแก้ปัญหาของเครื่องยังต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญ การถ่ายเอกสารเป็นที่นิยมในประเทศไทย และการถ่ายในแต่ละครั้งเป็นจำนวนมาก ซึ่งในขณะนั้นธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสารมีเพียงบริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด เท่านั้น การถ่ายเอกสารในปริมาณที่มาก ต้องรอคอยเอกสารที่ถ่ายสำเนาเป็นเวลานาน และสาขาที่ให้บริกรรมมีเพียงไม่กี่สาขา ส่งผลให้การเช่าเครื่องถ่ายเอกสารเป็นที่นิยมมาก และ เป็นทางออกที่ทางบริษัท หรือ หน่วยงานต่าง ๆ ส่วนใหญ่ใช้ มากกว่าการลงทุนซื้อเครื่องถ่ายเอกสารซึ่งต้องใช้งบลงทุนที่สูง ทั้งยังต้องจัดการด้านการซ่อมบำรุงรักษาเครื่อง ซึ่งต้องใช้ผู้ที่มีความรู้เฉพาะ หากเครื่องเสียก็จะเกิดปัญหายุ่งยากและค่าใช้จ่ายตามมา บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด ในขณะนั้นจึงมีธุรกิจหลักคือ การให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ปัจจุบันการให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารซึ่งมีสัดส่วนการทำตลาดเครื่องเช่ามีประมาณ 60% (นิรนาม, 2546) ของตลาดเครื่องถ่ายเอกสาร เหตุที่สัดส่วนการทำตลาดด้านเครื่องเช่ามีอัตราที่ลดลงเนื่องมาจากเทคโนโลยี ด้านเครื่องถ่ายเอกสารมีมากขึ้น การใช้งานง่ายขึ้น การแก้ไขปัญหาเครื่องสามารถทำได้ง่ายขึ้น และราคาเครื่องถ่ายเอกสารถูก บริษัท หรือหน่วยงานต่าง ๆ จึงหันมาซื้อเครื่องถ่ายเอกสารมาใช้เองในสำนักงาน แต่การให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารยังถือเป็นธุรกิจหลักในการทำกำไรให้กับธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสาร จึงมีบริษัทต่าง ๆ มากมายที่ให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร อันได้แก่ บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด บริษัทแคนนอน บริษัทเคียวเซร่า บริษัทชาร์ป บริษัทริโก้ บริษัทโคนิกา ฯลฯ ซึ่งลูกค้าในปัจจุบัน มีทั้งทางภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา การแข่งขันการให้เช่ามีมาก ซึ่งกลยุทธ์ด้านราคาถูกนำมาใช้เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด บริษัทให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารต้องปรับกลยุทธ์ และวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยเน้นประสิทธิภาพของการให้บริการเป็นหลัก แนวโน้มการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในอนาคตจะลดลงเนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่หันไปซื้อเครื่องถ่ายเอกสารมาใช้เอง และ ราคาเครื่องถ่ายเอกสารราคา ถูก สามารถซ่อมได้โดยง่าย ไม่ต้องเป็นช่างเฉพาะจากบริษัทจำหน่ายเครื่อง ประกอบกับมีการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำหน่ายเครื่องถ่ายเอกสารที่ใช้แล้วจากต่างประเทศซึ่งราคาจะถูกมากหากเทียบกับเครื่องถ่ายเอกสารใหม่

รูปแบบการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

การเช่าเครื่องถ่ายเอกสารแบ่งตามระยะเวลาของการเช่าซึ่งมีอยู่ 2 รูปแบบดังต่อไปนี้

1. การเช่าเครื่องถ่ายเอกสารระยะสั้น

การเช่าระยะสั้นนี้ จะมีระยะเวลาเช่าตั้งแต่ 1 วัน – ไม่เกิน 1 ปี โดยการกำหนดค่าเช่าโดยส่วนใหญ่จะกำหนดเป็นจำนวนแผ่นโดยมีกำหนดการใช้ต่อเดือนไม่เกินจำนวนที่กำหนดไว้ เพราะจะเกินขีดความสามารถของเครื่อง เช่น เครื่องถ่ายเอกสารขนาดเล็กถ่ายเอกสารได้ไม่เกิน 7,500 แผ่นต่อเดือน บริษัทให้เช่าจะกำหนดให้เช่าคิดค่าเช่าราคา 4,500 บาทต่อเดือนโดยให้ถ่ายเอกสารได้ 3,000 แผ่น หากใช้งานเกินจะมีการคิดราคาเพิ่มเติมต่อแผ่นตามที่กำหนดไว้แต่รวมแล้วต้องไม่เกิน 7,500 แผ่น ต่อเดือนหากเกินกว่านี้ จะต้องเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่มีขนาดใหญ่กว่าเดิม เป็นต้น การเช่าระยะสั้นส่วนใหญ่จะเช่าเนื่องจากทางบริษัท หรือหน่วยงาน ต่าง ๆ มีความต้องการใช้เครื่องถ่ายเอกสารเฉพาะ หรือมีงานในปริมาณที่มากเกินกว่าปกติ

2. การเช่าเครื่องถ่ายเอกสารระยะยาว

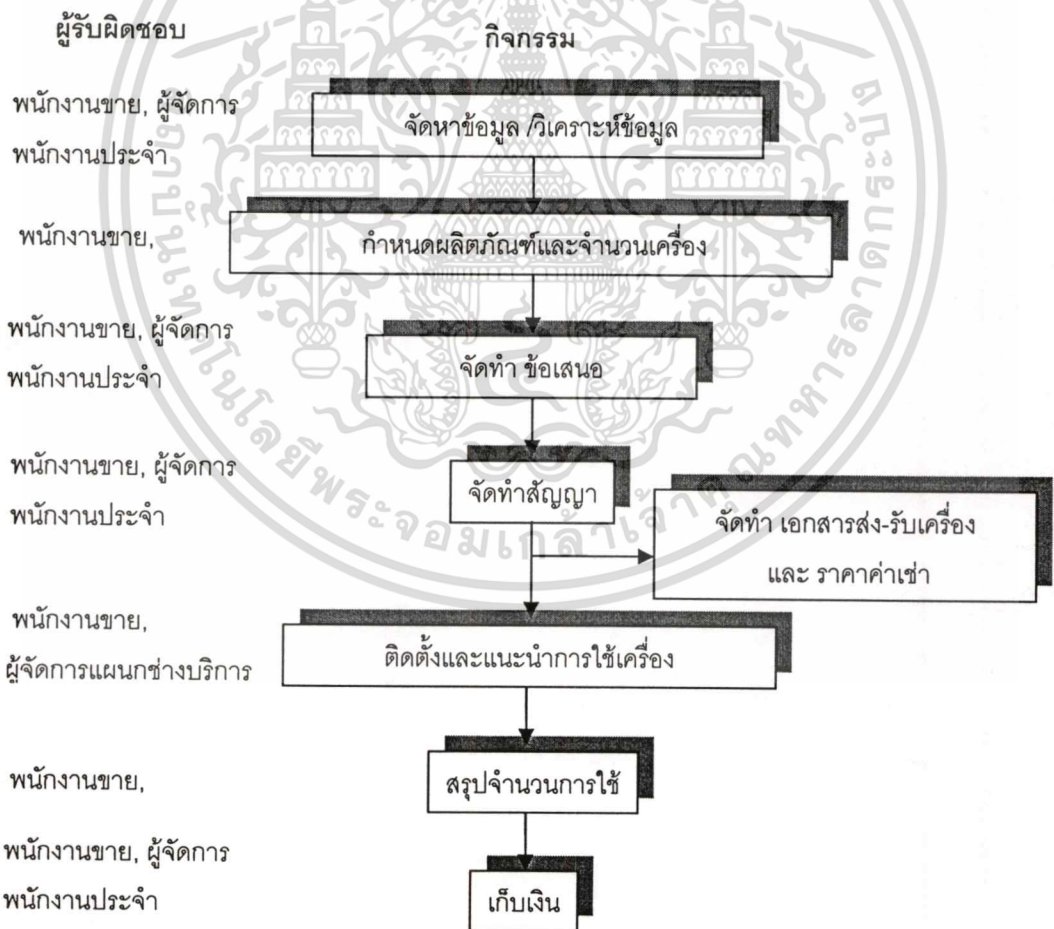
การเช่าระยะยาว จะมีระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปีเป็นต้นไป การกำหนดราคาเช่าโดยส่วนใหญ่จะเป็นการคำนวณ ปริมาณที่ใช้ในแต่ละปี และมีการเซ็นสัญญาการเช่าไว้เป็นหลักฐาน การเช่าลักษณะนี้ ส่วนใหญ่ จะเช่ามาใช้ในสำนักงานที่เป็นปกติ ที่ไม่ต้องการยุ่งยากในการบำรุงรักษา หรือซ่อมบำรุง หากเกิดปัญหา ก็สามารถเรียกช่างของบริษัทที่ให้เช่ามาแก้ไข ซึ่งสะดวกสบาย

กระบวนการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

กระบวนการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารนั้นเริ่มตั้งแต่ผู้ที่ต้องการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารนั้นติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการเช่าเครื่อง ซึ่งอาจโดยทางโทรศัพท์ หรือ ทางอินเทอร์เน็ต มายังบริษัทที่ให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ซึ่งพนักงานขาย ก็จะเป็นผู้จัดหาข้อมูลการเช่าเครื่อง และ รายละเอียดในการเช่าให้แก่ลูกค้า พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากลูกค้ามาควรจะให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสารรุ่นใด และ ปริมาณเครื่องที่เหมาะสมกับความต้องการ จัดทำเป็นใบเสนอราคา หรือ ข้อเสนอ ส่งให้ลูกค้ารับทราบข้อมูลเบื้องต้น เมื่อลูกค้าตัดสินใจที่จะเช่าเครื่องถ่ายเอกสารพนักงานก็จะจัดทำสัญญาเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร โดยการทำสัญญาเช่านี้พนักงานขายต้องคอยติดตามลูกค้าอย่างใกล้ชิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการสงวนสิทธิ์เพื่อการค้าเท่านั้น มิฉะนั้นผู้ใดที่เห็นใจเชิงบรรณรักษ์หรือผู้ใดที่ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อให้เข้าใจ ลักษณะ เงื่อนไขการเช่า ให้ถูกต้องชัดเจน หลังจากนั้น พนักงานขายจัดทำ เอกสาร ส่ง-รับเครื่อง และ ราคาเช่า ซึ่งจะแจ้งรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ส่ง- กลับ เบอริติดต่อลูกค้า ส่งให้ทางแผนกช่างบริการส่งเครื่องถ่ายเอกสารให้รับทราบ พนักงานแผนกดังกล่าวก็จะจัดส่ง เครื่อง พร้อมการติดตั้ง แนะนำการใช้เครื่อง ให้ลูกค้าตาม Movement ที่พนักงานขายได้จัดทำให้ ซึ่งพนักงานขายจะต้องเข้าไปอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ในการจัดส่งเครื่องด้วย การเช่า เครื่องของทางลูกค้าหากเครื่องมีปัญหาก็สามารถเรียกช่างซ่อมจากทางบริษัทเช่าได้ตลอดเวลา เมื่อครบกำหนดการเช่าพนักงานช่างบริการก็จะเข้าเก็บเครื่องพร้อมทั้งจัดมิเตอร์การใช้เครื่องเพื่อ ส่งมอบให้แก่พนักงานขาย และแผนกการเงินเพื่อคิดเงิน และสรุปจำนวนการใช้เครื่อง พนักงาน ขายเป็นเก็บข้อมูลที่ได้จัดทำเป็นรายงานแต่ละเดือน พนักงานแผนกการเงินคิดคำนวณค่าใช้จ่าย และ เรียกเก็บเงินจากลูกค้า กระบวนการทั้งหมดนี้สามารถอธิบายให้เห็นชัดเจน (ภาพที่ 4)



ภาพที่ 4 กระบวนการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ที่มา : (บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด, 2547)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสาร

ประเภทเครื่องถ่ายเอกสาร

โดยทั่วไปประเภทของเครื่องถ่ายเอกสารสามารถแบ่งได้ตามระบบหมึกที่ใช้ หรือแบ่งตามระบบของเทคโนโลยีที่ใช้ ดังต่อไปนี้

1. ประเภทของเครื่องถ่ายเอกสารแบ่งตามระบบหมึกที่ใช้

1.1 เครื่องถ่ายเอกสารระบบแห้ง

เป็นระบบที่นิยมใช้กันมาก เครื่องถ่ายเอกสารระบบนี้ใช้ผงหมึก (ผงคาร์บอนและเรซิน) ผสมกับสารที่ทำหน้าที่เป็นตัวผงหมึกให้ไปติดลูกกลิ้ง ซึ่งได้แก่ ผงเหล็กกล้า ผงแก้วและเม็ดทรายหรือซิลิกา เมื่อผงหมึกถูกดูด ไปเกาะที่ลูกกลิ้งแล้วสารตัวนำหมึกเหล่านี้จะถูกนำมาใช้ใหม่

1.2 เครื่องถ่ายเอกสารระบบเปียกใช้สารละลายไฮโดรคาร์บอนเป็นตัวหมึก

หมึกนี้จะติดอยู่กับลูกกลิ้ง ซึ่งการถ่ายเอกสารแบบเปียกนี้ กระดาษจะถูกทำให้ชื้นด้วยไอโซดิเคน (Isodicane) ก่อนที่หมึกจะติดกับลูกกลิ้ง จากนั้นความร้อนหรืออากาศก็จะถูกใช้เป็นตัวช่วยให้กระดาษแห้งจากการถ่ายทอดต้นฉบับ

2. ประเภทของเครื่องถ่ายเอกสารแบ่งตามระบบของเทคโนโลยีที่ใช้

2.1 เครื่องถ่ายเอกสารระบบอะนาล็อก

เทคโนโลยีของเครื่องถ่ายเอกสารแบบอะนาล็อกไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก โดยการทำงานของเครื่องถ่ายเอกสารแบบอะนาล็อก ใช้หลักการส่องภาพ (ฉายแสง) แล้วใช้เลนส์รวมภาพแล้วใช้กระจกส่องสะท้อนไปมา ก่อนที่จะลงบนแผ่นแม่แบบ โดยตัวข้างลงประจุบวก ตัวด้านล่างประจุลบ แล้วนำหมึกลงที่ตัวดำ แล้วจับภาพลงกระดาษอีกที ซึ่งข้อเสียของการใช้กระจกส่องไปมาก็คือทำให้เกิดการบิดเบือนของภาพได้โดยเฉพาะในการย่อ-ขยาย จะมีการซูมเลนส์ เข้า-ออกหลายครั้ง ทำให้เกิดความเว้าโค้งของภาพในบริเวณที่เลนส์ไปไม่ถึงได้ นอกจากนี้การก๊อปปี้เอกสารซ้ำหลายครั้ง ทำให้คุณภาพลดลงจนแทบยอมรับไม่ได้ กล่าวกันว่าเครื่องถ่ายเอกสารแบบอะนาล็อกวิวัฒนาการไปมากกว่านี้ไม่ได้แล้ว

2.2 เครื่องถ่ายเอกสารระบบดิจิทัล (Digital Copier)

ในปัจจุบันนี้ กำลังหมดยุคของเครื่องถ่ายเอกสารแบบอะนาล็อก เนื่องจากข้อเสียในเรื่องการบิดเบือนของภาพและคุณภาพที่ด้อยกว่าของเครื่องถ่ายเอกสารแบบอะนาล็อกดังที่กล่าวมา ขณะนี้เราจึงกำลังเข้าสู่ยุคดิจิทัลแทน ซึ่งหลักการทำงานของเครื่องถ่ายเอกสารระบบดิจิทัลเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างไปจากเครื่องถ่ายภาพเอกสารแบบอะนาล็อก โดยเครื่องถ่ายภาพเอกสารแบบดิจิทัลใช้การฉายภาพไปบนกระจกให้เห็นต้นฉบับแล้วทำการสแกนภาพเข้าสู่ส่วนที่เรียกว่า Image Processing โดยแปลงภาพที่ได้เป็นข้อมูลดิจิทัล ซึ่งในส่วนของ Image Processing นั้น คุณสามารถทำอะไรก็ได้จากภาพที่ได้ เช่น ย่อ ขยาย ทำซ้ำ กลับหน้า-กลับหลัง และปรับคุณภาพของภาพที่ได้ เครื่องถ่ายภาพเอกสารระบบดิจิทัลจึงมีการบิดเบือนของภาพน้อยกว่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารแบบอะนาล็อก เนื่องจากตัวเลนส์อยู่กับที่ตลอดเวลา และการทำก็อปปี้ซ้ำ ก็เพียงแค่สแกนภาพครั้งเดียว เข้าสู่ส่วน Image Processing แล้วส่งก็อปปี้ซ้ำออกมา คุณภาพของงานที่ได้จึงดีกว่า โดยในระบบดิจิทัลภาพที่ได้นับความละเอียดเป็น dpi

ตัวอย่างเทคโนโลยีของเครื่องถ่ายภาพเอกสารระบบดิจิทัล ได้แก่ เครื่องถ่ายภาพเอกสารขนาดกลางในระบบดิจิทัลจาก Canon รุ่น GP220 โดยทำหน้าที่เป็นเครื่องถ่ายภาพ เครื่องพรินเตอร์ สแกนเนอร์ ในเครื่องเดียว ด้วยความเร็วในการถ่ายภาพ 22 แผ่นต่อนาที ที่ความละเอียด 1200 จุดต่อนิ้ว สามารถถ่ายภาพเอกสารได้ 2 หน้า และยังสามารถ Upgrade เป็นเครื่องโทรสารได้ และ เครื่องถ่ายภาพเอกสารดิจิทัลฟังก์ชัน จาก Toshiba รุ่น e-studio35 สามารถทำงานเป็นเครื่องถ่ายภาพ เครื่องโทรสาร เครื่องพิมพ์ และ เครื่องสแกนเนอร์ มีหน่วยความจำมาตรฐาน 32 MB และหน่วยความจำหลัก 4.3 GB เพื่อรองรับการถ่ายภาพ สามารถปรับระดับความเข้มจางของต้นฉบับได้ 256 ระดับ ช่วยให้สำเนามีความชัดเจนยิ่งขึ้น ประหยัดพลังงานด้วยหลอดส่องต้นฉบับแบบหลอดไฟซินอนเปลี่ยนวัสดุสิ้นเปลืองได้ด้วยตนเอง เช่น ผงหมึก ลูกดรัม ความละเอียดในการถ่ายต้นฉบับ 600x600 dpi ความละเอียดในการพิมพ์สำเนาถ่ายภาพเอกสาร 2,400x600 dpi สามารถเลือกระบบการถ่ายภาพเอกสารได้ 3 แบบ คือ

1. TEXT
2. PHOTO
3. TEXT/ PHOTO

มีระบบ AMS เลือกเปอร์เซ็นต์การย่อ-ขยาย ให้เหมาะสมกับ กระดาษทำสำเนาโดยอัตโนมัติ มีโปรแกรม Imageshift สำหรับเลื่อนข้อความเพื่อความสะดวกในการเย็บเล่มหรือเก็บเอกสารเข้าแฟ้ม โปรแกรม Image Editing สำหรับให้ข้อความบางส่วนอยู่หรือต้องการให้บางส่วนหายไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามแก้ไขตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดของเครื่องถ่ายเอกสาร

เครื่องถ่ายเอกสารมีหลายขนาด แต่ละขนาดจะมีความสามารถในการใช้งานต่างกัน การเลือกซื้อจึงต้องคำนึงถึงปริมาณงานในสำนักงานเป็นหลัก และปริมาณงานที่จะเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต เครื่องถ่ายเอกสารแบ่งออกเป็น 6 ขนาดตามปริมาณการใช้งานดังนี้

1. เครื่องถ่ายเอกสารขนาดเล็กหรือขนาดพกพา (Personal Copier) บริษัทที่ผลิตออกมาจำหน่ายเป็นรายแรกคือบริษัทแคนนอน โดยทั่วไปเครื่องขนาดนี้มักจะมีหน้าที่การทำงานได้ไม่มากนัก ตามปกติความสามารถที่มี คือระบบย่อยธรรมดา ขนาดของกระดาษสำเนาที่มีขนาดเดียวเหมาะที่จะซื้อมาใช้ส่วนตัวมากกว่าใช้ในสำนักงาน เพราะไม่มีระบบการทำงานพิเศษ เช่น ระบบการถ่ายสี หรือ ระบบตั้งจำนวนการถ่ายต่อเนื่อง เป็นต้น สามารถถ่ายสำเนาปริมาณ 1,000 แผ่นต่อเดือน

2. เครื่องถ่ายเอกสารขนาดเล็ก (Low Volume Copier) เป็นเครื่องที่เหมาะสมกับการถ่ายสำเนาประมาณ 1,000-7,000 แผ่นต่อเดือน ความเร็วในการถ่ายเอกสารอยู่ในช่วงระหว่าง 10-20 แผ่นต่อนาที

3. เครื่องถ่ายเอกสารขนาดกลาง (Mid Volume Copier) เครื่องถ่ายเอกสารขนาดนี้มีความเร็วในการถ่ายสำเนาอยู่ในช่วง 20-30 แผ่นต่อนาที เหมาะกับการถ่ายสำเนาประมาณ 15,000 - 30,000 แผ่นต่อเดือน เหมาะสำหรับสำนักงานทั่วไป สามารถถ่ายลงกระดาษสำเนาได้หลายขนาด มีระบบย่อย ขยาย ฯลฯ

4. เครื่องถ่ายเอกสารขนาดกลาง-ใหญ่ (Upper Mid Volume Copier) เครื่องถ่ายเอกสารขนาดนี้มีความเร็วในการถ่ายสำเนาอยู่ในช่วง 40-45 แผ่นต่อนาที เหมาะสำหรับการถ่ายสำเนาประมาณ 40-45 แผ่นต่อนาที เหมาะสำหรับการถ่ายสำเนาประมาณ 40,000 แผ่นต่อเดือน

5. เครื่องถ่ายเอกสารขนาดใหญ่ (High Volume Copier) เครื่องถ่ายเอกสารขนาดนี้มีความเร็วในการถ่ายสำเนาในช่วง 50-55 แผ่นต่อนาที เหมาะสำหรับการถ่ายสำเนาประมาณ 50,000-60,000 แผ่นต่อเดือน ราคาค่อนข้างสูง

6. เครื่องถ่ายเอกสารขนาดยักษ์ (Giant Volume Copier) เครื่องถ่ายเอกสารขนาดนี้ มีความเร็วในการถ่ายสำเนาอยู่ในช่วง 60-80 แผ่นต่อนาที เหมาะสำหรับการถ่ายสำเนาประมาณ 100,000 - 150,000 แผ่นต่อเดือน ไม่เหมาะสำหรับการใช้งานในสำนักงาน ราคาแพง เหมาะสำหรับศูนย์บริการถ่ายเอกสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสาร

การเลือกเครื่องถ่ายเอกสาร

เครื่องถ่ายเอกสารเป็นอุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็นของสำนักงาน ประกอบกับเป็นอุปกรณ์สำนักงานที่มีราคาสูง การเลือกซื้อเครื่องถ่ายเอกสารให้เหมาะสมกับสำนักงานเป็นเรื่องที่พิถีพิถัน และ ต้องพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ปริมาณการใช้งานหรือปริมาณเอกสารที่ต้องผลิตต่อเดือน
2. ความเร็วในการถ่ายเอกสาร
3. ความสามารถในการย่อขยายขนาดของเอกสารสำเนา
4. ระบบในการป้อนกระดาษเข้าเครื่อง
5. สามารถที่จะถ่ายเอกสารต้นฉบับได้อย่างครบถ้วนทั้งแผ่น
6. ตัวเครื่องมีระบบการทำงานอัตโนมัติ
7. หน้าจอในการสั่งงานต่าง ๆ อ่านแล้วเข้าใจง่ายใช้งานสะดวก
8. สามารถที่จะทำการปรับความเข้มหรืออ่อนของสีหมึกในการถ่ายเอกสารได้
9. วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้กับเครื่องมีอะไรบ้าง
10. คุณภาพของเอกสารที่ถ่ายออกมามีความคมชัดสวยงามและทนทานสามารถเก็บรักษาได้นานเพียงพอ

การติดตั้งเครื่องถ่ายเอกสาร

อันตรายที่เกิดจากเครื่องถ่ายเอกสารเกิดจากการที่เครื่องถ่ายเอกสารปล่อยก๊าซของสารเคมีบางชนิดหรือสารเคมีบางอย่างออกมา เช่น ไอของโลหะที่เคลือบผิวลูกกลิ้ง (โลหะเซเลเนียมหรือแคดเมียม) สารเคมีที่เป็นส่วนผสมในผงหมึกไอโซนและแหล่งให้กำเนิดแสง (รังสีอุลตราไวโอเล็ต) สารต่อไปนี้เป็นอันตรายต่อผู้ใช้มากและยังเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมด้วย จึงควรติดตั้งไว้ในห้องกว้างและอากาศถ่ายเทได้สะดวก เพื่อให้ก๊าซไอโซนและสารอื่น ๆ จากเครื่องถ่ายเอกสารแพร่กระจายบริเวณที่ติดตั้งน้อยลง สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับการติดตั้งเครื่องถ่ายเอกสาร คือ ที่อุณหภูมิ 10-30 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ร้อยละ 30 - 80 นอกจากนี้ไม่ควรติดตั้งเครื่องถ่ายเอกสาร บริเวณที่มีสภาพต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. อุณหภูมิและความชื้นสูงมากหรือต่ำมากหรือบริเวณที่อุณหภูมิและความชื้นเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
2. มีลมจากเครื่องปรับอากาศกระทบโดยตรง
3. แสงแดดส่องถึงโดยตรงที่ตัวเครื่อง ซึ่งจะมีผลกระทบต่ออายุการใช้งานและลูกดรัมรับภาพ
4. มีการสั่นสะเทือนบ่อยหรือตลอดเวลา ระดับไม่ราบเรียบเสมอกัน
5. มีสารเคมีระเหยปนอยู่ในอากาศสูงหรือฝุ่นมาก หมั่นตรวจสอบเครื่องถ่ายเอกสารให้มีคุณภาพดีอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อสุขภาพของพนักงานในสำนักงานทุกคน และเพื่อผลงานที่ดี

การบำรุงรักษาเครื่องถ่ายเอกสาร

เครื่องถ่ายเอกสารเป็นอุปกรณ์สำนักงานที่จำเป็นต้องได้รับการดูแลเป็นอย่างดี โดยปฏิบัติ ดังนี้

1. ควรมีพนักงานประจำเครื่องให้รับผิดชอบและเรียนรู้วิธีการบำรุงรักษาเบื้องต้น เช่น การใส่กระดาษที่ถูกวิธี การเปลี่ยนผงหมึก การทำความสะอาดและวิธีการป้องกันอันตรายที่เกิดการใช้เครื่องถ่ายเอกสาร และดำเนินการถ่ายเอกสารตามขั้นตอนที่กำหนดไว้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้เครื่องมีสภาพดี พร้อมทั้งจะใช้งานได้ตลอดเวลา
2. ปฏิบัติตามข้อแนะนำในการบำรุงรักษาเครื่อง เครื่องถ่ายเอกสารควร ได้รับการดูแลรักษาเป็นประจำ
3. ใช้อุปกรณ์ให้ถูกต้องตรงตามชนิดและรุ่นของเครื่อง กระดาษที่ใช้ควรเป็นกระดาษสำหรับถ่ายเอกสารห้ามถ่ายเอกสารทุกครั้งต้องปิดฝาครอบให้สนิท ในกรณีไม่สามารถปิดฝาให้สนิทได้ ผู้ถ่ายเอกสารสมควรหลีกเลี่ยง การมองไปที่เครื่องถ่ายเอกสารเป็นเวลานาน ๆ
4. อย่าติดตั้งเครื่องใกล้กับความชื้นหรือเปียก พยายามหลีกเลี่ยงการติดตั้ง เครื่องในที่ที่มีแสงแดดจ้า ให้ตั้งเครื่องตรงอย่าเอียงไปทางด้านใดด้านหนึ่ง
5. อย่าติดตั้งเครื่องใกล้กับสารระเหยต่าง ๆ เช่น แอมโมเนีย แอลกอฮอล์
6. การวางเครื่องให้ห่างจากฝาผนังประมาณ 10 เซนติเมตร
7. ไม่ควรติดตั้งในสถานที่ที่มีฝุ่นมาก ๆ หรือสถานที่ที่มีการสั่นสะเทือนตลอดเวลา
8. ระวังอย่าให้ลวดเย็บกระดาษหรือคลิปหนีบกระดาษหลุดเล็ดลอดเข้าไปในเครื่อง ซึ่งจะทำให้เครื่องขัดข้องได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. อย่าวางเครื่องดีมหรือของเหลวไว้ใกล้เครื่อง ทำให้วงจรไฟฟ้าเปียกชื้นเสียหายได้ ทำให้เกิดไฟฟ้าลัดวงจร อย่าติดไฟฟ้าพ่วงกับอุปกรณ์อื่น ๆ

10. เมื่อเครื่องถ่ายเอกสารขัดข้องหรือกระดาษติด ควรแจ้งให้ผู้รับผิดชอบทราบ หรือแก้ไขอย่างระมัดระวัง ไม่ควรกระดาษหรือใช้ของมีคมเพราะอาจทำให้ลูกดรัม เกิดความเสียหายได้ หากไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยตนเองควรเรียกช่างผู้ชำนาญ ทำการซ่อมแก้ไข

11. กรณีมีการเคลื่อนย้ายควรแจ้งแผนกบริการของบริษัทที่ซื้อเครื่องถ่ายเอกสาร

12. ควรตรวจดูผงหมึกให้อยู่ปริมาณเพียงพอสำหรับใช้ในการถ่ายเอกสารได้ชัดเจน ควรเก็บกระดาษถ่ายเอกสารและผงหมึกไว้ในตู้ให้เรียบร้อย ระวังอย่าให้กระดาษขึ้น จะทำให้สำเนาขาดคุณภาพ

13. ปิดสวิทช์เมื่อเลิกใช้ ถอดปลั๊กออก คลุมผ้าทุกครั้งที่ใช้หลังจากเครื่องคลายร้อนแล้ว ระวังเกี่ยวกับสายไฟ ปลั๊กไฟที่ใช้กับเครื่อง

การใช้เครื่องถ่ายเอกสารอย่างปลอดภัย

การถ่ายเอกสารอย่างปลอดภัย และถูกวิธีเป็นหนทางที่จะทำให้เกิดอันตรายขณะใช้เครื่อง ซึ่งควรปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. การถ่ายเอกสารทุกครั้งควรปิดฝาครอบให้สนิท ในกรณีที่ไม่สามารถปิดให้สนิทได้ ควรหลีกเลี่ยงการมองไปที่เครื่องถ่ายเอกสาร

2. ควรมีการติดตั้งพัดลมดูดอากาศเฉพาะที่ในห้องถ่ายเอกสาร

3. ควรสวมถุงมือขณะเติม หรือเคลื่อนย้ายผงหมึก และในกรณีที่จำเป็นควรสวมหน้ากากนิรภัยด้วย นอกจากนี้ควรขอรับเอกสารเรื่องความปลอดภัยในการใช้สารเคมี จากบริษัทผู้ผลิตหรือผู้ขายเครื่องถ่ายเอกสาร

4. ผงหมึกที่ใช้แล้วควรนำไปกำจัด โดยใส่ลงในภาชนะที่ปิดมิดชิด รวมไปถึงผงหมึกที่หกเลอะเทอะ หรือฟุ้งกระจายออกมา ขณะทำการเติมผงหมึกด้วย

5. เมื่อจะซื้อเครื่องถ่ายเอกสารเครื่องใหม่ ควรตรวจเช็คให้แน่ใจว่า มีระบบการเติมผงหมึกที่ปลอดภัย และมีภาชนะบรรจุเศษผงหมึกในเครื่อง เครื่องถ่ายเอกสารนี้จะไม่ทำงาน หรือเครื่องจะดับอัตโนมัติ เมื่อภาชนะบรรจุเศษผงถ่านในเครื่องเต็มแล้ว

6. ควรแน่ใจว่าเครื่องถ่ายเอกสารนี้ได้รับการบำรุงรักษาเป็นประจำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ไม่ควรจัดวางเครื่องถ่ายเอกสารได้ในห้องทำงาน ควรจัดแยกไว้ในห้องถ่ายเอกสารโดยเฉพาะ หรือไว้ในมุมห้องที่ไกลออกไปจากคนทำงาน และควรแน่ใจว่ามีการระบายอากาศที่เหมาะสมในห้องนั้น

8. สำหรับผู้ที่มีหน้าที่ให้บริการหรือซ่อมบำรุง รักษาเครื่องถ่ายเอกสาร ควรสวมถุงมือแบบใช้แล้วทิ้งขณะทำงาน รวมทั้งหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรงกับลูกกลิ้งด้วย

9. ไม่ควรมีผู้ใดต้องทำงานเครื่องถ่ายเอกสารตลอดทั้งวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีปัญหาระบบทางเดินหายใจอยู่แล้ว

10. ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับเครื่องถ่ายเอกสารควรได้รับการฝึกอบรมอย่างเหมาะสม ผู้ที่ดูแลรับผิดชอบอุปกรณ์ ควรได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการเคลื่อนย้าย และการเก็บสารเคมีที่ใช้ในกระบวนการถ่ายเอกสาร รวมไปถึงการนำสารเคมีมาใช้ และการกำจัดของเสีย

อันตรายที่เกิดจากเครื่องถ่ายเอกสาร

อันตรายที่เกิดจากเครื่องถ่ายเอกสารส่วนใหญ่ เกิดมาจากความไม่ระมัดระวังของผู้ใช้ ความไม่เข้าใจระบบการทำงานของเครื่อง การใช้งานเครื่องจนเกินกำลัง และ อายุการใช้งานของเครื่องที่นานเกินไป อันตรายที่เกิดขึ้นจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. กลิ่นไหม้ของเครื่องถ่ายเอกสาร ที่เป็นก๊าซโอโซน ยิ่งออกมาเยอะเท่าใดก็จะไปกดระบบประสาททำให้ง่วง ปากแห้ง ระบบทางเดินหายใจส่วนบนขาดความชุ่มชื้น เกิดการระคายเคืองบริเวณตา จมูกและลำคอ ปอดอาจถูกทำลายอย่างถาวร

2. สารปรับความเข้มในการถ่ายภาพ ที่จะทำให้ผิวหนังเป็นผื่น อาจเป็นภูมิแพ้ และน้ำยาปรับความเข้มบางชนิด ทำให้ระคายเคืองจมูก คอ ทำให้ง่วง นอกจากนี้ยังพบว่าสารเคมีที่ใช้ทำกระดาษสำเนา ยังเป็นเหตุทำให้ผิวหนังอักเสบ

3. สารไตรโตรโนโตรฟลูออรีนที่ใช้เคลือบลูกกลิ้งในเครื่องถ่ายเอกสารบางยี่ห้อ อาจทำให้เกิดมะเร็งได้

4. แสงไฟที่มีความเข้มสูง ที่วาบขึ้นมาเวลาถ่าย ส่วนมากแผ่รังสีอัลตราไวโอเล็ต อันจะเป็นเหตุให้นัยน์ตาและผิวหนังระคายเคือง แม้ว่าเครื่องบางชนิดจะมีแผ่นกระจกกรองแสง แต่ความเข้มของแสงก็อาจลอดออกมาได้นานพอที่จะทำให้ประสาทตาเครียด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีป้องกันอันตรายที่เกิดจากเครื่องถ่ายเอกสาร

อันตรายที่เกิดจากเครื่องถ่ายเอกสารนั้น มีได้หลายสาเหตุ หากเกิดอันตรายขึ้น ควรต้องกันตามวิธีดังต่อไปนี้

1. หากได้กลิ่นไหม้จุน ๆ มากกว่าที่เคยได้กลิ่น ต้องเรียกช่างมาตรวจทันที เพราะยิ่งนานเท่าใดร่างกายคนอาจได้รับก๊าซที่เกิดขึ้นมากจนเป็นอันตรายได้
2. ควรตั้งเครื่องไว้ในที่โล่งอากาศถ่ายเทสะดวก
3. เมื่อจะถ่ายเอกสารทุกครั้งให้ใช้แผ่นปิดแสง ที่สำคัญหากต้องจับสารเคมีในเครื่องถ่ายเอกสารควรสวมถุงมือยาง และชุดกันเปื้อน ส่วนการทดสอบสารเคมีแบบผงให้เท่า ๆ เพราะการเทเร็วจะทำให้ฝุ่นฟุ้งเป็นอันตรายต่อสุขภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะธุรกิจ และจำนวนพนักงานกับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะความเป็นเจ้าของ กำไรเฉลี่ยต่อปี กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะความเป็นเจ้าของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ส่วนใหญ่ลงทุนโดยชาวต่างชาติ จำนวน 108 บริษัท คิดเป็น ร้อยละ 38.60 รองลงมา ลงทุนโดยคนไทย จำนวน 93 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.20 และ ลงทุนร่วม จำนวน 79 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.20 ตามลำดับ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ลักษณะความเป็นเจ้าของ

ลักษณะความเป็นเจ้าของ	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ลงทุนโดยชาวต่างชาติ	108	38.60
ลงทุนโดยคนไทย	93	33.20
ลงทุนร่วม	79	28.20
รวม	280	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะธุรกิจของของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำธุรกิจประเภทผลิตและจำหน่ายสินค้า จำนวน 64 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.90 รองลงมาคือ คือ ผลิต จำหน่ายสินค้า และให้บริการ จำนวน 60 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.40 ให้บริการ จำนวน 52 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.60 ผลิตสินค้า จำนวน 41 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.60 จำหน่ายสินค้าและให้บริการ จำนวน 40 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.30 จำหน่ายสินค้า จำนวน 21 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ ประเภทอื่น ๆ จำนวน 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะธุรกิจ

ลักษณะธุรกิจ	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ผลิตและจำหน่ายสินค้า	64	22.90
ผลิต จำหน่ายสินค้า และให้บริการ	60	21.40
ให้บริการ	52	18.60
ผลิตสินค้า	41	14.60
จำหน่ายสินค้า และให้บริการ	40	14.30
จำหน่ายสินค้า	21	7.50
อื่น ๆ	2	0.70
รวม	280	100.00

จำนวนพนักงานของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษากลุ่มตัวอย่างพบว่า กิจการส่วนใหญ่มีพนักงาน 101 – 500 คน จำนวน 93 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.20 รองลงมา มีพนักงาน 50 – 100 คน จำนวน 74 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.40 มีพนักงาน 500 คนขึ้นไป จำนวน 64 บริษัท คิดเป็น ร้อยละ 22.90 และมีพนักงาน ต่ำกว่า 50 คน จำนวน 49 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50 คน	49	17.50
50 – 100 คน	74	26.40
101 – 500 คน	93	33.20
500 คนขึ้นไป	64	22.90
รวม	280	100.00

ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย 10 ปี – ไม่เกิน 20 ปี จำนวน 99 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมา มีระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี 84 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีระยะเวลาดำเนินการ 20 ปีขึ้นไป 54 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.30 และ มีระยะเวลาดำเนินการ ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 43 บริษัทคิดเป็นร้อยละ 15.40 ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาการดำเนินธุรกิจในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	43	15.40
5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี	84	30.00
10 ปี – ไม่เกิน 20 ปี	99	35.40
20 ปีขึ้นไป	54	19.30
รวม	280	100.00

เงินทุนจดทะเบียนของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 20,000,000 บาท จำนวน 94 บริษัท คิดเป็น ร้อยละ 33.60 รองลงมามีเงินทุนจดทะเบียน 10,000,000 - 20,000,000 บาท เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน 73 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.10 มีเงินทุนจดทะเบียน 5,000,000 – 10,000,000 บาท
 จำนวน 67 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.90 และมีเงินทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 5,000,000 บาท
 จำนวน 46 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.40 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละเงินทุนจดทะเบียนของกลุ่มตัวอย่าง

เงินทุนจดทะเบียน	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000,000 บาท	46	16.40
5,000,000 – 10,000,000 บาท	67	23.90
10,000,001 – 20,000,000 บาท	73	26.10
มากกว่า 20,000,000 บาท	94	33.60
รวม	280	100.00

กำไรเฉลี่ยต่อปีของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีกำไรเฉลี่ยต่อปี 10,000,000 – 20,000,000 บาท จำนวน 87 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.10 รองลงมามีกำไรเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 20,000,000 บาท จำนวน 85 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.40 มีกำไรเฉลี่ยต่อปี 5,000,000 – 10,000,000 บาท จำนวน 62 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.10 และมีกำไรเฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 5,000,000 บาท จำนวน 46 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.40 ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกำไรเฉลี่ยต่อปีของกลุ่มตัวอย่าง

กำไรเฉลี่ยต่อปี	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000,000 บาท	46	16.40
5,000,000 – 10,000,000 บาท	62	22.10
10,000,001 – 20,000,000 บาท	87	31.10
มากกว่า 20,000,000 บาท	85	30.40
รวม	280	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

จำนวนเครื่องถ่ายเอกสารที่เช่าแต่ละครั้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารครั้งละ 2-5 เครื่อง จำนวนถึง 126 บริษัท คิดเป็น ร้อยละ 45.00 รองลงมา มีการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารครั้งละ 1 เครื่อง จำนวน 66 บริษัท ร้อยละ 23.60 มีการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารมากกว่า 10 เครื่อง จำนวน 54 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.30 และมีการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารครั้งละ 6-10 เครื่อง จำนวน 33 บริษัท หรือร้อยละ 11.80 ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละจำนวนเครื่องถ่ายเอกสารที่เช่าแต่ละครั้ง

จำนวนเครื่องถ่ายเอกสารที่เช่าแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
1 เครื่อง	66	23.60
2- 5 เครื่อง	126	45.00
6- 10 เครื่อง	33	11.80
มากกว่า 10 เครื่อง	54	19.30
รวม	280	100.00

ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารแต่ละครั้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารแต่ละครั้ง 10,000 – 50,000 บาท จำนวน 108 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 74 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.40 มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 59 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.10 และมีค่าใช้จ่าย 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 39 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.90 ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารแต่ละครั้ง	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	59	21.10
10,000 – 50,000 บาท	108	38.60
50,001 – 100,000 บาท	39	13.90
มากกว่า 100,000 บาท	74	26.40
รวม	280	100.00

ระยะเวลาการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เช่าระยะยาว ตั้งแต่ 1 ปี – 3 ปี จำนวน 108 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมาเช่าระยะสั้นตั้งแต่ 1 เดือน – 1 ปี จำนวน 82 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 29.30 เช่าระยะสั้น ตั้งแต่ 1 วัน – 1 เดือน จำนวน 54 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.30 และเช่าระยะยาว ตั้งแต่ 3 ปี เป็นต้นไป จำนวน 35 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละ ระยะเวลาการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ระยะเวลาการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
เช่าระยะสั้น ตั้งแต่ 1 วัน – 1 เดือน	54	19.30
เช่าระยะสั้นตั้งแต่ 1 เดือน – 1 ปี	82	29.30
เช่าระยะยาว ตั้งแต่ 1 ปี – 3 ปี	108	38.60
เช่าระยะยาว ตั้งแต่ 3 ปี เป็นต้นไป	35	12.50
รวม	280	100.00

รูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทางบริษัทเคยทำการเช่า

ลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่กลุ่มตัวอย่างเช่ามากที่สุด ได้แก่เครื่องถ่ายเอกสารที่มีขนาดกลาง สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ ซึ่งมีจำนวนบริษัทที่เช่าถึง 104 เอกสารเป็นเอกสารทส่งงานวิสาหกิจเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับค่าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัท คิดเป็นร้อยละ 37.10 รองลงมา เครื่องถ่ายเอกสาร ขนาดเล็ก สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ จำนวน 92 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 32.90 เครื่องถ่ายเอกสารขนาดใหญ่ สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ จำนวน 84 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.20 เครื่องถ่ายเอกสารขนาดกลาง สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และถ่ายเอกสารสีได้จำนวน 67 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.90 เครื่องถ่ายเอกสารขนาดกลาง สามารถถ่ายเอกสารทั้งเอกสารสี ขาวดำ สแกน ส่งแฟกซ์ได้ จำนวน 50 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.90 เครื่องถ่ายเอกสารขนาดใหญ่ สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียวและถ่ายเอกสารสีได้ จำนวน 18 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 6.40 และ เครื่องถ่ายเอกสารขนาดใหญ่ สามารถถ่ายเอกสารได้ทั้งเอกสารสี ขาวดำ เข้าเล่มได้จำนวน 16 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.70 ตามลำดับ (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 จำนวนคำตอบและร้อยละรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสาร^{1/}

รูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารทางบริษัทเคยทำการเช่า	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ขนาดเล็ก ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ	94	22.49
ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ	102	24.40
ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียวและมีเฉพาะสีขาวดำ	87	20.81
ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และถ่ายเอกสารสีได้	64	15.31
ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และถ่ายเอกสารสีได้	16	3.83
ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้ทั้งเอกสารสี ขาวดำ เข้าเล่มได้	14	3.35
ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารทั้งเอกสารสี ขาวดำ สแกน ส่งแฟกซ์ได้	41	9.81
รวม	418	100.00

หมายเหตุ ^{1/} ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

บริษัทเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่เคยทำการเช่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารกับ บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก มีจำนวน 165 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 58.90 รองลงมา บริษัทแคนนอน จำนวน 102 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 36.40 บริษัทเคียวเซร่า 67 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.90 บริษัทชาร์ป 49 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ บริษัท อื่น ๆ 44 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.70 ตามลำดับ (ตารางที่ 11)

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละบริษัทเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่เคยทำการเช่า^{1/}

บริษัทเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่เคยทำการเช่า	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
บริษัทฟูจิ ซีร็อก	168	40.37
บริษัทแคนนอน	104	25.00
บริษัทเคียวเซร่า	66	15.87
บริษัทซาร์ป	39	9.38
บริษัท อื่น ๆ	39	9.38
รวม	416	100.00

หมายเหตุ ^{1/} ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

บริษัทเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่ใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเช่า บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก มีจำนวน 135 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมา บริษัทแคนนอน จำนวน 60 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.40 บริษัท บริษัทอื่น ๆ 31 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.10 บริษัทเคียวเซร่า 25 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.90 และบริษัทซาร์ป 18 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 6.40 ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละบริษัทเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่ใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด

บริษัทเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่ใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
บริษัทฟูจิ ซีร็อก	135	48.20
บริษัทแคนนอน	60	21.40
บริษัทเคียวเซร่า	25	8.90
บริษัทซาร์ป	18	6.40
บริษัทริโก้	31	11.10
รวม	280	100.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปเผยแพร่หรือนำไปใช้
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะการให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดต่อกับบริษัทให้เช่าโดยตรง จำนวน 239 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 85.40 รองลงมา ติดต่อกับคนกลาง จำนวน 39 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.90 และ ติดต่อกทางอื่น ๆ จำนวน 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละลักษณะการให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ลักษณะการให้เช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ติดต่อกับบริษัทให้เช่าโดยตรง	239	85.40
ติดต่อกับคนกลาง	39	13.90
อื่นๆ	2	0.70
รวม	280	100.00

นโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีนโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารที่ไม่มุ่งเน้นบริษัทให้เช่าบริษัทใดบริษัทหนึ่งจำนวน 199 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 71.10 รองลงมามีนโยบายทำการเช่ากับบริษัทให้เช่าเพียงรายเดียว จำนวน 80 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.60 และ มีนโยบาย อื่นๆ จำนวน 1 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 0.40 ตามลำดับ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของนโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

นโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ไม่มุ่งเน้นบริษัทให้เช่าบริษัทใดบริษัทหนึ่ง	199	71.10
ทำการเช่ากับบริษัทให้เช่าเพียงรายเดียว	80	28.60
ไม่มุ่งเน้นบริษัทใดบริษัทหนึ่งและเช่ากับบริษัทให้เช่าเพียงรายเดียว	1	0.40

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรรวมงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหตุผลที่ใช้นโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารไม่มุ่งเน้นบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เห็นความสำคัญของคุณภาพของเครื่องถ่ายเอกสาร และบริการมากที่สุด คือ จำนวน 108 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมา ราคาเช่าที่ต่ำที่สุด 64 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.90 การได้รับสิทธิพิเศษจากรายการส่งเสริมการตลาด 24 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.60 และ อื่น ๆ 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละเหตุผลที่ใช้นโยบายการเช่าไม่มุ่งเน้นบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

เหตุผลเช่าเครื่องถ่ายเอกสารไม่มุ่งเน้นบริษัทใดบริษัทหนึ่ง	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
ราคาเช่าที่ต่ำที่สุด	64	32.16
ได้รับสิทธิพิเศษจากรายการส่งเสริมการตลาด	24	12.06
คุณภาพของเครื่องถ่ายเอกสาร และบริการ	108	54.27
อื่น ๆ	3	1.51
รวม	199	100.00

เหตุผลที่ใช้นโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารกับบริษัทให้เช่าเพียงบริษัทเดียว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เช่าเครื่องถ่ายเอกสารกับบริษัทให้เช่ารายเดียว เนื่องจากพึงพอใจในคุณภาพของเครื่องถ่ายเอกสารและบริการมากที่สุด จำนวน 48 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.10 รองลงมา คือ ราคาเช่าที่ต่ำที่สุด จำนวน 14 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.00 ได้รับสิทธิพิเศษจากรายการส่งเสริมการตลาด หรือ ได้รับส่วนลดการค้า จำนวน 10 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 3.60 เพื่อเป็นคู่ค้าที่ดีต่อกันในระยะยาวจำนวน 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.10 และ อื่น ๆ จำนวน 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ (ตารางที่ 16)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ใช้นโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารกับบริษัทให้เช่า
เพียงบริษัทเดียว

นโยบายเช่าเครื่องถ่ายเอกสารกับบริษัทเช่าเพียงบริษัทเดียว	จำนวน (บริษัท)	ร้อยละ
พึงพอใจในคุณภาพของเครื่องถ่ายเอกสารและ บริการ	48	60.00
ราคาเช่าที่ต่ำที่สุด	14	17.50
ได้รับสิทธิจากการส่งเสริมการตลาด หรือ รับส่วนลดการค้า	10	12.50
เพื่อเป็นคู่ค้าที่ดีต่อกันในระยะยาว	6	7.50
อื่น ๆ	2	2.50
รวม	80	100.00

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในระดับสำคัญมากคือ คุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน และให้บริการที่ดีตลอดการเช่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในระดับค่อนข้างมาก คือ การส่งเครื่องสามารถทำได้รวดเร็ว และตลอดเวลา ความน่าเชื่อถือของบริษัท สินค้าได้รับการรับรองว่าปลอดภัยต่อผู้ใช้ และรักษาสิ่งแวดล้อม ผู้ขายมีการสต็อกสินค้าไว้รองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันที เทคโนโลยี และความทันสมัย สินค้ามีตรายี่ห้อ เป็นที่รู้จัก สามารถทำการเช่าโดยง่ายไม่ยุ่งยาก และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในระดับปานกลาง คือ รูปแบบ และ ดีไซน์ ของเครื่องถ่ายเอกสาร (ตารางที่ 17)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D	ระดับความสำคัญ
คุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน	4.3214	0.7309	มาก
ให้บริการที่ดีตลอดการเช่า	4.3071	0.8067	มาก
การส่งเครื่องสามารถทำได้รวดเร็ว และตลอดเวลา	4.0964	0.8725	ค่อนข้างมาก
ความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.0786	0.8430	ค่อนข้างมาก
สินค้าได้รับการรับรองว่าปลอดภัยต่อผู้ใช้ และ รักษาสิ่งแวดล้อม	3.9929	4.7564	ค่อนข้างมาก
ผู้ขายมีการสต็อกสินค้าไว้รองรับความต้องการของ ลูกค้าได้ทันที	3.7821	0.9384	ค่อนข้างมาก
เทคโนโลยี และความทันสมัย	3.7464	1.1988	ค่อนข้างมาก
สินค้ามีตราชื่อ เป็นที่รู้จัก	3.7071	0.8508	ค่อนข้างมาก
สามารถทำการเช่าโดยง่ายไม่ยุ่งยาก	3.6679	1.0162	ค่อนข้างมาก
รูปแบบ และ ดีไซน์ ของเครื่องถ่ายภาพเอกสาร	3.3780	0.9979	ปานกลาง

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารในระดับสำคัญมากคือ ราคาเช่าเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารในระดับค่อนข้างมาก คือ การให้ส่วนลด ราคาเช่าถูกที่สุด ไม่มีการเก็บเงินมัดจำ และเงินประกัน ล่วงหน้า ระยะเวลาการชำระเงิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารในระดับปานกลาง คือ ความยืดหยุ่นในการชำระเงิน (ตารางที่ 18)

ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารในระดับค่อนข้างมาก คือ การส่งเครื่องให้เช่าในปริมาณที่ถูกต้อง และตรงเวลา มีช่องทางการติดต่อเรื่องการเช่าได้หลายทาง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารในระดับปานกลาง คือ ความยืดหยุ่นในการชำระเงิน (ตารางที่ 18)

การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในระดับปานกลาง คือ สาขาเปิดให้เช่าเครื่องหลายแห่ง (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 18 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ปัจจัยด้านราคา	\bar{X}	$S.D$	ระดับความสำคัญ
ราคาเช่าเหมาะสมกับคุณภาพ	4.3000	0.8226	มาก
การให้ส่วนลด	3.5214	1.0436	ค่อนข้างมาก
ราคาเช่าถูกที่สุด	3.4929	1.1103	ค่อนข้างมาก
ระยะเวลาการชำระเงิน	3.4643	10.0534	ค่อนข้างมาก
ไม่มีการเก็บเงินมัดจำ และเงินประกัน ล่วงหน้า	3.4607	0.9682	ค่อนข้างมาก
ความยืดหยุ่นในการชำระเงิน	3.3107	1.0973	ปานกลาง

ตารางที่ 19 ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ปัจจัยด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	$S.D$	ระดับความสำคัญ
การส่งเครื่องให้เช่าในปริมาณที่ถูกต้อง และตรงเวลา	4.0500	0.8661	ค่อนข้างมาก
มีช่องทางการติดต่อเรื่องการเช่าได้หลายทาง	3.4929	0.9157	ค่อนข้างมาก
มีสาขาเปิดให้เช่าเครื่องหลายแห่ง	3.2321	1.0607	ปานกลาง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ในระดับค่อนข้างมาก คือ มีการเอาใจใส่ติดตามสอบถามลูกค้าอยู่เสมอ พนักงานให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสารเป็นอย่างดี การลดราคาเช่าเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การแจกของแถมให้แก่ผู้เช่า (ตารางที่ 20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 20 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	$S.D$	ระดับความสำคัญ
มีการเอาใจใส่ติดตามสอบถามลูกค้าอยู่เสมอ	4.0893	0.9923	ค่อนข้างมาก
พนักงานให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสารเป็นอย่างดี	3.9786	0.9539	ค่อนข้างมาก
การลดราคาเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า	3.8107	0.9999	ค่อนข้างมาก
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.4143	0.9726	ปานกลาง
การแจกของแถมให้แก่ผู้เช่า	2.9643	10.0534	ปานกลาง

การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะธุรกิจ และจำนวนพนักงานกับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า

ผู้ศึกษาได้ศึกษาปัจจัยที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะธุรกิจ จำนวนพนักงาน กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า กำหนดสมมติฐานดังนี้

H_0 = ลักษณะธุรกิจ จำนวนพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า

H_1 = ลักษณะธุรกิจ จำนวนพนักงาน มีความสัมพันธ์กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า

ในการทดสอบความสัมพันธ์ใช้วิธี Chi-Square test โดยหากมีค่าความน่าจะเป็นของนัยสำคัญมากกว่า 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แต่ถ้าค่าความน่าจะเป็นของนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะธุรกิจ กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า (ตารางที่ 21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะธุรกิจ กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่ทำการเช่า

รูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่ทำการเช่า	χ^2	Sig.
ขนาดเล็ก ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ	7.863	0.048
ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ	11.537	0.073
ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ	5.937	0.430
ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว ถ่ายเอกสารสีได้	6.964	0.324
ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว ถ่ายเอกสารสีได้	9.221	0.162
ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้ทั้งเอกสารสี ขาวดำ เข้าเล่มได้	8.070	0.233
ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้ทั้งเอกสารสี ขาวดำ สแกน แฟกซ์ได้	11.590	0.072

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนพนักงาน กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่ทำการเช่า

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า จำนวนพนักงาน มีความสัมพันธ์กับรูปแบบเครื่องถ่ายภาพเอกสาร ขนาดเล็ก ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว ถ่ายเอกสารสีได้ ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว ถ่ายเอกสารสีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน รูปแบบเครื่องถ่ายภาพเอกสารอื่น ๆ นั้น จำนวนพนักงาน ไม่มีความสัมพันธ์ (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพนักงาน กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่ทำการเช่า

รูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่ทำการเช่า	χ^2	Sig.
ขนาดเล็ก ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ	10.475	0.015*
ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ	11.124	0.011*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 22 (ต่อ)

รูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทำการเช่า	χ^2	Sig.
ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ	32.236	0.000*
ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว ถ่ายเอกสารสีได้	28.286	0.000*
ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว ถ่ายเอกสารสีได้	11.461	0.009*
ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้ทั้งเอกสารสี ขาวดำ เข้าเล่มได้	6.704	0.082
ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้ทั้งเอกสารสี ขาวดำ สแกน แฟกซ์ได้	4.187	0.242

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะความเป็นเจ้าของ
กำไรเฉลี่ยต่อปี กับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ผู้ศึกษาได้ศึกษาปัจจัยที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของ กำไรเฉลี่ยต่อปี ต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด กำหนดสมมติฐานดังนี้

H_0 = ลักษณะความเป็นเจ้าของ กำไรเฉลี่ยต่อปี ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ทางด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด

H_1 = ลักษณะความเป็นเจ้าของ กำไรเฉลี่ยต่อปี มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ทางด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด

ในการทดสอบความสัมพันธ์ใช้วิธี Chi-Square test โดยหากมีค่าความน่าจะเป็นของนัยสำคัญมากกว่า 0.05 จะยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แต่ถ้าค่าความน่าจะเป็นของนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารทางด้านผลิตภัณท์

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะความเป็นเจ้าของมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณท์ในเรื่อง คุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน ผู้ขายมีการสต็อกสินค้าไว้รองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันที สินค้ามีตราหือเป็นที่รู้จัก รูปแบบ และ ดีไซน์ ของเครื่องถ่ายเอกสาร สินค้าได้รับการรับรองว่าปลอดภัยต่อผู้ใช้ และรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณท์ในเรื่องอื่น ๆ นั้น ลักษณะความเป็นเจ้าของไม่มีความสัมพันธ์ (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณท์

ปัจจัยด้านผลิตภัณท์	χ^2	Sig.
คุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน	13.233	0.039*
ผู้ขายมีการสต็อกสินค้าไว้รองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันที	8.921	0.034*
สินค้ามีตราหือ เป็นที่รู้จัก	17.316	0.027*
ให้บริการที่ดีตลอดการเช่า	11.280	0.08
รูปแบบ และ ดีไซน์ ของเครื่องถ่ายเอกสาร	26.947	0.001*
ความน่าเชื่อถือของบริษัท	9.071	0.336
การส่งเครื่องสามารถทำได้รวดเร็ว และตลอดเวลา	9.848	0.454
สามารถทำการเช่าโดยง่ายไม่ยุ่งยาก	12.445	0.256
เทคโนโลยี และความทันสมัย	7.122	0.714
สินค้าได้รับการรับรองว่าปลอดภัยต่อผู้ใช้ และรักษาสิ่งแวดล้อม	30.216	0.003*

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของ ต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารทางด้านราคา

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะความเป็นเจ้าของมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ในเรื่องของราคาเช่ามีราคาเช่าถูกที่สุด ไม่มีการเก็บเงินมัดจำ และเงินประกัน ระยะเวลาการชำระเงินล่วงหน้า การให้ส่วนลด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านราคาในเรื่องอื่น ๆ นั้น ลักษณะความเป็นเจ้าของไม่มีความสัมพันธ์ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	χ^2	Sig.
ราคาเช่าเหมาะสมกับคุณภาพ	13.216	0.105
ราคาเช่าถูกที่สุด	19.625	0.033*
ไม่มีการเก็บเงินมัดจำ และเงินประกัน ล่วงหน้า	19.007	0.040*
ระยะเวลาการชำระเงิน	23.668	0.009*
การให้ส่วนลด	42.732	0.000*
ความยืดหยุ่นในการชำระเงิน	16.283	0.092

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของ ต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะความเป็นเจ้าของมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องของมีช่องทางการติดต่อเรื่องการเช่าได้หลายทาง และมีสาขาเปิดให้เช่าเครื่องหลายแห่ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องอื่น ๆ นั้น ลักษณะความเป็นเจ้าของไม่มีความสัมพันธ์ (ตารางที่ 25)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย	χ^2	Sig.
การส่งเครื่องให้เช่าในปริมาณที่ถูกต้อง และตรงเวลา	13.470	0.097
มีช่องทางการติดต่อเรื่องเครื่องเช่าได้หลายทาง	27.823	0.002*
มีสาขาเปิดให้เช่าเครื่องหลายแห่ง	22.955	0.011*

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของ ต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร
ทางด้านส่งเสริมการตลาด

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะความเป็นเจ้าของมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การลดราคา
ค่าเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า และการแจกของแถมให้แก่ผู้เช่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ส่วนปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในเรื่องอื่น ๆ นั้น ไม่มีความสัมพันธ์ (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	χ^2	Sig.
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	34.505	0.000*
พนักงานให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสารเป็น อย่างดี	6.368	0.606
มีการเอาใจใส่ติดตามสอบถามลูกค้าอยู่เสมอ	14.868	0.137
การลดราคาค่าเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า	18.960	0.041*
การแจกของแถมให้แก่ผู้เช่า	19.130	0.039*

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กำไรเฉลี่ยต่อปีของบริษัทมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องของ ให้บริการที่ดีตลอดการเช่า รูปแบบ และ ดีไซน์ของเครื่องถ่ายภาพเอกสาร สามารถทำการเช่าโดยง่ายไม่ยุ่งยาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องอื่น ๆ นั้น กำไรเฉลี่ยไม่มีความสัมพันธ์ (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	χ^2	Sig.
คุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน	4.663	0.863
ผู้ขายมีการสต็อกสินค้าไว้รองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันที	20.369	0.060
สินค้ามีตราที่ยี่ห้อ เป็นที่รู้จัก	19.315	0.081
ให้บริการที่ดีตลอดการเช่า	17.250	0.045*
รูปแบบ และ ดีไซน์ ของเครื่องถ่ายภาพเอกสาร	21.198	0.048*
ความน่าเชื่อถือของบริษัท	17.202	0.142
การส่งเครื่องสามารถทำได้รวดเร็ว และตลอดเวลา	18.509	0.237
สามารถทำการเช่าโดยง่ายไม่ยุ่งยาก	26.331	0.035*
เทคโนโลยี และความทันสมัย	23.137	0.081
สินค้าได้รับการรับรองว่าปลอดภัยต่อผู้ใช้ และรักษาสิ่งแวดล้อม	23.954	0.157

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กำไรเฉลี่ยต่อปีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ในเรื่องของ ราคาเช่าถูกที่สุด ไม่มีการเก็บเงินมัดจำ และเงินประกันล่วงหน้าระยะเวลาการชำระเงิน และความยืดหยุ่นในการชำระเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านราคาในเรื่องอื่น ๆ นั้น กำไรต่อปีไม่มีความสัมพันธ์ (ตารางที่ 28)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	χ^2	Sig.
ราคาเช่าเหมาะสมกับคุณภาพ	18.670	0.097
ราคาเช่าถูกที่สุด	28.566	0.018*
ไม่มีการเก็บเงินมัดจำ และเงินประกัน ล่วงหน้า	33.808	0.004*
ระยะเวลาการชำระเงิน	33.944	0.003*
การให้ส่วนลด	24.593	0.056
ความยืดหยุ่นในการชำระเงิน	32.094	0.006*

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กำไรเฉลี่ยต่อปีมีความสัมพันธ์กับกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องของ มีช่องทางการติดต่อเรื่องการเช่าได้หลายทาง มีสาขาเปิดให้เช่าเครื่องหลายแห่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องอื่น ๆ นั้น กำไรเฉลี่ยต่อปีไม่มีความสัมพันธ์ (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย	χ^2	Sig.
การส่งเครื่องให้เช่าในปริมาณที่ถูกต้อง และตรงเวลา	20.600	0.057
มีช่องทางการติดต่อเรื่องการเช่าได้หลายทาง	39.147	0.001*
มีสาขาเปิดให้เช่าเครื่องหลายแห่ง	27.164	0.027*

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กำไรเฉลี่ยต่อปีมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีการเอาใจใส่ติดตามสอบถามลูกค้าอยู่เสมอ การลดราคาค่าเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า และการแจกของแถมให้แก่ผู้เช่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดในเรื่องอื่น ๆ นั้น กำไรเฉลี่ยต่อปีไม่มีความสัมพันธ์ (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างกำไรเฉลี่ยต่อปีกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	χ^2	Sig.
การโฆษณาประชาสัมพันธ์	46.335	0.000*
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสารเป็นอย่างดี	20.375	0.060
มีการเอาใจใส่ติดตามสอบถามลูกค้าอยู่เสมอ	26.515	0.033*
การลดราคาค่าเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า	36.670	0.001*
การแจกของแถมให้แก่ผู้เช่า	47.648	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 บริษัท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร ข้อมูลทั่วไปของบริษัท ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า บริษัทส่วนใหญ่ กิจการส่วนใหญ่ลงทุนโดยชาวต่างชาติ และมีลักษณะประกอบธุรกิจประเภท ผลิตและจำหน่ายสินค้า และมีจำนวนพนักงาน 101-500 คน มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย 10 ปี - ไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากมีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 20,000,000 บาท และมีกำไรเฉลี่ยต่อปี 10,000,000 - 20,000,000 บาท สำหรับการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารส่วนใหญ่ ทำการเช่าตลอดปี ซึ่งจะเป็นการเช่าระยะยาว ตั้งแต่ 1 ปี - 3 ปี โดยมักมีการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารครั้งละ 2-5 เครื่อง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ 10,000 - 50,000 บาทต่อครั้ง รูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายภาพเอกสาร ที่นิยมเช่ามากที่สุด ได้แก่เครื่องถ่ายภาพเอกสารที่มีขนาดกลาง สามารถถ่ายภาพเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด เป็นบริษัทที่เคยทำการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร และใช้บริการเช่ามากที่สุด หากทำการเช่าจะติดต่อกับบริษัทให้เช่าโดยตรง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารด้านผลิตภัณฑ์คือ คุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน และให้บริการที่ดีตลอดการเช่า ด้านราคาคือ ราคาเช่าเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ การส่งเครื่องให้เช่าในปริมาณที่ถูกต้อง และตรงเวลา ด้านส่งเสริมการตลาดคือ มีการเอาใจใส่ติดตามสอบถามลูกค้าอยู่เสมอ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ลักษณะธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่ทำการเช่า จำนวนพนักงาน มีความสัมพันธ์กับรูปแบบและลักษณะเครื่องถ่ายภาพเอกสารที่ทำการเช่ากับรูปแบบเครื่องถ่ายภาพเอกสาร ขนาดเล็ก ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว มีเฉพาะสีขาวดำ ขนาดกลาง ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว ถ่ายเอกสารสีได้ ขนาดใหญ่ ถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว ถ่ายเอกสารสีได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะความเป็นเจ้าของ ต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร กับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด พบว่ามีความสัมพันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องคุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน ผู้ขายมีการสต็อกสินค้าไว้รองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันที สินค้ามีตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก รูปแบบ และ ดีไซน์ ของเครื่องถ่ายภาพเอกสาร สินค้าได้รับการรับรองว่าปลอดภัยต่อผู้ใช้ และรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านราคา ในเรื่องของราคาเช่ามีราคาเช่าถูกที่สุด ไม่มีการเก็บเงินมัดจำ และเงินประกัน ระยะเวลาการชำระเงินล่วงหน้า การให้ส่วนลด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องของมีช่องทางการติดต่อเรื่องการเช่าได้หลายทางและมีสาขาเปิดให้เช่าเครื่องหลายแห่ง และ ด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การลดราคาเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า และการแจกของแถมให้แก่ผู้เช่า ความสัมพันธ์ระหว่าง กำไรเฉลี่ยต่อปีต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร ทางด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด พบว่ามีความสัมพันธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องของ ให้บริการที่ติดต่อการเช่า รูปแบบ และ ดีไซน์ ของเครื่องถ่ายภาพเอกสาร สามารถทำการเช่าโดยง่ายไม่ยุ่งยาก ด้านราคา ในเรื่องของ ราคาเช่าถูกที่สุด ไม่มีการเก็บเงินมัดจำ และเงินประกัน ล่วงหน้าระยะเวลาการชำระเงิน และความยืดหยุ่นในการชำระเงิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องของ มีช่องทางการติดต่อเรื่องการเช่าได้หลายทาง มีสาขาเปิดให้เช่าเครื่องหลายแห่ง และ ด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีการเอาใจใส่ติดตามสอบถามลูกค้าอยู่เสมอ การลดราคาเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า และการแจกของแถมให้แก่ผู้เช่า

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้สรุปข้อเสนอแนะต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่การศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป และเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการบริการจากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการการบริการ ที่รวดเร็วทันใจ เมื่อเกิดการติดขัดของเครื่องที่ทำการเช่า และ ต้องการคำแนะนำในการใช้เครื่องจากพนักงานที่เต็มใจในการให้บริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส ผู้ประกอบการจึงควรเน้นการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เช่า

2. บริษัทที่ให้เช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้เช่าให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกเช่า ในขณะที่ปัจจัยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านอื่น ๆ เช่น ราคาของผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ผู้เช่าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ดังนั้นผู้ให้เช่าควรมุ่งเน้นที่การใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากขึ้น ให้งานได้ง่ายขึ้น ซึ่งอาจต้องพัฒนาเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา

3. สำหรับการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสาร อันได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องของคุณภาพของสินค้าต้องมีมาตรฐาน การให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องของราคาเช่าที่เหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องของการส่งเครื่องให้เช่าในปริมาณที่ถูกต้อง ตรงเวลา และช่องทางการติดต่อเรื่องการเช่าได้หลายทาง และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของการเอาใจใส่ลูกค้า พนักงานมีความรู้ด้านเครื่องถ่ายภาพเอกสาร และการลดราคาเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าควรจะนำปัจจัยเหล่านี้เป็นข้อมูลที่ใช้พัฒนาประสิทธิภาพเครื่องถ่ายภาพเอกสาร และ พัฒนาการให้บริการ เพื่อให้ผู้ให้เช่ามีลูกค้าที่ยั่งยืนตลอดไป และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ในการศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตเพียงกลุ่มตัวอย่างในบริเวณเขตกรุงเทพมหานครชั้นในเท่านั้นซึ่งตลาดของผู้เช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารนั้นแท้จริงมีกระจายอยู่ทั่วประเทศ ดังนั้นการขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมกลุ่มผู้เช่าในหลายพื้นที่ จะทราบถึงพฤติกรรมในการเช่าเครื่องถ่ายภาพเอกสารของผู้เช่าอย่างแท้จริงมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

กัลป์หา แสงดี. 2541. พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล. กรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2543. การใช้ SPSS FOR WINDOW ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.

คุณากร เอื้อชูยศ. 2545. ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะและแบบโน้ตบุ๊ก. กรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นราธิป ไชวณิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2545. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิภา ศรีไพโรจน์. 2521. หลักสถิติ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นिरนาม. 2546. "แนวโน้มธุรกิจเครื่องถ่ายเอกสาร". นิตยสารบิสิเนสไทย. (5 กุมภาพันธ์ 2546): น.20.

นिरนาม. 2547. "ข้อมูลเครื่องถ่ายเอกสาร". ซีร็อกมูฟเม้น. (15 พฤศจิกายน 2547): น.10-15.

บริษัทไทยฟูจิ ซีร็อกจำกัด. 2547. รายงานประจำเดือน2547. เรื่องรายได้แผนกเครื่องเช่าระยะสั้น ครั้งที่ 11, 29 ธันวาคม 2547. กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

_____. 2547. รายงานประจำเดือน2547. เรื่องรายได้แผนกเครื่องเช่าระยะยาว ครั้งที่ 11, 29 ธันวาคม 2547. กรุงเทพมหานคร: ไม่ระบุสำนักพิมพ์.

วรุฒ วิวัฒน์พันธ์. 2546. "การใช้เครื่องถ่ายเอกสาร". ซีร็อกมูฟเม้น. 14(กันยายน 2547): เอกสารนี้เป็น น.20-23 ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.

สุนทร ขนาศักดิ์. 2525. สถิติพื้นฐาน. เชียงใหม่: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2545. กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุชาติ บุญธิมา. 2543. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารกิจการรถไฟล์กอล์ฟเช่า ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Boone, C.M. and Kurtz, A.S. 1989. Planning And Marketting. New Jersey. Macmillan.

Kotler ,Phillip .1997. Marketing Management 10 th Edition. New Jersey: Prentice - Hall Inc.

Michael, D.Hutt and Thomas, W.Speh. 2001. Marketing Theory. New York: The Macmillan Company.

Schiffman, Leon G and kanuk, Leslie Lazar. 1997. Consumer Behavior 6 th Edition. New York: Practice – Hall Inc.

Staton, B. Rosenberg and Futrell, G.W. 1987. Marketting Management. New York: John Wiley & Sone,inc.

<http://www.fujixerox.co.th>.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

No.....

(สำหรับนักศึกษา)

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาวิชาการศึกษาศาสตร์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่านโดยผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์เพื่อทำการวิจัยเท่านั้น ข้อมูลที่ได้จากท่านเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาที่มีค่าอย่างยิ่งของท่านในการตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษา

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โปรดขีดเครื่องหมายถูก (✓) หน้าข้อที่ท่านเลือก หรือเติมในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง และเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท

1. ลักษณะความเป็นเจ้าของ

- 1) ลงทุนโดยคนไทย 2) ลงทุนโดยชาวต่างชาติ 3) ลงทุนร่วม

2. ลักษณะธุรกิจ

- 1) จำหน่ายสินค้า 2) ให้บริการ
 3) ผลิตสินค้า 4) จำหน่ายสินค้า และให้บริการ
 5) ผลิต และจำหน่ายสินค้า 6) ผลิต จำหน่ายสินค้า และให้บริการ
 7) อื่นๆ ระบุ.....

3. จำนวนพนักงาน

- 1) ต่ำกว่า 50 คน 2) 50 – 100 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการเรียนการสอนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย

- 1) ต่ำกว่า 5 ปี 2) 5 ปี – ไม่เกิน 10 ปี
 3) 10 ปี - ไม่เกิน 20 ปี 4) 20 ปีขึ้นไป

5. เงินทุนจดทะเบียน

- 1) ต่ำกว่า 5,000,000 บาท 2) 5,000,000 – 10,000,000 บาท
 3) 10,000,001 - 20,000,000 บาท 4) มากกว่า 20,000,000 บาท

6. กำไรเฉลี่ยต่อปี

- 1) ต่ำกว่า 5,000,000 บาท 2) 5,000,000 – 10,000,000 บาท
 3) 10,000,001 - 20,000,000 บาท 4) มากกว่า 20,000,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

7. ใน 1 ปีมีการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารเฉลี่ย

- 1) 1 ครั้ง 2) 2 - 3 ครั้ง 3) ตลอดทั้งปี

8. จำนวนเครื่องถ่ายเอกสารที่เช่าแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย

- 1) 1 เครื่อง 2) 2 – 5 เครื่อง
 3) 6 - 10 เครื่อง 4) มากกว่า 10 เครื่อง

9. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารแต่ละครั้ง

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท 2) 10,000 – 50,000 บาท
 3) 50,001 - 100,000 บาท 4) มากกว่า 100,000 บาท

10. ระยะเวลาการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร (เลือกได้หลายคำตอบ)

- 1) เช่าระยะสั้น ตั้งแต่ 1 วัน – 1 เดือน 2) เช่าระยะสั้น ตั้งแต่ 1 เดือน – 1 ปี
 3) เช่าระยะยาว ตั้งแต่ 1 ปี – 3 ปี 4) เช่าระยะยาว ตั้งแต่ 3 ปี เป็นต้นไป

11. รูปแบบ และ ลักษณะเครื่องถ่ายเอกสารที่ทางบริษัทเคยทำการเช่า (เลือกได้หลายคำตอบ)

- 1) ขนาดเล็ก สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ
 2) ขนาดกลาง สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ
 3) ขนาดใหญ่ สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และมีเฉพาะสีขาวดำ
 4) ขนาดกลาง สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และ ถ่ายเอกสารสีได้
 5) ขนาดใหญ่ สามารถถ่ายเอกสารได้อย่างเดียว และ ถ่ายเอกสารสีได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการสงวนเพื่อการค้าเท่านั้น มิฉะนั้นผู้ใดที่นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 6) ขนาดใหญ่ สามารถถ่ายเอกสารทั้งเอกสารสี ขาวดำ เข้าเล่มได้
- 7) ขนาดกลาง สามารถถ่ายเอกสารทั้งเอกสารสี ขาวดำ สแกน ส่งแฟกซ์ได้
12. ท่านเคยเช่าเครื่องถ่ายเอกสารจากบริษัทใดบ้าง (เลือกได้หลายคำตอบ)
- 1) บริษัทฟูจิ ซีร็อก 2) บริษัทแคนนอน
- 3) บริษัทเคียวเซร่า 4) บริษัทชาร์ป
- 5) บริษัทอื่น ๆ ระบุ.....
13. บริษัทที่ท่านเลือกใช้บริการบ่อยครั้งที่สุด.....
14. ลักษณะการติดต่อเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร
- 1) ติดต่อกับบริษัทให้เช่าโดยตรง
- 2) ติดต่อผ่านคนกลาง
- 3) อื่น ๆ ระบุ.....
15. นโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร
- 1) ไม่มุ่งเน้นบริษัทให้เช่าบริษัทใดบริษัทหนึ่ง (กรุณาตอบข้อ 16)
- 2) ทำการเช่ากับบริษัทให้เช่าเพียงรายเดียว (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 17)
- 3) อื่น ๆ ระบุ.....
16. ในกรณีนโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารไม่มุ่งเน้นบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ท่านเลือกเช่าเพราะเหตุใด
- 1) ราคาเช่าที่ต่ำที่สุด
- 2) ได้รับสิทธิพิเศษจากรายการส่งเสริมการขาย
- 3) คุณภาพของเครื่องถ่ายเอกสารและบริการ
- 4) อื่น ๆ ระบุ.....
17. ในกรณีนโยบายการเช่าเครื่องถ่ายเอกสารทำการเช่ากับบริษัทให้เช่าเพียงรายเดียว ท่านเลือกเช่าเพราะเหตุใด
- 1) ราคาเช่าที่ต่ำที่สุด
- 2) ได้รับสิทธิพิเศษจากรายการส่งเสริมการขาย หรือ ได้รับส่วนลดการค้า
- 3) พึงพอใจในคุณภาพของเครื่องถ่ายเอกสารและบริการ
- 4) เพื่อเป็นคู่ค้าที่ดีต่อกันในระยะยาว
- 5) อื่น ๆ ระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

คำชี้แจง ท่านเห็นว่าปัจจัยต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจเช่าเครื่องถ่ายเอกสารในระดับใด (กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่เป็นจริงสำหรับท่านมากที่สุด)

ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ระดับความสำคัญ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1. คุณภาพของสินค้าต้องได้มาตรฐาน					
2. ผู้ขายมีการสต็อกสินค้าไว้รองรับความต้องการของลูกค้าได้ทันที					
3. สินค้ามีตราயี่ห้อ เป็นที่รู้จัก					
4. ให้การบริการที่ดีตลอดการเช่า					
5. รูปแบบ และ ดีไซน์ของเครื่องถ่ายเอกสาร					
6. ความน่าเชื่อถือของบริษัทให้เช่า					
7. การส่งเครื่องสามารถทำได้รวดเร็ว และ ตลอดเวลา					
8. สามารถทำการเช่าโดยง่ายไม่ยุ่งยาก					
9. เทคโนโลยี และ ความทันสมัยของเครื่อง					
10. สินค้าได้รับการรับรองว่าปลอดภัยต่อผู้ใช้ และ รักษาสิ่งแวดล้อม					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับความสำคัญ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านราคา					
1. ราคาเช่าเหมาะสมกับคุณภาพ					
2. ราคาเช่าถูกที่สุด					
3. ไม่มีการเก็บเงินมัดจำ และ เงินประกัน ล่วงหน้า					
4. ระยะเวลาการชำระเงิน					
5. การให้ส่วนลด					
6. ความยืดหยุ่นในการชำระเงิน					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. การส่งเครื่องให้เช่าในปริมาณที่ถูกต้อง และ ตรงเวลา					
2. มีช่องทางการติดต่อเรื่องการเช่าได้หลายช่องทาง					
3. มีสาขาเปิดให้เช่าเครื่องหลายแห่ง					
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด					
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์					
2. พนักงานให้บริการมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องถ่ายเอกสารเป็นอย่างดี					
3. มีการเอาใจใส่ติดตามสอบถามลูกค้าอยู่เสมอ					
4. การลดราคาเช่าแก่ลูกค้าที่เคยเช่า					
5. การแจกของแถมให้แก่ผู้เช่า					

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็น /ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สำหรับการเช่าเครื่องถ่ายเอกสาร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล : นางสาวญาดา อาสานะพันธ์
- วันเดือนปีเกิด : 5 มกราคม พ.ศ. 2522
- สถานที่เกิด : จังหวัดกรุงเทพมหานคร
- ประวัติการศึกษา : บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ปีการศึกษา 2544
- ประวัติการทำงาน : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
(ตุลาคม พ.ศ.2545 - กุมภาพันธ์ พ.ศ.2547)
บริษัท โปรแอกทีฟ มีเดีย จำกัด
(มีนาคม พ.ศ.2547 - กันยายน พ.ศ.2547)
บริษัท ไทยฟูจิ ซีร็อก จำกัด
(ตุลาคม พ.ศ. 2547 - มีนาคม พ.ศ.2548)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้