หัวข้อวิทยานิพนธ์	คุณลักษณะองค์กร การเปิดรับข่าวสารและปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์
คำสำคัญ	ลักษณะองค์กร / การเปิดรับข่าวสาร / ปัจจัยการตัดสินใจ
ชื่อนักศึกษา	ประชวน นวลจันทร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริยา รินรัตนากร
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ ศึกษาถึงการให้ความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง คุณลักษณะองค์กรกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ ความแตกต่างระหว่าง คุณลักษณะองค์กรกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ ความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์การให้ความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ การศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนองค์กร หรือทำหน้าที่เป็นตัวแทนองค์กร และมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการเช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ที่ใช้บริการเช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ มีช่องทางในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ผ่านสื่อออฟไลน์ มากที่สุด คือ สื่อบุคคล การบอกต่อ (เช่น ผู้รับเหมา/วิศวกร/เจ้าของบริษัท/หุ้นส่วน) คิดเป็นร้อยละ 77.3 ช่องทางในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ผ่านสื่อออนไลน์ มากที่สุด คือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 62.0 มีรูปแบบการนำเสนอข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถดึงดูดความสนใจ คือ ไลน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0 รูปแบบปฏิสัมพันธ์ที่สามารถเชิญชวนให้เข้าร่วมผ่านสื่อออนไลน์ คือ เชิญชวนให้บุคคลอื่นซื้อสินค้า/ใช้บริการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.8 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและแทรกเตอร์จากช่องทางต่าง ๆ คือ ค้นหา

SPU CHONBURI

ติดตามเฉพาะเมื่อต้องการทราบหรือต้องการข้อมูลประกอบการตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.8 สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการให้เช่ารถแบคโฮและแทรกเตอร์ คือ สื่อบุคคล การบอกต่อ (เช่น ผู้รับเหมา/วิศวกร/เจ้าของบริษัท/หุ้นส่วน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.0 มีการนำเสนอข่าวสารที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและแทรกเตอร์ มีภาพลักษณ์ที่ดีมีความน่าเชื่อถือ คือ สื่อบุคคล การบอกต่อ (เช่น ผู้รับเหมา/วิศวกร/เจ้าของบริษัท/หุ้นส่วนวิศวกร/เจ้าของบริษัท/หุ้นส่วน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีประเด็นการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ คือ ราคา ค่าใช้จ่าย/การชำระเงิน/เงินมัดจำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.2 นอกจากนี้ผลการศึกษาเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้านแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ มากที่สุด คือ ด้านราคาบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.54 อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-square พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคุณลักษณะองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน *F*-test โดยวิธี One-way ANOVA พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีคุณลักษณะองค์กรที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ โดยรวม แตกต่างกัน กล่าวคือ ภาคอุตสาหกรรมโรงงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ โดยรวมน้อยกว่า อสังหาริมทรัพย์/คอนโดมิเนียม/บ้านจัดสรร และอื่น ๆ และผลทดสอบสมมติฐาน *F*-test โดยวิธี One-way ANOVA พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ โดยรวม แตกต่างกัน กล่าวคือ เว็บไซต์ให้ความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจใช้บริการธุรกิจให้เช่ารถแบคโฮและรถแทรกเตอร์ โดยรวม น้อยกว่า เฟซบุ๊ก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

SPU CHONBURI

Thesis Title	Organisation Characteristic, News Exposure, and Decision Factors in using Backhoe and Tractor rental service
Keyword	organisation / news exposure / decision factors
Student	Prachuan Nualjan
Advisor	Assistant Professor Dr.Pariya Rinrattanakorn
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2021

ABSTRACT

This research study aims to study organisation characteristic, news exposure, and decision factors in using backhoe and tractor rental service. This research studied decision factors in using a backhoe and tractor rental business, compared the difference between organisation characteristics and news exposure of the backhoe and tractor rental business as well as the differences between organisational characteristics and decision factors in using backhoe and tractor rental service. The difference between news exposure to backhoe and tractor rental service and the decision factors for backhoe and tractor rental service.

The results showed that most of the samples who use backhoe and tractor rental services had channels to receive service-related news. The results showed that most of the samples who use backhoe and tractor rental services had channels to receive service-related news on renting a backhoe and tractor from an offline media, e.i. mostly was from their personal media, word of mouth such as contractors, engineers, company owners, partners accounted for 77.3 percent. The samples receive the service-related news from an online media mostly from a website, accounted for 62.0 percent. The form of news presenting through online media that attracted their attention the most was Line Application at 43.0 percent. The interaction style that can invite them to join (online media) was to invite other people to buy products or use services as much as possible was at 33.8 percent. The frequency of exposure to information on backhoe and tractor rental services was at 66.8 percent and was seeked only when they needed to know or needed information to make a decision, accountedng for 66.8 percent. The most effecting media on backhoes and tractors rental

SPU CHONBURI

services were personal media, referrals such as contractors, engineers, company owners, partnerships the most, accounted for 33.3 percent. There was the issue of exposure to information on the backhoes and tractors rental service, namely prices, expenses, payments, and deposits, representing 50.2 percent. The overall backhoe and tractor rental service averaged was at 4.32, the highest level. By considering the details on each aspect, it was found that the sample group had the highest level of decision-making in the service of the backhoe and tractor rental service, which was the service price, with an average of 4.54 at the highest level. The results of the Chi-square statistical hypothesis test revealed that the sample group with different organisational characteristics had different exposure to information on the backhoes and tractors rental service. The results of the hypothesis F-test by one-way ANOVA method revealed that the sample group had different organisational characteristics and different decision factors in using a backhoe and tractor rental service. The overall hypothesis, *F*-test by One-way ANOVA method found that users who have different exposure to information on the backhoes and tractors rental service was at the statistical significance level of 0.05.

SPU CHONBURI