

ชื่อเรื่องการค้าค้ำประกันแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูง
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายวสันต์ ลิขิตเสถียร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้ำประกันแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ	ประธานกรรมการ
อาจารย์เรณัฐ เสริมบุญสร้าง	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าค้ำประกันแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูง ที่ได้จดทะเบียนการค้ากับกระทรวงพาณิชย์ และตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 26 ราย สถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นเจ้าของกิจการและเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อปูนซีเมนต์สูง กิจการผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูงส่วนใหญ่มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001-2,000,000 บาท จัดซื้อปูนซีเมนต์สูงจาก บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด โดยซื้อปูนตราเสือมากที่สุด ซึ่งเหตุผลที่เลือกซื้อเพราะ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์มากที่สุดคือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา รองลงมาคือ ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยเฉพาะบุคคล ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยภายในองค์กร ตามลำดับ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของแต่ละปัจจัยพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุดคือ การให้เครดิต การชำระเงิน ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุดคือ

สินค้ามีคุณลักษณะเหมาะสมกับการใช้งาน ปัจจัยย่อยถึงแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุดคือ ความต้องการซื้อปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าส่ง ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุดคือ การจัดส่งสินค้าตรงตามเวลา ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุดคือ พนักงานของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีความรู้ ประสบการณ์และความสามารถสูง ปัจจัยย่อยเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุดคือทัศนคติของกิจการที่มีต่อผู้แทนขาย เช่น ความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ ปัจจัยย่อยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุดคือ ความนิยมในตราสินค้าปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าส่ง และปัจจัยย่อยภายในองค์การที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุดคือ วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการ เช่น เน้นการเพิ่มยอดขาย เน้นผลตอบแทน เน้นภาพพจน์ที่ดี

ปัญหาของผู้ค้าส่งปูนซีเมนต์สูงด้านผลิตภัณฑ์คือ บรรจุภัณฑ์ไม่แข็งแรง ทนทาน ด้านราคาคือ ราคาสินค้าไม่มีความยืดหยุ่น ด้านสถานที่คือ การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ไม่มีการรับคืนสินค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Influencing Wholesalers in Purchasing Bag Cement
in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai

Author Mr. Wasant Likitsathiara

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Sirikiat Ratchusanti Chairperson

Lecturer Renus Sermboonsang Member

ABSTRACT

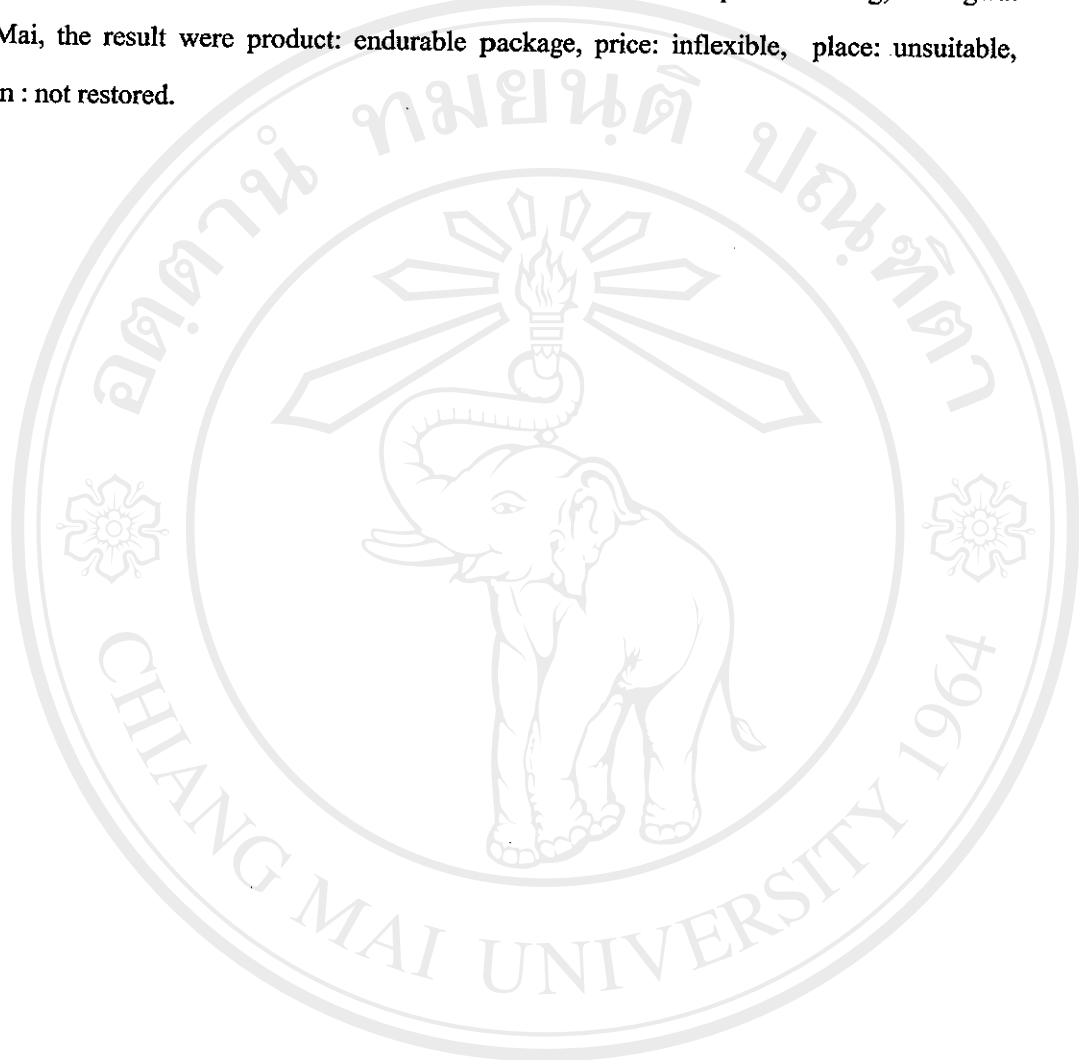
The objective of this independent study was to examine factors influencing wholesalers in purchasing bag cement in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. The population were 26 wholesalers who purchasing bag cement in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. The data was analyzed with frequencies, percentage, and means.

The study showed that the respondents mostly were female, aged 31 – 40, owner and finished bachelor degrees. Wholesalers earned the average of 1,00,001-2,000,000 baht per month, buying “Tiger”, purchasing bag cement from Siam Cement Company limited because of quality suitable price.

As the factors influencing wholesalers in purchasing bag cement in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai, the result were price, product, environmental, place, promotion, individual, interpersonal and organizational. Factors respectively for sub factors it was found that the price factors that had payment by credit was the most influencing, product factors that had suitable of products was in the most influencing, environmental factors that had wholesalers wanted in the most influencing, place factors that had on time delivered in the most influencing, promotion factors that had knowledge and experience of employees in the most influencing, individual factors that had attitude for employees in the most influencing, interpersonal factors

that had esteem of wholesalers in the most influencing and organizational factors that had objective of wholesalers in the most influencing.

Problems of wholesalers in purchasing bag cement in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai, the result were product: durable package, price: inflexible, place: unsuitable, promotion : not restored.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved