

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอที
ของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชัน
จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวสุวิกา พงษ์ค้อย

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารรัตน์ บุญเฉลียว

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและปัญหาของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชัน จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ตัวแทนจำหน่ายของบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชัน จำกัด ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 71 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ลักษณะการจดทะเบียนของกิจการของเป็นบริษัทจำกัด โดยมีระยะเวลาการเปิดดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปี ลักษณะการดำเนินธุรกิจคือรับทำงาน โปรเจกต์เป็นหลัก จำนวนผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีในกิจการคือ 1 คน ผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าไอทีในกิจการมากที่สุดคือ เจ้าของกิจการ ยอดสั่งซื้อสินค้าไอทีทั้งหมดเฉลี่ยต่อเดือนของกิจการคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500,000 บาท และมีความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าไอทีของกิจการโดยเฉลี่ยทุกวัน การสั่งซื้อสินค้าไอทีจากบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายรายอื่น คือ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ระยะเวลาการเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชัน จำกัด คือ 6 -10 ปี สินค้าที่มีการสั่งซื้อจากบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชัน จำกัด คือเครื่องคอมพิวเตอร์ PC/Notebook/PDA ช่องทางการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชัน จำกัด ของกิจการคือผ่านทางโทรศัพท์ และเงื่อนไขการชำระเงิน

ค่าสินค้าให้กับบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชั่น คือชำระด้วยเช็ค โดยมีระยะเวลาในการชำระเงินค่าสินค้า คือ ภายใน 30 วัน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชั่น จำกัด พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยเฉพาะบุคคล ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด สำหรับปัจจัยสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย

ผลการศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชั่น จำกัด พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยระหว่างบุคคล มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยเฉพาะบุคคล และปัจจัยภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และปัจจัยสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดลำดับแรกในแต่ละด้านมีดังนี้ ปัจจัยสภาพแวดล้อม ได้แก่ ภาวะการแข่งขันของธุรกิจไอที ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายในการสั่งซื้อ ปัจจัยระหว่างบุคคล ได้แก่ อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก ปัจจัยเฉพาะบุคคล ได้แก่ ความสนใจและชอบในตัวสินค้า

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชั่น จำกัด พบว่าทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรกได้แก่ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยราคา ปัจจัยผลิตภัณฑ์ และปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุดลำดับแรกในแต่ละด้านมีดังนี้ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เงื่อนไขและระยะเวลาการรับประกันของสินค้า ปัจจัยราคา ได้แก่ ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ PC / Notebook / PDA ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ บริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายมีคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การคืนเงิน Rebate เมื่อมียอดสั่งซื้อครบตามกำหนด

ผลการศึกษาปัญหาที่พบของตัวแทนจำหน่ายของบริษัท โพรเฟส ดิสทริบิวชั่น จำกัด พบว่าปัญหาทุกด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยอันดับแรก คือ ปัญหาด้านราคา รองลงมาคือ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ สำหรับปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรกในแต่ละด้านมีดังนี้ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ชนิดสินค้าที่จำหน่ายไม่หลากหลาย และสินค้าที่จำหน่ายมีข้อให้เลือกน้อย ปัญหาด้านราคา ได้แก่ ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ PC/ Notebook / PDA ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ บริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายไม่มีคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ยืม

Independent Study Title Factors Affecting the Purchasing Decision of Profess Distribution Company Limited Dealers Towards IT Products in Chiang Mai Province

Author Miss Suwiga Pongtuey

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Assistant Professor Dararatana Boonchaliew

ABSTRACT

This independent study aimed to explore factors affecting the purchasing decision and also problems of dealers of Profess Distribution Company Limited in Chiang Mai province in purchasing IT products. The study population was determined to 71 dealers of Profess Distribution Company Limited in Chiang Mai province. Then, in order to analyze the data, the descriptive statistics, including frequencies, percentages, and means was applied.

According to the studying results, most respondents were female in the ages between 31-40 years with Bachelor's degree or equivalent and worked in a position of business owner. Their business was registered in a type of company limited and had been operated for more than 10 years. Their business was mainly served any kinds of project events. There was only one person who got involve in the process of making purchasing decision for IT products and the most influencing person in doing so was referred to the owner him/herself. In average, the total amount of purchasing orders for IT products was lesser than or equal to 500,000 baht. The frequency in purchasing the IT products was specified to daily purchase. They sometimes purchased IT products from other dealers like Synnex (Thailand) Public Company Limited. It found that the respondents had been in charge of dealer for Profess Distribution Company Limited for 6-10 years. The product which was mostly purchased from the mentioned company was found in the computer category like PC/Notebook/PDA. The favorite purchasing channel was

done through telephone. The payment condition was mostly designed to do through cheque payment and the payment should be done within 30 days.

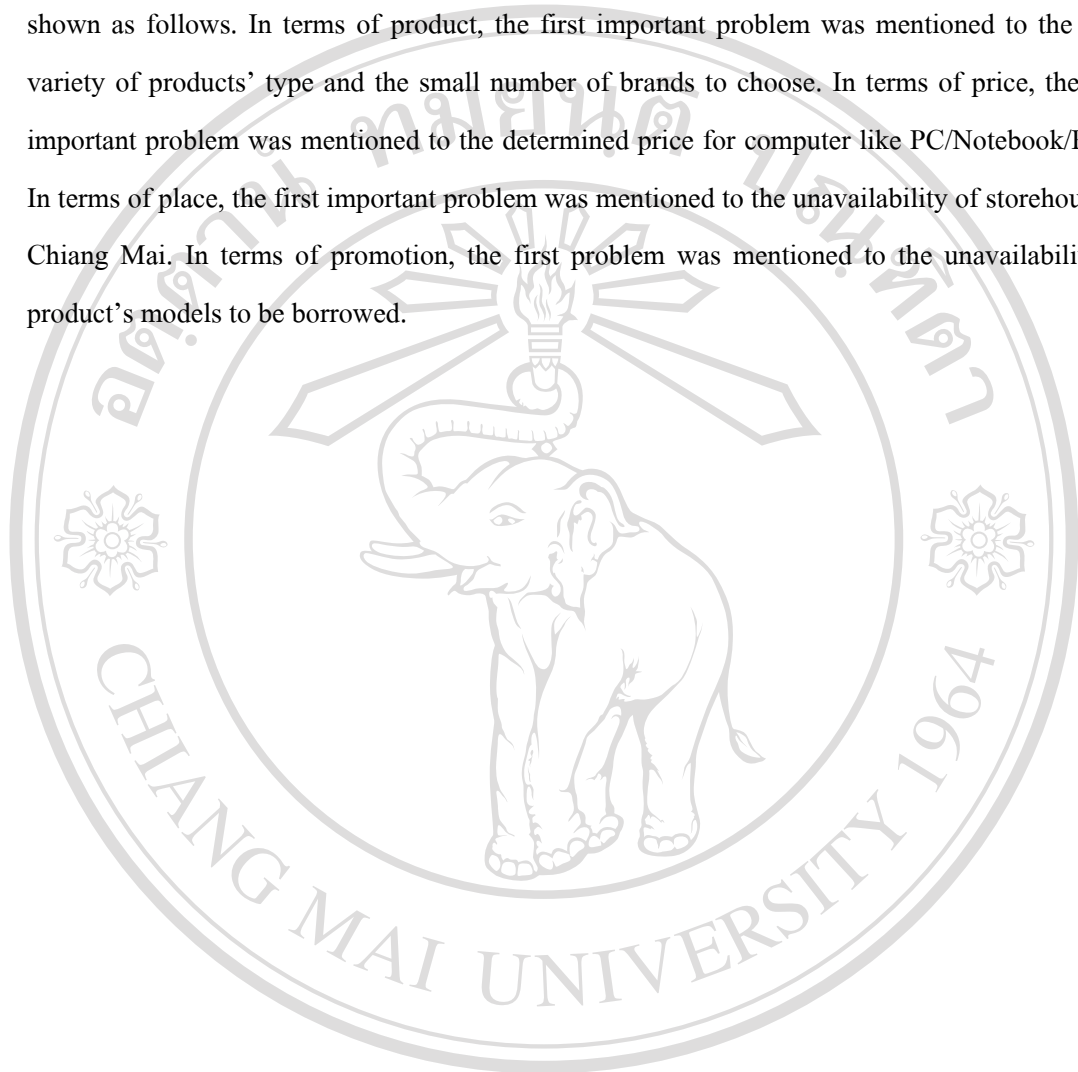
Based upon the study on factors affecting the purchasing decision of dealers of Profess Distribution Company Limited towards IT, the first influencing factor was mentioned to the inter-personal factor which was rated for the level of influence average at the highest, then, followed by the factors namely personal, inner organization, and marketing mix factors, which were rated for the level of influence average at high. However, for the environmental factor, the level of influence was ranked average at low only.

According to the study done on the main factors influencing on industrial behavior about IT products purchasing of the dealers of Profess Distribution Company Limited, it found that the first influencing factor was mentioned to the inter-personal factor, which its level of influence was ranked average at the highest, and then, followed by factors namely individual and inner-organization which the levels of their influence were both ranked average at high. Finally, the environmental factor which its level of influence was ranked average at low was also mentioned. The first sub-factors of each factor were shown hereafter. In terms of environment, the first concern was paid to the competitive situation of IT business. In terms of inner-organization, the first concern was paid to the purchasing purposes and policies. In terms of inter-personal, the first concern was paid to the authority in making purchasing decision of influencing people. In terms of individual, the first concern was paid to the interest and preference in the product itself.

According to the study done upon marketing mix factors influencing IT products purchasing decision of dealers of Profess Distribution Company Limited, it found that all following factors were ranked average at high level; promotion, price, product, and place, in orderly. The first sub-factors of each factor were shown hereafter. In terms of product, the first concern was paid to the product warranty's condition and period. In terms of price, the first concern was paid to the price as set for computers like PC/Notebook/PDA. In terms of place, the first concern was paid to being the imported and distribution company which had the storehouse in Chiang Mai. In terms of promotion, the first concern was paid to the rebate offered when customers bought products to the determined amount.

According to the findings on problems which was found by the dealers of Profess Distribution Company Limited, it found out that problems found in every factor were ranked

average for their level of importance at low level. Hereafter were shown the problematic factors; price, promotion, place, and product, in respectively. The first sub-factors of each factor were shown as follows. In terms of product, the first important problem was mentioned to the non-variety of products' type and the small number of brands to choose. In terms of price, the first important problem was mentioned to the determined price for computer like PC/Notebook/PDA. In terms of place, the first important problem was mentioned to the unavailability of storehouse in Chiang Mai. In terms of promotion, the first problem was mentioned to the unavailability of product's models to be borrowed.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved