

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ
บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

ผู้เขียน นายภาณุพงศ์ จันทรสมา

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.รัตน์ บุญเฉลียว

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายต่อการให้บริการของ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ เก็บข้อมูลจากตัวแทนจำหน่าย จำนวน 81 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแทนจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และมีตำแหน่งในองค์กรเป็นเจ้าของกิจการ โดยกรรมการผู้จัดการ เป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์มากกว่า ตำแหน่งอื่น ผู้จัดการฝ่ายการตลาดเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าจากบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์มากที่สุด และส่วนใหญ่เจ้าของกิจการเป็นผู้มีอำนาจการตัดสินใจคนสุดท้ายในการเลือกบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเพื่อซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ส่วนใหญ่มิมีบริษัทผู้นำเข้าและจัดจำหน่าย (Distributor) ที่มีการสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการจำนวนมากกว่า 5 ราย มียอดซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์เฉลี่ยต่อเดือน ทั้ง 500,001 – 2,000,000 บาท และ 2,000,001 – 4,000,000 บาท จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในกลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ชุด (Computer Set)

ในส่วนของการเป็นตัวแทนจำหน่ายของบริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ เป็นเวลาดำกว่า 5 ปี และสั่งซื้อสินค้ากลุ่มอุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์ (PC Component) และกลุ่มเครื่องคอมพิวเตอร์ชุด (Computer Set) มากที่สุด รู้จักบริษัทชินเน็คฯ จากการได้คำแนะนำจากผู้ประกอบการรายอื่น มี

เงื่อนไขการชำระค่าสินค้าโดยการชำระเป็นเช็คล่วงหน้า ได้รับ Credit Term เป็นจำนวน 30 วัน
 วงเงินรายเดือนสำหรับการสั่งซื้อสินค้าจากบริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขา
 เชียงใหม่ เป็นจำนวนเงิน 1,500,001 – 3,000,000 บาท และมีเหตุผลในการเลือกเป็นตัวแทน
 จำหน่ายของบริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ โดยเลือกจากราคา
 สินค้ามากกว่าด้านอื่น

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่าตัวแทนจำหน่ายมีความ
 ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา
 ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ยกเว้นด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทาง
 กายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ใน
 ระดับปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อย 3 ลำดับแรกที่ตัวแทนจำหน่ายมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์/บริการ
 ได้แก่ คุณภาพ ความทันสมัย และความมีชื่อเสียงของตราหือสินค้า ด้านราคา ได้แก่ ราคาสินค้า
 และบริการ รายละเอียดที่แสดงในใบเสร็จรับเงิน และความหลากหลายของระดับราคา ด้านสถานที่
 จัดจำหน่าย ได้แก่ บริการจัดส่งสินค้า ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้านับจากวันที่สั่งซื้อจนได้รับ
 สินค้า ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์และอีเมลล์ ความสะดวกในการติดต่อบริษัท
 ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ และสภาพความสมบูรณ์ของสินค้าที่จัดส่ง
 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการขายที่หลากหลาย การลดราคาสินค้า และการ
 บริการหลังการขาย ด้านบุคลากร ได้แก่ มนุษยสัมพันธ์ มารยาท/บุคลิกภาพของพนักงานขาย และ
 ความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ความ
 น่าเชื่อถือ ความมีชื่อเสียง และระยะเวลานับตั้งแต่ก่อตั้งบริษัท ซินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด
 (มหาชน) และด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความถูกต้องในการจัดส่งสินค้าทั้งประเภท/
 ชนิด/จำนวน เอกสารกำกับสินค้า และการให้บริการ

ในส่วนของปัญหาที่ตัวแทนจำหน่ายพบจากการใช้บริการของบริษัท ซินเน็ค (ประเทศ
 ไทย) จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ 3 ลำดับแรก คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ สินค้า
 ขาดสต็อกบ่อย และไม่มีสินค้าให้ใช้ทดแทนขณะส่งสินค้าซ่อม

Independent Study Title Dealer Satisfaction Towards Services of Synnex (Thailand)

Public Company Limited, Chiang Mai Branch

Author Mr. Parnupong Chandrasama

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Assistant Professor Dararatana Boonchaliew

Abstract

The objective of this independent study was to study Dealer Satisfaction Towards Services of Synnex (Thailand) Public Company Limited, Chiang Mai Branch. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires to 81 dealers. The Statistical techniques used were frequency, percentage, and means.

Most respondents from the study were male, who were 31-40 years having a bachelor degree and they were owner of the business. The result from this study showed that a person in the company, who most influenced the decision whether the business will become a computer accessories dealer, was a managing director. The person who most influenced distributor selection was a marketing director. And in most cases the person who made final decision for distributor selection was the owner of the business.

Most respondents were dealers who had more than 5 distributors working with, and most of them averagely ordered computer accessories with the value of 500,001 – 2,000,000 baht and 2,000,001 – 4,000,000 baht. And the highest sale they made was from computer sets.

Most respondents from the study had been working as a computer accessories dealer for less than 5 years. Most of products they ordered were PC components and computer sets. Most respondents from the study had known Synnex Thailand from other business owners. Most of them do the purchasing and paid by posted date cheque and having 30 days of a credit term from Synnex Thailand. Most of them had 1,500,001 – 3,000,000 baht of a monthly credit to order

computer accessories from Synnex Thailand. And most decided to become a dealer for Synnex Thailand by considering the prices of computer accessories.

The study showed that the dealers rate the overall satisfaction at the high level of average score in these following factors; product and service, people, price, process, place, except physical evidence and presentation and promotion that the dealers rate the overall satisfaction at the moderate level of average score.

The most three satisfactions from the dealers towards the following factors; product and service of Synnex Thailand were quality, modernity and reputation. For pricing, the dealers most satisfied with product prices, receipt design and the varieties of prices. For place, the dealers were most satisfied with delivery provided, time period spent in delivering products, convenience in ordering products via telephone and email, convenience in contacting Synnex and quality of the product delivery. For promotion, the dealers were most satisfied with varieties of promotions, discount and quality of after-sell service. For people, the dealers were most satisfied with friendliness and personality of sales persons and equity in treating staffs. For physical evidence and presentation, the dealers were most satisfied with the reliability, reputation and the year operated of Synnex Thailand. For process, the dealers were most satisfied with the right categories, types and numbers of products delivered, documents and service.

The most three problems of Synnex Thailand service quality found by the dealers were that Synnex had no example products for free trail, products were often run out of stock and there was no spared product for temporarily use while sending broken products for a repair.