ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ผู้เขียน นายนันทวัฒน์ พันธ์ศรีวนิช

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.รวิพร คูเจริญไพศาล

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสียของโรงงานอุตสาหกรรมในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 100 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งในฝ่ายจัดซื้อ โดยส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจเป็นแบบบริษัทจำกัด มีทุนจดทะเบียนของกิจการอยู่ที่ประมาณ 41-60 ล้านบาท นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องสูบน้ำเสียเป็นอย่างดี

ปัจจัยในแต่ละด้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสูบน้ำเสีย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านภายในองค์กรของผู้ซื้อ ปัจจัยด้านระหว่างบุคคล และปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล โดยมีปัจจัยย่อยของปัจจัยต่างๆที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดปรากฏดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บริษัทมีการรับประกันต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากตัวสินค้า

ปัจจัยย่อยด้านราคา ได้แก่ ราคาอะไหล่และชิ้นส่วนไม่แพงเมื่อต้องการซ่อมบำรุงเครื่อง

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ความกระตือรือร้นเอาใจใส่ในการติดตามงานของพนักงาน

ปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ ราคาน้ำมันในขณะตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยย่อยภายในองค์กรของผู้ซื้อ ได้แก่ ยอดขายของบริษัทในแต่ละปี

ปัจจัยย่อยระหว่างบุคคล ได้แก่ วัฒนธรรมหรือธรรมเนียมปฏิบัติในการสั่งซื้อขององค์กรผู้ซื้อ

ปัจจัยย่อยเฉพาะบุคคล ได้แก่ ประสบการณ์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Titte Factors Affecting Decision on Buying Sewage Submersible Pumps Among Industrial Factories in Krathumban District, Samut Sakhon Province

Author Mr. Nuntawat Phunsrivanich

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor

Associate Professor Dr. Rawiporn Koojaroenpaisan

ABSTRACT

This independent study had objective to study the factors affecting decision on buying sewage submersible pumps among industrial factories in Krathumban District, Samut Sakhon Province. Questionnaires were used to collect data from 100 persons involved in the decision making process. The data was analyzed by using descriptive statistics consisted of frequency, percentage, mean and standard deviation.

The study found that most respondents worked in purchasing department. Most of industrial factories were company limited and had average 41-60 million bath of authorized capital. Moreover, the respondents had capable knowledge about sewage submersible pumps. Each of the factors affecting decision on buying sewage submersible pumps among industrial factories, was rated at high influence level respectively: product factor, price factor, place factor, promotion factor, environment factor, organization factor, interpersonal factor, and individual factor. Of all those influencial factors, the sub-factors which were rated at the highest average scores were shown as follow.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

The Product sub-factor: a company guaranteed any damage regarding the product itself.

The Price sub-factor: the spare parts and the components were inexpensive when needed.

The Place sub-factor: goods were always available for sell.

The Promotion sub-factor: the employee were enthusiastic for following up their work.

The Environment sub-factor: the oil price level when the industrial factories decided to buy the sewage submersible pumps.

The Organizational sub-factor: the annual sales of the buyer company.

The Inter-personal sub-factor: the culture and tradition in the ordering process of the buying organization.

The Individual sub-factor: the experience of the buying decision maker.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved