

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าองค์กรของบริษัท ซี.พี.เอส. โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด
ในการซื้อวัสดุก่อสร้าง

ผู้เขียน นางสาวสุพชยาณ์ สุริย์พงษ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. พัทธรา ตันติประภา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าองค์กรของบริษัท ซี.พี.เอส. โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด ในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าองค์กรที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากบริษัท ซี.พี.เอส. โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 248 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รูปแบบธุรกิจเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว และเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยตำแหน่งในสถานประกอบการเป็นเจ้าของกิจการ มีประสบการณ์ในการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างเป็นเวลา 4-6 ปี และระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการเป็นเวลา 6-10 ปี สรุปรายได้รวมของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 1,000,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อวัสดุก่อสร้างสัปดาห์ละมากกว่า 1 ครั้ง คือ สินค้าประเภทโครงสร้าง โดยมีงบประมาณในการจัดซื้อวัสดุก่อสร้างในแต่ละครั้งคือ 10,001-50,000 บาท และวัตถุประสงค์หลักในการซื้อวัสดุก่อสร้าง คือ ต้องการสร้างบ้านหรืออาคารใหม่

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าองค์กรของบริษัท ซี.พี.เอส. โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด ในการซื้อวัสดุก่อสร้าง ปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของบริษัทฯ ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา ชื่อเสียงของสินค้า ที่บริษัทฯ นำมาจำหน่าย และนโยบายการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า

ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีการให้เครดิต ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า สามารถต่อรองราคาได้และมีการให้ส่วนลดปริมาณ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ ระยะเวลาที่เปิดให้บริการเหมาะสม มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า พนักงานให้ข้อมูลแนะนำวิธีการใช้สินค้า ลูกค้าที่เป็นสมาชิกจะได้รับการบริการและเงื่อนไขพิเศษ

ผลการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าองค์กรของบริษัท ซี.พี.เอส. โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด ในการซื้อวัสดุก่อสร้าง โดยปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยระดับความ สำคัญสูงสุดลำดับแรก มีดังนี้ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ได้แก่ ระดับความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างของธุรกิจท่าน ปัจจัยด้านองค์การ ได้แก่ ความชัดเจนของนโยบายการจัดซื้อในด้านจำนวนการสั่งซื้อ จำนวนการเก็บสินค้าคงคลัง ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ ความคิดเห็นในการเลือกร้านค้าของผู้ควบคุมงาน ปัจจัยด้านเฉพาะบุคคล ได้แก่ทัศนคติของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อต่อตราผลิตภัณฑ์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Affecting Corporate Customers of C.P.S. Homecenter Company Limited Towards Buying Construction Materials

Author Miss Suphachaya Sureephong

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Advisor Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

ABSTRACT

This study aimed to study factors affecting business customers of C.P.S. Home Center Co., Ltd. towards buying construction materials. Samples of the study were specified to 248 business customers who bought construction materials from C.P.S. Home Center Co., Ltd. Questionnaires were used as the tool to collect data. The data obtained were, then, analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage and mean.

The findings showed that most respondents were male in the age between 31-40 years old with Bachelor's degree or equivalence. Their business was in the single owner category and the respondents had authority in making decision to buy the products. They were in the position of business owner and had 4-6 years of experience in buying construction materials. Their business had been operated for 6-10 years and averagely got the total monthly revenue at the amount of less than 1,000,000 Baht. Most of them bought the construction materials at more than once in a week. In each time, the majority bought structural materials and spent about 10,000-50,000 Baht for them. Their main purpose in buying construction materials was to build a new house or building.

The findings on marketing mix factors affecting the business customers of C.P.S. Home Center Co., Ltd. towards buying construction materials presented that the respondents paid the highest level of importance to the top three elements of each factor as follows. The top three important elements of product factor were image and reputation of the company and its responsibility for defective products, reputation of products that the company sold, and product

return or change policy. The top three elements of price factor were credit payment, reasonable price to product quality, wide-range of prices according to product qualities, negotiable prices, and quantity discount. The top three elements of place factor were convenient contact channel via telephone, appropriate service hours, and delivery service to a certain site of construction. The top three elements of promotion factor were conditions of product change/refund, advices on product directions as given by the staff, and the special services and privilege conditions for membership.

For other factors affecting the decision of business customers of C.P.S Home Center Co., Ltd. towards buying construction materials, the results suggested that the top element of each factor that the respondents ranked at the highest level of importance was presented as follows. For environment factor, the top element was the level of need for construction materials. For organization factor, the top element was the clear procurement policy on order quantity and inventory quantity. For inter-personal factor, the top element was the opinions of foremen towards selecting construction shops. For personal factor, the top element was the attitude of purchasing authorities towards product brands.