

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรซ์ยี่ห้อบีทาเก้นของร้านค้าในจังหวัดลำพูน
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพนารัตน์ ศรียะศักดิ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรซ์ ยี่ห้อบีทาเก้น ของร้านค้าในจังหวัดลำพูน 2) เสนอแนะแนวทางจัดทำแผนธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรซ์และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้เทคนิค Cluster random sampling และสุ่มอย่างเป็นระบบในการเลือกสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ค้าปลีกในจังหวัดลำพูน โดยแบ่งเป็น 7 อำเภอและ 1 ถึงอำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภอแม่ทา อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอลี้ อำเภอทุ่งหัวช้าง อำเภอป่าซาง อำเภอบ้านธิ และกิ่งอำเภอเวียงหนองล่อง ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจาก 378 ตัวอย่าง ได้คืนคิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ แล้วทำการประมวลผลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Chi-Square ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง และอำเภอป่าซาง ผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 31 – 40 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ระยะเวลาการเปิดดำเนินการของร้านค้าปลีก 1 – 10 ปี

ปัจจัยที่ทำให้ผู้ค้าปลีกตัดสินใจเลือกจำหน่ายนมเปรี้ยวยี่ห้อบีทาเก้น คือ การมีสินค้าตรงตามความต้องการ มีสินค้าให้เลือกหลายชนิด ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกและเหมาะสม ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายราคา การช่วยลดต้นทุนการจัดส่งสินค้า การจัดเรียงสินค้าให้กับลูกค้า ความมีมารยาทและอัธยาศัยที่ดีของพนักงานขาย ซึ่งทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ค้าปลีกมากที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยด้าน อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกจำหน่ายนมเปรี้ยว พาสเจอร์ไรซ์ยี่ห้อบีทาเก้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยด้าน รายได้จากธุรกิจ และระยะห่างจากศูนย์จำหน่าย มีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจที่มีผลต่อการเลือกจำหน่ายนมเปรี้ยวพาสเจอร์ไรซ์ยี่ห้อบีทาเก้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัญหาของผู้ค้าปลีก ในการซื้อสินค้าจากพนักงานขาย พบว่า บริษัทไม่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับลูกค้า พนักงานขายมาพบกรณีจำหน่ายสินค้าเท่านั้น ไม่มีความสะดวกในการติดต่อกับพนักงานขาย

สำหรับข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัยคือ บริษัทผู้ผลิต ควรมีการสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ และผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมีการควบคุมคุณภาพของสินค้าก่อนส่งมอบให้กับลูกค้า ควรมีการจัดอบรมพนักงานในด้านความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า การรักษาคุณภาพของสินค้า การเพิ่มยอดขาย การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจ ควรมีการจัดการส่งเสริมการตลาดในช่วงเวลาพิเศษ หรือเทศกาลสำคัญ เพื่อให้เกิดการกระตุ้นในการสั่งซื้อสินค้า และบริษัทควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วม

Title	Factors Effecting the Decision – Making to Distribute “Betagen Brand” Pasteurized Milk of Retailers in Lamphun Province
Author	Miss Panarat Sriyasak
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assoc. Prof. Dr. Anurak Panyanuwat

ABSTRACT

The main objectives of this research were to study factors effecting the decision – making to distribute “Betagen Brand” pasteurized milk of retailers in Lamphun Province, and suggestions on business plan to enterprise in pasteurized milk and other business. The researcher employed a multi-stage cluster and simple random sampling technique in selecting a group of 378 retailers in Lamphun province. A set of questionnaires were used to collect data from the samples in 7 districts – Muang, Maetha, Banhong, Lee, Thunghuachang, Pasang, Banthi and Weangnonglong. One hundred percent of the questionnaires were returned to the researcher. The collected data were, then, analyzed, using frequency distribution, percentage, arithmetic means, standard deviation, and Chi-Square test through the SPSS for windows program.

The Results of the study were as follows. :

Most of the respondents were in Muang and Pasang districts, aged between 31 – 40 years old, high school education, monthly income was less than 10,000 baht, and 1 - 10 years of working experiences in the business.

The decisive factors of retailer samples towards the “Betagen Brand” pasteurized milk consisted of the precise products relating to the retailers’ needs, reasonable prices, complete sets of merchandises as required, hospitality of the service men, and goof recommendations to their business. All of those factors were mostly influential to the retailer samples’ decisions to buy goods from the company. The research found that age, education, experience in business was not statistically significant to the decision to buy the product. However, income and distance were statistically significant to the decision to buy goods.

The problems of the retailer samples in buying the product from salespersons were the unexchange of opinions with customers, salespersons visited customers only when they distribute goods to customers, and inconvenience to contact salespersons.

The production company should create distinctive feature for its product. The product should be varied and meets the customer's needs. Also, there should have quality control before distributing the product to customers and salespersons should be trained well on knowledge about the product. Maintenance of product quality, increase of volume, establishment of good relationship with customers, exchange of opinions with customers should also be practiced.

