

ต้นทุนการเก็บสินค้าคงคลังของผู้ซื้อ และการจัดให้มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น ต้องการให้จัดซื้อสินค้าเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากที่ร้านค้ามีจำหน่าย มีบริการขายสินค้าในปริมาณน้อยหรือมากตามความต้องการของลูกค้า การบริการจัดส่งถึงที่ เป็นต้น ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน เกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อสินค้าเคมีภัณฑ์และเลือกผู้จำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อหน่วยงานราชการมากกว่าหน่วยงานเอกชน คือ การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอีเมล รองลงมาคือ การมีพนักงานขายตรงจำนวนเพียงพอในการดูแลลูกค้า และการมีตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเขตพื้นที่/อำเภอ ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element, possibly a crown or a ceremonial object. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". On either side of the elephant, there is a stylized floral or sunburst-like symbol.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Distribution Channel Factors Affecting Customers Towards Purchasing Chemical Products and Choosing Distributors in Chiang Mai Province
Author	Miss Thirawan Chantaramanon
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr.Rawiporn Koojaroepaisan

Abstract

The study on “Distribution Channel Factors Affecting Customers Towards Purchasing Chemical Products and Choosing Distributors in Chiang Mai Province” was the descriptive research, of which data were collected by questionnaires distributed to research samples: 100 respondents from state agencies and 100 respondents from private agencies, who owned authority in and were responsible for making decision in purchasing chemical products.

The findings showed that most respondents were female with Bachelor’s degree and their current position was operators. Frequency in purchasing products was rarely, without fixed timing determination. Generally, they purchased the products when nearly finished. In each time of purchase, the average budget was more than 30,000 baht and the authority in making purchasing decision mostly belonged to lecturers/supreme administrators. Average budget to be approved from those authorities were the over amount of 50,000 baht. The majority normally purchased those chemical products from 3 regular distributors in Chiang Mai province by phone order.

Distribution channel factors effecting the purchase of chemical products of those respondents from state agencies the most was the convenience in corresponding with sale persons via telephone and email service; then followed by the rapid delivery, the reduction of inventory cost for buyers and the availability to make order via telephone, respectively.

Distribution channel factors effecting the purchase of chemical products of those respondents from private agencies the most was the convenience in corresponding with sale persons via telephone and email service; then followed by the rapid deliver, the reduction of inventory cost for buyers and the variety of services according to the need of different group of customers; i.e supplying additional products apart from its existing ones, selling products in small or large amount of quantities on customer's preference basis, and delivery service, respectively.

The results of comparative study on difference between state and private agencies in distribution channel factors effecting the purchase of chemical products and the selection of distributors in Chiang Mai province were statistically presented at the significant of 0.05 level. The factor effecting the state agencies at higher level than the private agencies was the order via email service; followed by the sufficient number of sale persons to take care customers, and the availability of distributors in a certain area/district, respectively.