

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ความคาดหวังของผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ในกลุ่มฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ต่อผู้ผลิตเครื่องจักรอัตโนมัติ
ผู้เขียน	นายสุกชาติ ตั้งมนสิการกุล
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ที่มีต่อผู้ผลิตเครื่องจักรอัตโนมัติในด้านส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อขององค์กรธุรกิจ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อและศูนย์กลางการจัดซื้อ ของบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ 2 บริษัทหลักในประเทศไทย คือ บริษัท A และบริษัท B

ผลการศึกษาความคาดหวังในต่อส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคาดหวังในด้านผลิตภัณฑ์และราคาเป็นหลัก โดยรายละเอียดในแต่ละด้านมีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์คาดหวังให้เครื่องจักรอัตโนมัติมีความสวยงามดูแข็งแรง มีขนาดเหมาะสมกับพื้นที่ มีความเสถียรในการทำงาน สามารถซ่อมบำรุงได้ง่าย มีความรวดเร็วในการทำงานไม่ส่งผลกับคุณภาพของตัวชิ้นงานของลูกค้า การมีระบบความปลอดภัยและป้องกันความผิดพลาดให้ผู้ใช้งาน มีเอกสารทางด้านวิศวกรรมและการฝึกอบรมประจำเครื่องในช่วงการส่งมอบเครื่องจักร ออกแบบเครื่องให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้ภายหลัง มีการรับประกันอย่างน้อย 1 ปี โครงสร้างหลักมีอายุการใช้งานอย่างน้อย 5 ปี มีการบริการหลังการขายตลอด 24 ชั่วโมง มีการจัดอบรมการใช้เครื่องและการซ่อมบำรุงให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านราคา คาดหวังให้เครื่องจักรอัตโนมัติมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและต้องคืนทุนในระยะเวลาที่กำหนด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คาดหวังให้มีช่องทางในการติดต่อได้หลายช่องทางและสามารถติดต่อได้ทันที ด้านการส่งเสริมการตลาด คาดหวังให้พนักงานขายมีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้ข้อมูลและการแก้ไขปัญหา

ผลการศึกษาวิธีการตัดสินใจซื้อขององค์กรพบว่า ขั้นตอนแรก การตระหนักถึงความต้องการเกิดจากภายในองค์กร โดยเริ่มจากพบปัญหาในกระบวนการผลิต ขั้นตอนที่สอง การค้นหาข้อมูลหรือแหล่งข้อมูล จะหาข้อมูลบริษัทผู้ผลิตจากฐานข้อมูลของบริษัท เว็บไซต์ และการแนะนำแบบปากต่อปาก ขั้นตอนที่สาม การเปรียบเทียบข้อมูลในการซื้อ จะพิจารณาจากความสามารถและประสบการณ์ของผู้จำหน่ายแต่ละราย ขั้นตอนที่สี่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ จะพิจารณาลักษณะและความสามารถของเครื่องจักร ความเหมาะสมของราคา ระยะเวลาคืนทุน โดยต้องผ่านความเห็นชอบจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้การเป็นผู้จำหน่ายรายเดิมที่เป็นคู่ค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และความสนิทสนมกับผู้มีอำนาจการตัดสินใจก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Expectation of Electronic Part Manufacturers in Hard Disk Drive Group Towards Machine Automation Makers
Author	Mr. Supachart Tangmanasikarnkul
Degree	Master of Business Administration
Advisor	Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

This independent study aimed to study the expectation of electronic parts manufacturer in hard disk drive group towards machine automation makers with respects to marketing mix and decision making of business organization. Data was gathered by conducting an in-depth interview with administrators, who engaged in decision making and got involved in procurement center of two significant companies in Thailand: A Co., Ltd., and B Co., Ltd.

The findings on expectations towards marketing mix presented that the interviewees had significant expectation on product and price factors and hereafter were presented details of their expectations towards each factor. In product factor, the expectations were the needs of beautiful and strong machine automations in compatible size with operation stability. The product that they expected to have should be easy to maintain, work fast without any effect to quality of customer's work, and have security system to prevent the product itself from user's carelessness. It should come up with engineering documents and trainings provided upon delivery and designed to support with the latter capacity upgrade, with at least 1-year product warranty and with at least 5-year useful life of the main structure. Twenty four-hour after-sales service and arrangements of training workshops on how to operate and maintain the machine for related units were also expected to be offered. In price factor, the expectations were reasonable price comparing to its quality and preferable payback period as defined. In place factor, the expectations were variety of contact

channels and to be able to make prompt contact. In promotion factor, the expectation was to have skillful and knowledgeable staff who could provide information and solutions to customers.

The findings on decision making of business organization presented as follows. In the first stage or the stage of need recognition, it occurred with a need within a certain organization, where a problem was found in the production process. In the second stage or the stage of information search, the search of information on machine automation maker companies was conducted through the company's database, websites, and word-of-mouth. In the third stage or the stage of alternative evaluation, the evaluation would be done under the criteria of proficiencies and experiences of each maker. In the fourth stage, factors influencing purchase decision included the qualities and capacities of the machine, the reasonability of price, and the payback period and all of which must be approved by every related units. In addition, the former distributed-trader and the familiarity with the one who had purchase authority influenced the purchase decision.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved