

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ผู้เขียน นางสาวอำภาพร ศรีแทนแก้ว

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารารัตน์ บุญเจือย

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ โรงงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ที่เปิดดำเนินการแล้ว จำนวน 53 ราย โดยได้สอบถามจากพนักงาน ผู้จัดการ ผู้บริหารหรือตัวแทนที่เกี่ยวข้อง และมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ของโรงงาน สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลของผู้ซื้อสินค้าธุรกิจในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 ลำดับแรกในแต่ละด้านมีดังนี้ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ระดับความต้องการใช้ IT ในองค์กร และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ด้านปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายขององค์กร และระบบการจัดการภายในองค์กร ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล ได้แก่ เจือใจคุณภาพสินค้าและบริการ และอำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอิทธิพลในการเลือก ส่วนในด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล ได้แก่ การยอมรับและความน่าเชื่อถือในการบริการ การยอมรับและทัศนคติที่มีต่อผู้ขาย เช่น ความรู้ ความชำนาญ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัทจัดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยที่ปัจจัยที่มีอิทธิพลลำดับแรกได้แก่ปัจจัยด้านกระบวนการ รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรกในแต่ละด้านมีดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ คุณภาพการบริการติดตั้งที่สมบูรณ์ คุณภาพงานซ่อมที่สมบูรณ์ รองลงมาคือ คุณลักษณะได้มาตรฐานตรงตามที่ต้องการ และมีเครื่องสำรองไฟใช้กรณีสินค้าชำรุดเสียหายระหว่างระยะเวลาประกัน

ปัจจัยด้านราคาได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ รองลงมา คือ มีการให้ราคาพิเศษ ตามเงื่อนไขปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนด และราคาเครื่องคอมพิวเตอร์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายได้แก่ สามารถติดต่อกับช่างโดยตรง รองลงมาคือสามารถติดต่อสั่งซื้อสินค้าและบริการทางโทรศัพท์ได้ และสามารถติดต่อกับผู้ขายสินค้าและบริการได้สะดวก รวดเร็ว

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ รองลงมาคือ มีส่วนลดพิเศษกรณีสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณมากตามเงื่อนไขที่กำหนด และมีพนักงานขายเข้ามาแนะนำสินค้าและบริการที่บริษัท

ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ ช่างเทคนิค วิศวกร มีความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในการติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี ช่างเทคนิค วิศวกรวิเคราะห์หาสาเหตุและสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างถูกต้อง/ถูกต้อง รองลงมาคือ ช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายปัญหาและแก้ไขให้เข้าใจได้ และช่างเทคนิค วิศวกร สามารถอธิบายเหตุผลของอาการเสียได้

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การนัดหมายตรงเวลา รองลงมาคือ มีความรวดเร็วในการใช้เวลาในการบริการติดตั้งและซ่อม เงื่อนไขการให้บริการสามารถแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และการส่งมอบสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ภาพพจน์ของบริษัทและน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ มีใบรับรองคุณภาพ มาตรฐานในสินค้าและการให้บริการ และมีจำนวนช่างเทคนิค วิศวกรเพียงพอในการบริการ

Independent Study Title Factors Affecting Factory Decision Towards Selecting IT Solution Companies in the Northern Region Industrial Estate, Lamphun Province

Author Miss Ampaporn Sritankeaw

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Assistant Professor Dararatana Boonchaliew

ABSTRACT

This independent study aimed to study factors affecting factory decision to select IT solution companies in the Northern Region Industrial Estate, Lamphun province. The sample population was determined to 53 employers, managers, administrative staffs or other related persons who were in charge of making decision to select IT solution companies working in factories in the Northern Regional Industrial Estate, Lamphun province. The analysis was conducted by the use of descriptive statistics composing of frequency, percentage, and mean. Hereafter the results were shown.

Below was presented the finding of the study on factors affecting decision made to the selection of IT solution companies for factory use in the specified area.

The first two sub-factors which respondents rated average at the highest level for its importance were indicated as follows. In terms of environment, the highest important points were paid to the need to use of IT in organization and the recent economic situation. In terms of internal factor, the highest important points were paid to the organization's objectives and policies and its management system. In terms of interpersonal, the highest important points were paid to the product and service quality conditions and the authority in making decision. In terms of individual, the highest important points were paid to the acceptance and reliability of services and the acceptance and good attitudes to sale persons which included their knowledge and skills.

Below was presented the findings of study on marketing mix factors affecting decision made to the selection of IT solution companies for factory use in the specified area.

According to the studying results, all marketing mix factors influenced those customers to select IT solution companies for their factories average at the high level. Those factors were process, product/service, price, people, promotion, physical evidence and presentation, and place, respectively.

The first three sub-factors which influenced the decision of respondents the most were shown as follows. In terms of product/service, the sub-factors which influenced those customers the most were the perfect installation quality service, the perfect quality of repairing service, and the standard service performance according to the factory's need including the availability of spare parts when the guaranteed product was broken. In terms of price, the sub-factors which influenced those customers the most were price negotiation, special reduction according to determined amount of orders, and computer price. In terms of place, the sub-factors which influenced those customers the most were the chance to contact with mechanists directly, the availability of product/service orders made through telephone, and the easy and rapid contact made to sale persons. In terms of promotion, the sub-factors which influenced those customers the most were the special reduction for regular customers, the special reduction according to determined amount of orders, and the advices and instructions given by sale persons at the customer's place. In terms of people, the sub-factors which influenced those customers the most were the knowledge, skills, and experiences in installing computer system of technicians and engineers, the great ability of technicians and engineers to analyze problems and solve it out correctly, and the understandable explanation about source and existing problems and solutions given by technicians and engineers. In terms of process, the sub-factors which influenced those customers the most were the on-time appointment, the rapid installation and repairing services, the flexible service conditions made to the needs of customers, and the accuracy and rapidness in offering services. In terms of physical evidence and presentation, the sub-factors which influenced those customers the most were the good and reliable image of the company, the certificates to guarantee qualities and standard of company's products and services, and the sufficient technicians and engineers.