

ชื่อเรื่อง การค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกน้ำ
ประเภท เอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้า รถยนต์
 บรรทุกขยะของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน
 จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายพงษ์สวัสดิ์ เกรียงไกรกิจ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ศิริเกียรติ รัชชานันติ ประธานกรรมการ
 อาจารย์ ดร. นฤนาถ สราภักขวานิช กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้า รถยนต์บรรทุกขยะของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยสอบถามจากผู้ที่มีอำนาจและมีประสบการณ์ในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ทั้ง 3 ประเภท ของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 41 ถึง 50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งปลัดเทศบาล/ปลัดอบต. เคยมีประสบการณ์ในการเลือกซื้อหรือเคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ อย่างน้อย 1 ครั้ง สำหรับรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้า และรถยนต์บรรทุกขยะ ร้อยละ 82, 97 และ 89 ตามลำดับ มีพนักงานในหน่วยงานตั้งแต่ 41 คนขึ้นไป มีรถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ 1 คัน มีรถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้า 1 คันและมีรถยนต์บรรทุกขยะ 2 คัน ซื้อรถยนต์แต่ละประเภทครั้งล่าสุด

ในรอบระยะเวลา 5 ถึง 10 ปี ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียกช่างของบริษัทผู้สัญญามาให้บริการที่หน่วยงาน ภายใน 7 วัน แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก รถยนต์ทั้ง 3 ประเภท คือ พนักงานขายของบริษัท

ผลการศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกน้ำ เอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้าและรถยนต์บรรทุกขยะของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ด้านปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจทุกปัจจัยในระดับมาก อันดับแรกคือภาวะราคาน้ำมันที่สูงขึ้นสินค้าราคาแพงผู้บริโภคซื้อสินค้าลดลงรัฐบาลจัดเก็บภาษีได้น้อยทำให้เงินรายรับลดลง รองลงมาคือนโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนงบประมาณสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปของเงินอุดหนุนที่น้อยไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการในพื้นที่ ปัจจัยด้านองค์กร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจทุกปัจจัยในระดับมาก อันดับแรกคือระบบงานขององค์กรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้ส่งผลกระทบต่อการบริหารและการพัฒนาพื้นที่ รองลงมาคือวัตถุประสงค์และนโยบายของหน่วยงานของท่านได้รับการตอบสนองในทางที่ดีจากพนักงานในองค์กร ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจทุกปัจจัยในระดับมาก อันดับแรกคืออำนาจในการตัดสินใจของแต่ละฝ่ายในองค์กร รองลงมาคือการชักชวนของผู้ขายส่งผลกระทบต่อความต้องการสินค้า ปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจทุกปัจจัยในระดับมาก อันดับแรกคือการยอมรับและทัศนคติที่มีต่อผู้ขาย เช่นบุคลิกลักษณะความรู้ความชำนาญรองลงมาคือประสบการณ์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์บรรทุกน้ำ เอนกประสงค์ รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้าและรถยนต์บรรทุกขยะของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์บรรทุกน้ำเอนกประสงค์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดคือมีความปลอดภัยสูงในการขับขี่ รองลงมาให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุดคือระบบเบรกที่มีประสิทธิภาพ ด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์ติดตั้งเครนกระเช้าซ่อมไฟฟ้า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ ในระดับมาก คือ โรงงานผู้ผลิตควรต้องเป็นโรงงานที่ได้รับรองมาตรฐานคุณภาพ ISO 9001 หรือเป็นโรงงานที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการโรงงานด้านสร้างประกอบตัวถังรถยนต์ รองลงมาคือ เครนไฮดรอลิกกระเช้าซ่อมไฟฟ้าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากโรงงานที่ได้รับรองคุณภาพหรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานของรัฐ ด้านผลิตภัณฑ์รถยนต์บรรทุกขยะผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับ

มาก คือ โรงงานผู้ผลิตควรต้องเป็น โรงงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ ISO 9001 หรือเป็น โรงงานที่ได้รับอนุญาตประกอบกิจการ โรงงานด้านการสร้างประกอบตัวถังรถยนต์ รองลงมาคือ โครงสร้างแข็งแรงทนทานสามารถใช้งานบนถนนทุรกันดารได้ดี ปัจจัยด้านราคาผู้ตอบ แบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก คือ ราคามีความเป็นมาตรฐานตามที่รัฐ กำหนด รองลงมาคืออะไหล่หาง่ายราคาประหยัด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบ แบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก คือการส่งมอบสินค้ารวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ ตามข้อตกลง รองลงมาคือ การติดต่อกับทางบริษัทหรือพนักงานขายทำได้สะดวก ปัจจัย ด้านส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก คือ ช่องทางในการติดต่อหลายช่องทาง(โทรศัพท์,เวปไซต์,จดหมาย,จดหมายอิเล็กทรอนิกส์) รองลงมาคือ การออกบูธของบริษัทในงานต่างๆ ของท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

Independent Study Title Factors Affecting Local Administrative Offices Purchasing Decision Towards Multi-purpose Water Lorries, Cranes with Rescue Platform Trucks and Garbage Trucks in Chiang Mai Province

Author Mr. Pongsawat Kriangkraikij

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Associate Professor Sirikiat Ratchusanti Chairperson

Lecturer Dr. Naruanard Sarapaivanich Member

ABSTRACT

This independent study aimed to examine the factors affecting Local Administrative Offices purchasing decision towards multi-purpose water lorries, cranes with rescue platform trucks and garbage trucks in Chiang Mai province. The data collection tool used in this study was a questionnaire which was used to collect information from 100 respondents, all of whom have authority and experience in making the purchasing decisions for the three types of vehicles for Local Administrative Offices in Chiang Mai province. Descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation, were employed in the analysis of the data.

The finding of this study found that most of questionnaire respondents were male, aged between 41 to 50 years old, and had achieved a bachelor's degree level of education. They held Municipal Clerks/Chief Administrators positions with the Subdistrict Administrative Organization, and had at least one experience of making the purchasing decision or participating in making the purchasing decision for a multi-purpose water lorry, crane with rescue platform trucks and garbage trucks at percentages of 82, 97 and 89 respectively. Their offices had at least 41 personnel, owned 1 multi-purpose water lorry, 1 crane with rescue platform trucks and 2

garbage trucks. The most recent purchase of each type of vehicles took place within the last 5 to 10 years. The length of time it took for a mechanic from their contract partner company to come to provide services at their offices was up to 7 days. Their source of information for the three types of vehicles was sales representatives.

The finding of environmental factors affecting the purchasing decisions towards multi-purpose water lorries, cranes with rescue platform trucks and garbage trucks of the Local Administrative Offices in Chiang Mai province found that all factors had high level of influences on the purchasing decisions.

In terms of environmental factors, it was found that the questionnaire respondents scored the level of effect influencing decision making made by all these factors at a high level. Firstly, higher oil price led to higher price of goods, less purchasing power of consumers, less tax collected by the government, and less government earning. This was followed by the government's policy of allocating limited budget to the Local Administrative Organization. Budget were therefore insufficient for administrating and managing tasks in the local areas.

For the organizational factor, it was found that the respondent also scored at a high level the effect all these factors had on decision making. Firstly, the continuing development of the organizational working system affected the administration and development of the local areas. Secondly, the organizational objectives and policies were well accepted by organizational personnel.

For personal relation factors, it was found that the respondent also scored the level of effect influencing decision making made by all these factors at a high level. The first factor was the power of making decision of each department in the organization. It is followed by the factors related to suggestions made by salespersons which had effected the demand for goods.

For individual factors, it was found that the questionnaire respondent scored the level of effect influencing decision making made by all these factors at a high level. The first factor was the acceptance and attitude towards the salespersons such as the salespersons personality, knowledge and skills. The experience of those who had authority to make purchasing decision was the second most important factor.

The finding of the marketing mix factors affecting the purchasing decisions towards multi-purpose water lorries, cranes with rescue platform trucks and garbage trucks of the Local

Administrative Offices in Chiang Mai province also showed that the questionnaire respondents scored all of the marketing mix factors affecting the decision making at a high level. Here again the questionnaire respondents scored “high operating safety” as the highest level of effect influencing decision making towards the multi-purpose water lorries product. The factor having the next highest level of effect on their decision making was “effective breaking system”.

With regards to the cranes with rescue platform trucks product, the questionnaire respondents scored “the manufacturing plant must be ISO 9001 quality standard approved or had an official permit for auto body assembly” as the high level of effect influencing decision making. The factor having the next highest level of effect on their decision making was “the hydraulic cranes with rescue platform must have been manufactured by a factory which has quality approved or product approved made by government agency”.

With regards to the garbage truck products, the questionnaire respondents scored “the manufacturing plant must be ISO 9001 quality standard approved or had an official permit for auto body assembly” as having the high level of effect on their decision making. The factor having the next highest level of effect on their decision making was “the durability of the structure, enabling the trucks to be operated on roads where surfaces are in bad conditions”.

With regards to the pricing factor, the questionnaire respondents scored “the price is standard according to government price standard” as the high level of effect influencing decision making. The factor having the next highest level of effect on their decision making was “the availability of the spare parts at an affordable price.

As for the channel of distribution factor, the questionnaire respondent scored “the product delivery is fast, correct, and accurate as specified in the contract” as the highest level of effect influencing their decision making. The factor having the highest level of effect on their decision making was “the easy contact with the company and its sales representatives.

Finally, with regards to the sales promotion factor, the questionnaire respondent scored “channels of communication (telephone, website, mail, e-mail)” as having the highest level of effect on their decision making. Meanwhile, the factor having the next highest level of effect on their decision making was “regularly setting up the company’s booth at local events”.