

บทคัดย่อ

179577

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคิดเห็นในการพิจารณาจัดซื้อล้อแม่เหล็กของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการพิจารณาจัดซื้อล้อแม่เหล็กของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 2. เพื่อศึกษาการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดล้อแม่เหล็กเมื่อจัดซื้อ 3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดล้อแม่เหล็ก

การศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการค้าปลีกล้อแม่เหล็กในเขตกรุงเทพมหานคร 93 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test และ t-test กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่อายุช่วง 31-40 ปี มีการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรี

ผลการศึกษาพบว่า ในการพิจารณาจัดซื้อล้อแม่เหล็กจะพิจารณาถึงตราหือ จะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายมากที่สุด เมื่อมีการจัดซื้อแต่ละครั้งไม่มีการกำหนดจำนวนและเวลาที่แน่นอนในการจัดซื้อแต่ละครั้งจะเลือกผู้ขายที่มีชื่อเสียง จะซื้อจากหลายแหล่ง มักซื้อจากคนกลางหรือผู้แทนขาย แหล่งซื้อจะมีทั้งในและนอกประเทศ สิ่งที่ผู้ประกอบการคำนึงถึงมากที่สุดในการจัดซื้อคือต้นทุน ให้ความสำคัญกับการเจรจาต่อรองมากเมื่อจัดซื้อ นิยมจ่ายเงินด้วยเช็คมากกว่าวิธีอื่น ได้รับเครดิตมากกว่า 3 เดือน ประโยชน์ที่มักจะได้รับจากการจัดซื้อ คือ ส่วนลดเงินสด จังหวะเวลาในการจัดซื้อล้อแม่เหล็ก คือ เมื่อคาดว่าราคาจะสูงขึ้นเพื่อเก็งกำไร รอบของการสั่งซื้อ ส่วนใหญ่ซื้อทุกเดือน และใช้รถปิคอัพในการขนส่ง โดยบริษัทผู้ขายจ่ายค่าขนส่งให้ เมื่อตรวจรับสินค้า จะดูทั้งลาย จำนวน และขนาด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบสีออกในระดับปานกลาง ล้อแม่เหล็กจะถูก

จัดเก็บไว้ในร้านค้าเป็นส่วนใหญ่ และจะแกะกล่องออกหมด ทางร้านจะบริการเก็บทิ้งให้ลูกค้าเมื่อมาเปลี่ยน ผู้ประกอบการที่มีอายุ เพศ การศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดล้อแม่เหล็กไม่ต่างกัน

ABSTRACT

179577

This research aims to 1) study the opinions in consideration of the purchasing of max wheel of the entrepreneurs in Bangkok area, 2) study the importance of the marketing mix of the max-wheel 3) study the relationship between the demographic backgrounds of the entrepreneurs and their opinions through the marketing mix of the max- wheel. Data were collected from 93 entrepreneurs by using questionnaire as the tools of the research. Data were analyzed by statistical techniques which are means, percentage, and standard deviation. Hypotheses were tested by t-test and F- test .

The research indicated that in consideration of max- wheel purchasing of the entrepreneurs, they consider the following factors : 1) brand of the max – wheel, 2) cost, which is the most important factor, 3) reputation of suppliers, 4) sources of max – wheel, they buy from many sources, they buy from both domestic and international dealers, 5) the method of payment, most of them pay by check, 6) credit, mostly more than 3 months, and they prefer cash discount, 7) negotiation, mostly about the price, 8) timing for purchasing, it is uncertainty, it depends on the market price and their speculation, 9) cycle of purchasing, mostly they buy every month , 10) transportation, they use pick-up cars and the sellers are responsible for the payment, 11) stock checking, they check their quantities and sizes, and they pay attention to stock checking at moderate level, 12) inventory keeping, mostly they keep inside the stores and bring them out from the boxes, 13) clearing the unused wheels, every shop is responsible for clearing the unused wheels to the customers.

The entrepreneurs who have different age, gender, and educational backgrounds have significant different opinions of the importance of the marketing mix of the max– wheel.