

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ค้าปลีกใน จังหวัดเชียงใหม่ ในการซื้อขนมปังกรอบจากบริษัท ไหลแข่งฮวด เอทีซี จำกัด โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่ซื้อขนมปังกรอบจากบริษัท ไหลแข่งฮวด เอทีซี จำกัด จำนวน 118 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-45 ปี ลักษณะร้านค้าเป็นร้านค้าปลีกและค้าส่ง มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และมากกว่า 80,000 บาท ผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่คือเจ้าของกิจการ โดยมีเหตุผลในการจัดซื้อคือผู้บริโภคนิยม

ลักษณะของผู้ซื้อในการซื้อขนมปังกรอบจากบริษัท ไหลแข่งฮวด เอทีซี จำกัด พบว่า

1. ส่วนใหญ่ซื้อเมื่อสินค้าใกล้หมด
2. ซื้อขนมปังกรอบประเภทสอดไส้
3. ซื้อปริมาณ 1 - 10 ปีก
4. มีการซื้อขนมปังกรอบจากแหล่งอื่น 1 - 3 แห่ง
5. เหตุผลในการซื้อคือความสะดวกในการซื้อ
6. ความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าผู้ซื้อให้เหตุผลหลักในการซื้อขนมปังกรอบจากบริษัท ไหลแข่งฮวด เอทีซี จำกัด ในเรื่องมีรูปแบบขนมปังกรอบให้เลือกหลายแบบ รองลงมาคือสามารถเลือกซื้อสินค้าประเภทอื่นๆที่บริษัทมี

ปัจจัยด้านราคา สำหรับปัจจัยหลักด้านราคาทางบริษัทไม่คิดค่าขนส่ง รองลงมาคือการจัดรายการส่งเสริมการขายร่วมกับผู้ซื้อ

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ทางบริษัทตระหนักดีว่าการดูแลสินค้าคงคลังของผู้ซื้อเป็นสิ่งจำเป็น ตัวอย่างเช่นช่วงเทศกาลปีใหม่ผู้ซื้อจะจำหน่ายขนมปังกรอบในปริมาณมาก รองลงมาคือ จำเป็นในเรื่องการขนส่งที่รวดเร็วทำให้ลูกค้าไม่ต้องรอคอย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อสามารถติดต่อกับบริษัทและพนักงานขายได้สะดวก และพนักงานขายว่ามีให้ความรู้ในตัวสินค้า

ปัญหาบางประการในการซื้อขนมปังกรอบจากจากบริษัท ไหลแข่งฮวด เอทีซี จำกัด มีดังนี้คือ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์คือไม่มีรูปแบบขนมปังกรอบให้เลือกเพียงพอ

ปัญหาด้านราคา ผู้ขายไม่มีการให้ส่วนลดปริมาณให้แก่ผู้ซื้อ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เช่น การออกใบเสร็จด้วยระบบคอมพิวเตอร์

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อไม่มีความรู้สึกทางบริษัทจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดเพียงพอ

The objective of this study was to measure the satisfaction of retailers in Chiang Mai Province's in buying biscuits from Lai Seng Huad ATC Co.,Ltd. Questionnaires were used to collect data from 118 retailers who bought biscuits from Lai Seng Huad ATC Co.,Ltd. The data was analyzed by using statistical tools such frequencies, percentages and means.

The results showed that the majority of buyers were female aged between 26-45 years old. The characteristic of buyers are retailers and wholesalers, who hold a high school degree or equivalent. They earn less than 10,000 baht or more than 80,000 baht per month. The people who make the decision to buy are the owners and the reason for buying the biscuits were due to customer satisfaction in purchasing the biscuits. Buyer's purchasing characteristic in buying biscuits from Lai Seng Huad ATC Co., Ltd. were indicated as follows:

1. Majority of buyers purchase when the stock inventory is almost out of stock.
2. Buying assorted biscuits.
3. Quantity purchasing is one to ten boxes.
4. One - third of the buyers purchase biscuits from other manufacture.
5. Reasons for buying is due to convenience.
6. Frequency in buyer's purchasing averages once per a month.

Factors regarding Product. Buyer's major reason for purchasing from Lai Seng Huad ATC Co., Ltd is due to the variety of biscuits the company has to offer and the minor factor is the variety of products the company offers.

Factors regarding Price. the major factor of price is the company offer of free delivery and the minor factor is joint promotion with the buyer.

Factors regarding Place. The company was well aware of the purchaser's needs in stock due to the seasons. For example, during New Year's, purchasers sell a large quantity of biscuits and the minor factor is the need for fast delivery to restock without delays which Lai Seng ATC Co., provides.

Factors regarding Promotion. Purchaser has easy access to contact company and salesperson and the knowledge in products of sales person.

The following is some of the problems of buying biscuits from Lai Seng Huad ATC Co.,Ltd. :

Problems in Product. There is not enough styles of biscuits.

Problems in Price. The seller does not offer quantity discount to the buyer.

Problems in Place. There are problems because the company does not have any new technology to offer the purchaser such as billing system by computer.

Problems in Promotion. The purchaser does not feel the company offers enough sales promotions.