

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้รับเหมาก่อสร้าง
ในอำเภอเมืองเชียงราย ในการซื้อแผ่นใยไม้ซีเมนต์

ผู้เขียน นายสุรวัฒน์ กุลอักษะกิจ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมืองเชียงรายในการซื้อแผ่นใยไม้ซีเมนต์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือผู้รับเหมาก่อสร้างที่ซื้อแผ่นใยไม้ซีเมนต์ ในเขตอำเภอเมืองเชียงราย จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลจากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26-35 ปี ระดับการศึกษาประกาศนียบัตร (ปวช.ปวส.) ตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการ รูปแบบการประกอบธุรกิจคือ รับเหมาอิสระ (บุคคลธรรมดา) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป มูลค่างานที่รับเหมาแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย 1,000,001 บาทขึ้นไป ราคาสินค้าแผ่นใยไม้ซีเมนต์ที่ซื้อคือ เฉลี่ยราคาประเภทของแผ่นใยไม้ซีเมนต์ที่ซื้อ คือ ไม้ฝา วัตถุประสงค์ในการซื้อแผ่นใยไม้ซีเมนต์ คือ ก่อสร้างใหม่ ส่วนใหญ่มีร้านประจำในการซื้อ ลักษณะร้านประจำที่ซื้อคือร้านที่ขายถูก การซื้อแผ่นใยไม้ซีเมนต์โดยเฉลี่ยปีละ 4-6 ครั้ง มูลค่าในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง 5,000-10,000 บาท ระยะเวลาในการชำระเงิน คือทันทีที่ส่งของถึง ผู้มีส่วนร่วมช่วยตัดสินใจซื้อแผ่นใยไม้ซีเมนต์ คือ ลูกค้า คุณสมบัติของแผ่นใยไม้ซีเมนต์ที่ตัดสินใจเลือกซื้อคือ มีความแข็งแรงทนทาน และการให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อแผ่นใยไม้ซีเมนต์ คือ คุณภาพสินค้า (สวยงาม ทนทาน อายุการใช้งานนาน)

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวมในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาปัจจัยด้านราคา และเห็นว่า มีผลในระดับปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุดคือ สินค้ามีให้เลือกหลายรูปแบบ รองลงมาสินค้าใช้แทนไม้ธรรมชาติได้ครบ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุดคือ สินค้ามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาสามารถต่อรองราคาได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุดคือ กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก รองลงมาหาซื้อง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุดคือ มีการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าชำรุด รองลงมา มีการรับประกันสินค้า

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Contractor Decision Towards
Buying Wood Fiber Cement Composites in Mueang Chiang Rai
District

Author Mr. Surawat Kunachakit

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

This independent study aimed at investigating marketing mix factors affecting contractor decision towards buying wood fiber cement composites in Muang Chiang Rai district. Research samplings were identified to 400 contractors in Muang Chiangrai district and questionnaires were used as the research instrument to collect data. Then, all data obtained were analyzed by the descriptive statistics, including frequency, percentage and means.

Based upon the findings, most respondents were male in the ages between 26-35 years old with educational background at vocational certificate (vocational and high vocational certificates) level. The majority was in a post of owner of independent (individual) contractor business for over 10 years and averagely earned more than 1,000,001 baht from each job. The brand of wood fiber cement composites that they generally used was Shera, especially for the wooden fiber cement board product. Purpose of buying the wood fiber cement composites was to build a new construction. Most of them had their regular shops, where proposed them the cheap price. In a year, they averagely bought the wood fiber cement composites at 4-6 times and approximately spent 5,000-10,000 baht in each time of purchase. The payment was normally done at the time when the products were delivered. It was found that the person influencing their decision towards buying the wood fiber cement composites was their own customers. It was found that strength and durability were the key qualities of the selected wood fiber cement

composites and during making decision to buy the wood fiber cement composites, the respondents concerned mainly on its quality (beauty, durability and long-life usage).

According to the study on marketing mix factors, the respondents agreed that the product and price factors affecting their buying decision at high level, followed by factors namely place and promotion which affected their buying decision at moderate level.

In product factor, the element influencing their buying decision the most was variety of product patterns; followed by product's multiple functions which could fully replace the use of natural wood.

In price factor, the elements influencing their buying decision at high level were reasonable price comparing to its quality and negotiable prices.

In place factor, the elements influencing their buying decision at high level were uncomplicated order process and easy to find and buy products.

In promotion factor, the elements influencing their buying decision at high level were the return and exchange service for damaged products and the product warranty.