

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อวัสดุก่อสร้างในอำเภอ  
เมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายรชฏ ต้นวิระ

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าผู้บริโภคลำดับสุดท้ายที่เคยซื้อวัสดุ-อุปกรณ์ ก่อสร้างในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 200 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 51 ปีขึ้นไป มีสถานะภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้าน เอกชน คิดรายได้สุทธิโดยเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนตั้งแต่ 45,001 บาทขึ้นไป โดยพบว่าหมวดสินค้าวัสดุก่อสร้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสูงสุด คือ วัสดุก่อสร้างในหมวด สีทาบ้าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต่อเติมสิ่งปลูกสร้าง และเหตุผลที่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้านี้ คือ มีสินค้าหลากหลายให้เลือก และผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้างด้วยตนเอง ใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างในช่วงเวลา 10.01 – 12.00 น. วันที่มาใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง คือ วันจันทร์ – ศุกร์ มีการเปรียบเทียบราคาที่ไม่แน่นอน สิ่งที่ทำให้รู้จักร้านขายวัสดุก่อสร้าง คือ ป้ายโฆษณา ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้ง 1,000 - 5,000 บาท ชำระค่าซื้อวัสดุก่อสร้างด้วยเงินสด ไปซื้อวัสดุก่อสร้างด้วยตนเอง เวลาในการตัดสินใจซื้อ ความถี่ในการซื้อ และ พฤติกรรมการเลือกร้านค้า ไม่แน่นอน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

<b>Independent Study Title</b>	Consumer Behavior Towards Purchasing Construction Materials in Mueang Chiang Mai District
<b>Author</b>	Mr. Rachot Tanvira
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Independent Study Advisor</b>	Assoc. Prof. Orachorn Maneesong

### ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study Consumer Behavior Towards Purchasing Construction Materials in Mueang Chiang Mai District. In this study, questionnaires were used as tool to collect data from the end user who has purchased construction material in Mueang Chiang Mai District. There were 200 samples. All obtained data were analyzed by descriptive statistics which were frequency, percentage and mean.

The results showed that almost consumers were men aged older than 51 years old, married, education level were bachelor degree, work as a company employees, average income of households were more than 45,001 bath/month. It was found that the most frequently category of construction materials that were purchased was painting. The reason why the consumer purchasing construction materials from this store was it has a variety of products available for purchase. The consumer decides to select the building materials stores by themselves and go to the shops between 10:01 to 12:00 am. on Monday to Friday. There was price comparison uncertainty. Consumer know the building materials store from billboard. The average expense was from 1,000 to 5,000 baths per time, paid by cash, went to buy building materials by themselves. Time to decide to buy construction material, the frequency of purchase, and consumer shopping behavior to choose a store is uncertainty.

Overall Marketing factors that affect the decision making in buying construction materials was in high level. The highest average ranking of those factors were Product factor, Promotion factor, Price factor and Place factor.