



ส่วนใหญ่มาจากการจัดงานวัด เช่น งานกฐิน งานผ้าป่า โดยมีรายได้ต่อปีประมาณ 50,000 - 100,000 บาท การเก็บเงินมีไวยาจักรวัดเป็นผู้เก็บ ด้านการจัดซื้อกระเบื้องมุงหลังคาวัด พบว่า วัดส่วนใหญ่เคยซื้อกระเบื้องเคลือบดินเผาครั้งสุดท้ายมานานกว่า 6 ปีแล้ว ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อก่อสร้างสิ่งก่อสร้างใหม่ การซื้อกระเบื้องเคลือบดินเผาซื้อจากตัวแทนขาย และเลือกซื้อโดยดูคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ชนิดของกระเบื้องที่ซื้อมากที่สุดคือชนิดสุโขทัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระเบื้องเคลือบดินเผา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การอนุรักษ์ ศิลปะโบราณ ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีการต่อรองราคาได้ สามารถผ่อนชำระได้ ปัจจัยด้านช่องทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การส่งสินค้าตรงตามความต้องการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ มีการรับประกันสินค้า สามารถคืนหรือเปลี่ยนสินค้าได้ มีการให้ข้อมูลวิธีใช้สินค้า และปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ การอนุรักษ์ศิลปะโบราณ แบบของสิ่งก่อสร้างที่ได้ออกแบบไว้ และความสอดคล้องกับสิ่งก่อสร้างที่มีในวัด

**Independent Study Title** Marketing Mix Factors Affecting the Decision of Authorized Buyer(s) in Buying Stoneware Rooftiles of Chiang Mai Buddhist Temples

**Author** Mr. Wichai Siriuyanont

**M.B.A.**

**Examining Committee**

Lecturer Dr.Narumon Pongchaidecha	Chairman
Lecturer Nittaya Wattanakun	Member
Lecturer Suchanpin Suwannapan	Member

#### **ABSTRACT**

The objective of this independent study was to investigate the marketing mix factors which affected the decision of authorized buyer(s) in buying stoneware rooftiles of Buddhist temples in Chiang Mai Province.

The study was conducted by using a questionnaire survey of 257 samples of people who had the authority in making buying decision of stoneware rooftiles for Buddhist temples in the Chiang Mai Province area. The samples were chosen by using quota sampling. The collected data had been analyzed by using descriptive statistical techniques: frequency, percentage and mean.

The results indicated that most authorized buyers were abbots, younger than 40 years old, and finished primary school or lower. As for temples, the findings showed that most temples which responded to the questionnaire survey had been established for over 200 years, were situated in the town area, and had an area of less than ten rai. Besides, most temples had one to five monks and one to five novices, and were financially supported by 51 – 200 households. All temples gained most income from year-round Buddhist festivals and activities and had an average income of 50,000 to 100,000 baht. The income was taken care of by the

temple money saver. As for the buying of the stoneware rooftiles, the results were as follows: most temples had not bought stoneware rooftiles for more than six years, most temples bought stoneware rooftiles to construct their new buildings, most purchase of stoneware rooftiles was done through factory salespersons, buyers mainly considered the quality of the rooftiles, and the most popular model of temple rooftiles was the Sukhothai model.

Furthermore, the findings showed that there were some marketing mix factors which influenced the buying decision of authorized buyers. For the product factor, buyers gave the most importance to the preservation of ancient art. The price factors which had the high level of importance were the suitability of the product's price and quality, negotiable prices, and the availability of installment payment, respectively. The marketing place factor which had the highest level of importance was the delivery service in which the product had to be sent as requested, in the right amount and at the appointed time. The marketing promotion factors which had the high level of importance were that the product be guaranteed, refundable or exchangeable if damaged or unqualified and that the instruction on how-to-use be provided, respectively. Other factors which had the high level of importance were the preservation of old culture and art, the architectural design and the harmony with the existing constructions in the temples, respectively.