

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา
สำหรับงานก่อผนัง

ผู้เขียน

นางสาวเกศราภรณ์ นิราภรณ์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบาสำหรับงานก่อผนัง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจของแต่ละโครงการ หรือแต่ละบริษัทที่ประกอบการธุรกิจสังหาริมทรัพย์ หรือธุรกิจก่อสร้าง อันได้แก่ เจ้าของโครงการ หรือวิศวกร หรือสถาปนิก หรือผู้รับเหมา หรือหัวหน้าฝ่ายจัดซื้อ ที่เคยซื้อหรืออยู่ระหว่างกำลังตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ-อบไอน้ำ เพื่อใช้สำหรับก่อสร้างในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 160 ราย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ และอาคารสูง ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาขั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งงานเป็น วิศวกร/สถาปนิก ลักษณะการดำเนินงานของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการเป็นแบบบริษัท จำกัด มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 11-15 ปี มีจำนวนบุคลากรในกิจการ 51-100 คน มีเงินทุนจดทะเบียน 1-10 ล้านบาท มีจำนวนโครงการก่อสร้างประเภทเพื่อการอยู่อาศัย 1-2 โครงการต่อปี โดยประเภทของสิ่งก่อสร้างที่เลือกใช้คอนกรีตมวลเบาแบบมีฟองอากาศ-อบไอน้ำส่วนใหญ่คือ สิ่งก่อสร้างประเภทบ้านเดี่ยว มีงบประมาณที่ใช้ในการก่อสร้างโดยประมาณต่อโครงการ 10.1-20 ล้านบาท แหล่งที่รับทราบข้อมูลคือรับทราบข้อมูลจากร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อคือ เจ้าของโครงการ/หุ้นส่วน

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์
คอนกรีตมวลเบา แบบมีฟองอากาศ-อบไอน้ำดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือ
ขนาดของคอนกรีตมวลเบาที่มีความสม่ำเสมอเป็นไปตามมาตรฐาน และเท่ากันทุกก้อน

ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการซื้อระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือราคามี
ความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการซื้อระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุด
คือสามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการซื้อระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูง
ที่สุดคือพนักงานให้คำแนะนำสินค้าและมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้าเป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการซื้อระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุด
คือต้นทุนต่อหน่วยพื้นที่การก่อสร้างเมื่อใช้คอนกรีตมวลเบาดำกว่า การใช้วัสดุอื่นๆ

ปัจจัยด้านองค์การมีอิทธิพลต่อการซื้อระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือทุน
จดทะเบียนของบริษัท/กิจการของท่าน

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการซื้อระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มี
ผลสูงที่สุดคือความสัมพันธ์/รู้จัก ระหว่างกิจการของท่าน กับผู้ขายหรือผู้ผลิต

ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการซื้อระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีผลสูงที่สุดคือความรู้
ความเข้าใจของท่านที่มีต่อผลิตภัณฑ์คอนกรีตมวลเบา

Independent Study Title Factors Affecting the Purchase of Aerated Autoclaved Concrete Products for Wall Construction

Author Miss Ketsaraporn Nirakorn

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study factors affecting the purchase of aerated autoclaved concrete products for wall construction. The sampling group of the study was purchasing decision makers, who was in individual project or companies corporate in real estate business or real estate business, such as; project owner, engineer, architect, subcontractor, purchase manager, and was used to or about to purchase autoclave aerated concrete product for walling construction in Bangkok. The study was conducted by collecting 160 samples using questionnaires from sampling group that was constructing single house, twin house, townhouse/commercial building and high building. The data was analyzed by using descriptive statistics; frequency, percentage, mean, and standard deviation

The study shown that most of the respondent were male, aged between 31-40 years with highest education in Bachelor degree, positioned as engineer/architector. Most of them were working for company limited corporation with 1-10 registered capital, having 11-15 years of business operation, employed 51-100 personnel, and having 1-2 residential construction project each year. The type of construction that mostly used autoclave aerated concrete product was single housing and project worth between 10.1-20.0 million baht. Most of the respondents were obtained the product's information from construction shop and the decision makers mostly was project owner/partnership.

The studies result found that the respondents weigh the importance to the factors influencing towards purchasing decision of Autoclave Aerated Concrete product as follow;

The product factor affected the purchase of Autoclave Aerated Concrete in high level. The most important sub-factor was size of the product which was constantly standardized at the same dimension in every unit.

The price factor affected the purchase of Autoclave Aerated Concrete in high level. The most important sub-factor was price perceived relevantly to product quality

The place factor affected the purchase of Autoclave Aerated Concrete in high level. The most important sub-factor was ease of contact with sale representative.

The promotion factor affected the purchase of Autoclave Aerated Concrete in high level. The most important sub-factor was personnel who well provide product's information and advice.

The environmental factor affected the purchase of Autoclave Aerated Concrete in high level. The most important sub-factor was the lower cost per unit area than using other materials.

The organizational factor affected the purchase of Autoclave Aerated Concrete in high level. The most important sub-factor was registered capital of the company.

The interpersonal relationship factor affected the purchase of Autoclave Aerated Concrete in high level. The most important sub-factor was relationship between business and seller or supplier.

The personal factor affected the purchase of Autoclave Aerated Concrete in high level. The most important sub-factor was knowledge and comprehension to the product.