

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง อำเภอสันทราย อำเภอสันกำแพง อำเภอดอยสะเก็ด อำเภอหางดง อำเภอแม่ริม และอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีระดับราคาขายมากกว่า 1.5 ล้านบาทต่อหลัง ซึ่งมีจำนวน 32 โครงการ และมีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ จำนวน 105 ราย โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาสรุป อภิปรายผล ตลอดจนข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรและโครงการบ้านจัดสรร

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีตำแหน่งเป็นผู้รับเหมาในโครงการและมีประสบการณ์ในการทำงาน 5-10 ปี มากที่สุดส่วนใหญ่มิบทบาทในการตัดสินใจร่วมกับผู้ร่วมงานในโครงการ 50 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป

ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรมีตำแหน่งเป็นเจ้าของโครงการ ฝ่ายจัดซื้อโครงการ และวิศวกรควบคุมงาน ส่วนใหญ่มีจำนวนบ้านทั้งหมดในโครงการที่รับผิดชอบ 50-100 หลัง มีจำนวนบ้านในโครงการบ้านจัดสรรที่ก่อสร้างต่อปี จำนวน 21-50 หลัง มากที่สุด และส่วนใหญ่มีจำนวนทีมงานผู้รับเหมาในสังกัดมากกว่า 15 คน

ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่มีตำแหน่งเป็นผู้รับเหมาในโครงการส่วนใหญ่มีจำนวนบ้านที่รับเหมาก่อสร้างต่อปี จำนวน 3-5 หลัง และมีจำนวนทีมงานที่ใช้ในการรับเหมาก่อสร้างมากกว่า 15 คน

## **ส่วนที่ 2** กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในจังหวัด เชียงใหม่

### **1. ขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหา**

ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ต้องการใช้งาน คอนกรีตทั้งรูปแบบคอนกรีตผสมเสร็จและผสมเองที่หน้างาน และทั้งหมดมีเหตุผลในการซื้อ คอนกรีตผสมเสร็จ คือ ความสะดวกรวดเร็วของการทำงาน

### **2. ขั้นตอนการบรรยายถึงความต้องการ**

ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความต้องการซื้อ คอนกรีตผสมเสร็จกำลังอัดมาตรฐาน และส่วนใหญ่สั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จเฉลี่ยครั้งละ 6 – 10 ลูกบาศก์เมตร

### **3. ขั้นตอนการกำหนดรายละเอียดของสินค้า**

ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามมีผู้ที่รับผิดชอบในการกำหนด คุณสมบัติคอนกรีตผสมเสร็จของ โครงการบ้านจัดสรร คือ วิศวกรควบคุมงาน มากที่สุด มีข้อกำหนด ของคอนกรีตผสมเสร็จที่โครงการบ้านจัดสรรมีความต้องการใช้งาน คือ ความสะดวกรวดเร็วของการทำงาน มากที่สุด และส่วนใหญ่มีตรयीหื้อคอนกรีตผสมเสร็จที่นำมาประกอบการพิจารณา ก่อนการ ตัดสินใจซื้อจำนวน 3 ยี่ห้อ มีการแสวงหาข้อมูลคอนกรีตผสมเสร็จที่ใช้ในโครงการ คือ ใช้ ประสิทธิภาพของการทำงานที่ผ่านมา มากที่สุด และมีเกณฑ์ในการเลือกคอนกรีตผสมเสร็จ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด

### **4. ขั้นตอนการค้นหาผู้ขาย**

ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกผู้ขายคอนกรีต ผสมเสร็จรายเดิมที่เคยซื้อ และมีการแสวงหาข้อมูลผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จโดยใช้ประสิทธิภาพของ การใช้งานที่ผ่านมา มากที่สุด

### **5. ขั้นตอนการขอข้อเสนอขาย**

ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีการขอให้จัดทำ ข้อเสนอขายในการสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จทุกครั้ง โดยการส่งสำเนาใบสั่งซื้อ มากที่สุด ซึ่ง ส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จที่ต้องการขอเสนอขายเพื่อนำมาประกอบการพิจารณา ก่อนตัดสินใจซื้อ 3 ราย และมีรายละเอียดที่ต้องการในเอกสารขอข้อเสนอขาย คือ ราคาของ คอนกรีตผสมเสร็จ มากที่สุด

#### 6. ขั้นตอนการเลือกผู้ขาย

พบว่าผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามมีเกณฑ์ในการเลือกผู้ขาย คอนกรีตผสมเสร็จ คือ การให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสม มากที่สุด

#### 7. ขั้นตอนการซื้อ

ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จทาง โทรศัพท์ มากที่สุด มีความถี่ในการสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จเฉลี่ย 6 - 10 วัน มากที่สุด หลังจากสั่งซื้อ ได้รับคอนกรีตผสมเสร็จในเวลาเฉลี่ยมากกว่า 12 ชั่วโมง มากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่คิดว่ามีความเหมาะสม มีวิธีการชำระเงิน โดยใช้เงินเชื่อเพียงอย่างเดียว และได้รับระยะเวลาเครดิต 31 - 45 วัน

#### 8. ขั้นตอนประเมินหลังการซื้อ

ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีเกณฑ์ในการ ประเมินผลหลังจากการใช้คอนกรีตผสมเสร็จ คือ คุณภาพความแข็งแรงมีมาตรฐาน มีเกณฑ์ในการ ประเมินผลผู้ขายหลังการขาย คือ การบริการก่อนและหลังการขาย ในกรณีที่ไม่พอใจผลของการใช้ คอนกรีตผสมเสร็จหลังการซื้อ ทั้งหมดยังคงใช้ตราสินค้าเดิมแต่ต้องให้ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จหา สาเหตุและปรับปรุง และในกรณีที่ไม่พอใจผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จหลังจากการขาย ยังคงซื้อกับ ผู้ขายรายเดิมแต่ให้ผู้ขายหาสาเหตุและปรับปรุง มากที่สุด

**ส่วนที่ 3** สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรใน  
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

**ตารางที่ 73** สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการโครงการ  
บ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

กระบวนการตัดสินใจซื้อ คอนกรีตผสมเสร็จ	ตำแหน่ง			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อ โครงการ	ผู้รับเหมา ในโครงการ	วิศวกร ควบคุมงาน
<b>1. ขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหา</b>				
รูปแบบของคอนกรีตผสมเสร็จ ที่โครงการบ้านจัดสรรต้องการ ใช้งาน	คอนกรีตผสมเสร็จ และผสมเองที่ หน้างาน (ร้อยละ 100.0)	คอนกรีตผสมเสร็จ และผสมเองที่ หน้างาน (ร้อยละ 55.2)	คอนกรีตผสมเสร็จ และผสมเองที่ หน้างาน (ร้อยละ 100.0)	คอนกรีตผสมเสร็จ และผสมเองที่ หน้างาน (ร้อยละ 84.0)
เหตุผลในการซื้อคอนกรีต ผสมเสร็จ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ความสะดวกรวดเร็วของการทำงาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪คุณภาพความแข็งแรงที่มีมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ต้นทุนภาพรวมที่ประหยัดกว่า (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ความสะดวกรวดเร็วของการทำงาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ใช้เป็นจุดขายสำหรับแนะนำลูกค้าที่มาซื้อบ้าน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ความสะดวกรวดเร็วของการทำงาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪คุณภาพความแข็งแรงที่มีมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ความสะดวกรวดเร็วของการทำงาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪คุณภาพความแข็งแรงที่มีมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>
<b>2. ขั้นตอนการบรรยายถึงความต้องการ</b>				
ประเภทของคอนกรีต ผสมเสร็จที่ต้องการซื้อ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪คอนกรีตผสมเสร็จกำลังอัดมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪กำลังอัดพิเศษ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪คอนกรีตผสมเสร็จกำลังอัดมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪คอนกรีตผสมเสร็จกำลังอัดมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪กำลังอัดพิเศษ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪คอนกรีตผสมเสร็จกำลังอัดมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>

ตารางที่ 73 (ต่อ) สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการ  
โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

กระบวนการตัดสินใจซื้อ คอนกรีตผสมเสร็จ	ตำแหน่ง			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อ โครงการ	ผู้รับเหมา ในโครงการ	วิศวกร ควบคุมงาน
ปริมาณคอนกรีตผสมเสร็จที่ สั่งซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง (ลบ.ม. ย่อมาจาก ลูกบาศก์ เมตร)	6 – 10 ลบ.ม. (ร้อยละ 53.3)	6 – 10 ลบ.ม. (ร้อยละ 65.5)	6 – 10 ลบ.ม. (ร้อยละ 100.0)	6 – 10 ลบ.ม. (ร้อยละ 88.0)
<b>3. ขั้นตอนการกำหนดรายละเอียดของสินค้า</b>				
ผู้ที่รับผิดชอบในการกำหนด คุณสมบัติคอนกรีตผสมเสร็จ ของโครงการ บ้านจัดสรร	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ วิศวกรควบคุมงาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ วิศวกรออกแบบ โครงสร้าง (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ วิศวกรควบคุม งาน (ร้อยละ 96.6)</li> <li>▪ วิศวกรออกแบบ โครงสร้าง (ร้อยละ 96.6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ วิศวกรควบคุม งาน (ร้อยละ 97.2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ วิศวกรควบคุม งาน (ร้อยละ 88.0)</li> <li>▪ วิศวกรออกแบบ โครงสร้าง (ร้อยละ 88.0)</li> </ul>
ข้อกำหนดของคอนกรีต ผสมเสร็จที่โครงการบ้าน จัดสรรมีความต้องการ ใช้งาน	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ความสะดวก รวดเร็วของการ ทำงาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ คุณภาพความ แข็งแรงมี มาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ความสะดวก รวดเร็วของการ ทำงาน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ความสะดวก รวดเร็วของการ ทำงาน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ความสามารถใน การจัดส่ง (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>
จำนวนของตราซีห้อคอนกรีต ผสมเสร็จที่นำมาประกอบการ พิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อ	3 ซีห้อ (ร้อยละ 100.0)	3 ซีห้อ (ร้อยละ 65.5)	3 ซีห้อ (ร้อยละ 69.4)	1 ซีห้อ (ร้อยละ 80.0)
การแสวงหาข้อมูลคอนกรีต ผสมเสร็จ ที่ใช้ในโครงการบ้านจัดสรร	สอบถามจาก ผู้ร่วมงานภายใน โครงการ (ร้อยละ 100.0)	ใช้ประสบการณ์ ของการใช้งานที่ ผ่านมา (ร้อยละ 96.6)	ใช้ประสบการณ์ ของการใช้งานที่ ผ่านมา (ร้อยละ 100.0)	สอบถามจาก ตัวแทนจัดจำหน่าย คอนกรีต (ร้อยละ 100.0)

ตารางที่ 73 (ต่อ) สรุปลักษณะการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการ  
โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

กระบวนการตัดสินใจซื้อ คอนกรีตผสมเสร็จ	ตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อ โครงการ	ผู้รับเหมา ในโครงการ	วิศวกร ควบคุมงาน
เกณฑ์ในการเลือกคอนกรีต ผสมเสร็จสำหรับโครงการบ้าน จัดสรร	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪คุณภาพของการ บริการ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ราคา (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪คุณภาพของการ บริการ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ราคา (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪คุณภาพของ การบริการ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>
<b>4. ขั้นตอนการค้นหาผู้ขาย</b>				
ลักษณะของผู้ขายคอนกรีต ผสมเสร็จ ที่สั่งซื้อในปัจจุบัน	รายเดิมที่เคยซื้อ (ร้อยละ 100.0)	รายเดิมที่เคยซื้อ (ร้อยละ 100.0)	รายเดิมที่เคยซื้อ (ร้อยละ 100.0)	รายเดิมที่เคย ซื้อ (ร้อยละ 96.0)
การแสวงหาข้อมูลผู้ขาย คอนกรีตผสมเสร็จ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ใช้ประสบการณ์ ของการใช้งานที่ ผ่านมา (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪สอบถามจาก ผู้ร่วมงานภายใน โครงการ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ใช้ประสบการณ์ ของการใช้งานที่ ผ่านมา (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪สอบถามจาก ผู้ร่วมงานภายใน โครงการ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪สอบถามจาก บริษัทผู้ผลิต คอนกรีต ผสมเสร็จ (ร้อยละ 96.0)</li> </ul>
<b>5. ขั้นตอนการขอข้อเสนอขาย</b>				
การมีการขอข้อเสนอขายใน การสั่งซื้อ คอนกรีตผสมเสร็จ	มี (ร้อยละ 100.0)	มี (ร้อยละ 100.0)	มี (ร้อยละ 100.0)	มี (ร้อยละ 100.0)
ลักษณะของการทำข้อเสนอ ขายในการสั่งซื้อคอนกรีต ผสมเสร็จกับผู้ขาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ส่งสำเนาใบสั่งซื้อ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪เจรจาทางโทรศัพท์ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪เจรจาทาง โทรศัพท์ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ส่งสำเนาใบสั่ง ซื้อ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪เจรจาทาง โทรศัพท์ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>

ตารางที่ 73 (ต่อ) สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการ  
โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

กระบวนการ ตัดสินใจซื้อ คอนกรีต ผสมเสร็จ	ตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อโครงการ	ผู้รับเหมา ในโครงการ	วิศวกร ควบคุมงาน
จำนวนของ ผู้ขาย คอนกรีต ผสมเสร็จที่ มีการขอ ข้อเสนอขาย เพื่อนำมา ประกอบการ พิจารณา ก่อน ตัดสินใจซื้อ	3 ราย (ร้อยละ 100.0)	3 ราย (ร้อยละ 58.6)	3 ราย (ร้อยละ 72.2)	1 ราย (ร้อยละ 80.0)
รายละเอียด ที่ต้องการใน เอกสารขอ ข้อเสนอขาย ของผู้ขาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪เงื่อนไขการชำระเงิน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪คุณสมบัติและรายละเอียดของคอนกรีตผสมเสร็จ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ความสามารถในการจัดส่ง (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ราคาของคอนกรีตผสมเสร็จ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪เงื่อนไขการชำระเงิน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ราคาของคอนกรีตผสมเสร็จ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ภาระภาษี (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ราคาของคอนกรีตผสมเสร็จ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>
6. ขั้นตอนการเลือกผู้ขาย				

เกณฑ์ในการเลือกผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับโครงการบ้านจัดสรร	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪การให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสม (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪มารยาทของเจ้าหน้าที่ประสานงานของผู้ขาย (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪การบริการก่อนและหลังการขาย (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪การเสนอราคาที่ดีที่สุด (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪การบริการก่อนและหลังการขาย (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪การเสนอราคาที่ดีที่สุด (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪การให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสม (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪การบริการก่อนและหลังการขาย (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>
-------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ตารางที่ 73 (ต่อ) สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ	ตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อโครงการ	ผู้รับเหมาในโครงการ	วิศวกรควบคุมงาน
เกณฑ์ในการเลือกผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับโครงการบ้านจัดสรร (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ความสัมพันธ์กับผู้ขาย (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>			
7. ขั้นตอนการซื้อ				
ลักษณะของการสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ส่งสำเนาใบสั่งซื้อ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ส่งสำเนาใบสั่งซื้อ (ร้อยละ 96.6)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪เจรจาทางโทรศัพท์ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪เจรจาทางโทรศัพท์ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ส่งสำเนาใบสั่งซื้อ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>
ความถี่เฉลี่ยในการสั่งซื้อ	6-10 วัน (ร้อยละ 53.3)	2-5 วัน (ร้อยละ 79.3)	6-10 วัน (ร้อยละ 100.0)	มากกว่า 10 วัน (ร้อยละ 80.0)



คอนกรีตผสมเสร็จ				
ระยะเวลาเฉลี่ยที่ ได้รับคอนกรีต ผสมเสร็จ หลังจากสั่งซื้อ	2-6 ชั่วโมง (ร้อยละ 53.3)	2-6 ชั่วโมง (ร้อยละ 51.7)	มากกว่า 12 ชั่วโมง (ร้อยละ 100.0)	2-6 ชั่วโมง (ร้อยละ 88.0)
ความเหมาะสม ของระยะเวลาที่ ได้รับคอนกรีต ผสมเสร็จ	เหมาะสม (ร้อยละ 100.0)	เหมาะสม (ร้อยละ 58.6)	เหมาะสม (ร้อยละ 100.0)	เหมาะสม (ร้อยละ 100.0)
ลักษณะการ ชำระเงิน	ทั้งเงินสดและเครดิต (ร้อยละ 53.3)	เครดิตเพียง อย่างเดียว (ร้อยละ 58.6)	เครดิตเพียงอย่าง เดียว (ร้อยละ 100.0)	เครดิตเพียงอย่าง เดียว (ร้อยละ 100.0)
ระยะเวลาเครดิต ที่ได้รับ	31-45 วัน (ร้อยละ 53.3)	31-45 วัน (ร้อยละ 93.1)	31-45 วัน (ร้อยละ 69.4)	16-30 วัน (ร้อยละ 84.0)

ตารางที่ 73 (ต่อ) สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการ  
โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ	ตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อโครงการ	ผู้รับเหมาในโครงการ	วิศวกรควบคุมงาน
8. ขั้นตอนประเมินหลังการซื้อ				

เกณฑ์ในการประเมินผลหลังจากการใช้คอนกรีตผสมเสร็จ	<ul style="list-style-type: none"> <li>•คุณภาพความแข็งแรงมีมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•ราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนที่โครงการตั้งไว้ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•การรับประกันในคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•คุณภาพความแข็งแรงมีมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•ความสามารถในการผลิตและจัดส่ง (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•คุณภาพความแข็งแรงมีมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•ราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนที่โครงการตั้งไว้ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•ความสามารถในการผลิตและจัดส่ง (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•คุณสมบัติพิเศษตามความต้องการ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•คุณภาพความแข็งแรงมีมาตรฐาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•ราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนที่โครงการตั้งไว้ (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>•การรับประกันในคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>
-------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 73 (ต่อ) สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการ  
โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ	ตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อโครงการ	ผู้รับเหมาในโครงการ	วิศวกรควบคุมงาน

เกณฑ์ในการประเมินผลผู้ขายหลังการขาย	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การบริการก่อนและหลังการขาย (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ การเสนอราคาที่ดีที่สุด (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ การให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสม (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ ความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ขาย (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ มารยาทผู้ติดต่อประสานงานของผู้ขาย (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การบริการก่อนและหลังการขาย (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การบริการก่อนและหลังการขาย (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ การเสนอราคาที่ดีที่สุด (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ การให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสม (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ ความสัมพันธ์ที่มีต่อผู้ขาย (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ การบริการก่อนและหลังการขาย (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>
การปฏิบัติในกรณีที่ไม่พอใจผลของการใช้คอนกรีตผสมเสร็จ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ยังคงใช้ตราสินค้าเดิมแต่ให้ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ/หาสาเหตุและปรับปรุง (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ยังคงใช้ตราสินค้าเดิมแต่ให้ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ/หาสาเหตุและปรับปรุง (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ยังคงใช้ตราสินค้าเดิมแต่ให้ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ/หาสาเหตุและปรับปรุง (ร้อยละ 100.0)</li> <li>▪ จัดหาตราสินค้าใหม่เพื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าเดิม (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ยังคงใช้ตราสินค้าเดิมแต่ให้ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ/หาสาเหตุและปรับปรุง (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>

ตารางที่ 73 (ต่อ) สรุปกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ	ตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อโครงการ	ผู้รับเหมาในโครงการ	วิศวกรควบคุมงาน
การปฏิบัติในกรณีที่ไม่พอใจผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ยังคงซื้อกับผู้ขายรายเดิมแต่ให้ผู้ขายหาสาเหตุและปรับปรุง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ยังคงซื้อกับผู้ขายรายเดิมแต่ให้ผู้ขายหาสาเหตุและปรับปรุง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ยังคงซื้อกับผู้ขายรายเดิมแต่ให้ผู้ขายหาสาเหตุและปรับปรุง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ จัดหาผู้ขายรายใหม่เพื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายรายเดิม (ร้อยละ 100.0)</li> </ul>

	(ร้อยละ 100.0)	(ร้อยละ 100.0)	(ร้อยละ 100.0) ▪จัดหาผู้ขายรายใหม่ เพื่อเปรียบเทียบกับ ผู้ขายรายเดิม (ร้อยละ 100.0)	
--	----------------	----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------	--

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ

##### ของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับมากในทุก ๆ ด้าน โดยด้านราคา เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

##### ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริการในการจัดส่งตรงตามเวลาที่ต้องการ

(ค่าเฉลี่ย 4.98) อยู่ในระดับมากที่สุด มีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.41) และความสะดวกในการติดต่อประสานงาน (ค่าเฉลี่ย 4.36) อยู่ในระดับมาก

#### ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมตามที่โครงการกำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.60) และระยะเวลาในการไม่ปรับเปลี่ยนราคา (ค่าเฉลี่ย 4.59) อยู่ในระดับมากที่สุด และราคาถูกที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.45) อยู่ในระดับมาก

#### ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความสะดวกในการประสานงานข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 4.18) และความสะดวกในการชำระเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.84) อยู่ในระดับมาก

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ มีผู้เชี่ยวชาญของผู้ผลิตเข้าไปให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยตรงที่โครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีการจัดงานประชาสัมพันธ์ร่วมกับทางโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีการให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.88)

**ส่วนที่ 5** สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

ตารางที่ 74 สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ ของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อโครงการ	ผู้รับเหมาในโครงการ	วิศวกรควบคุมงาน

<b>ด้าน ผลิตภัณฑ์</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪บริการในการจัดส่งตรงตามเวลาที่ต้องการ (มากที่สุด)</li> <li>▪มีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (มากที่สุด)</li> <li>▪ตราหมีหมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (มากที่สุด)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪บริการในการจัดส่งตรงตามเวลาที่ต้องการ (มากที่สุด)</li> <li>▪มีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (มาก)</li> <li>▪มีเอกสารรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪บริการในการจัดส่งตรงตามเวลาที่ต้องการ (มากที่สุด)</li> <li>▪ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน (มาก)</li> <li>▪มีบริการเสริม (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪บริการในการจัดส่งตรงตามเวลาที่ต้องการ (มากที่สุด)</li> <li>▪มีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ (มากที่สุด)</li> <li>▪ความสะดวกในการติดต่อประสานงาน (มาก)</li> </ul>
<b>ด้านราคา</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ระยะเวลาในการปรับเปลี่ยนราคา (มากที่สุด)</li> <li>▪ราคาเหมาะสมตามที่โครงการกำหนด (มากที่สุด)</li> <li>▪จำนวนวงเงินในการชำระเงิน (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ราคาเหมาะสมตามที่โครงการกำหนด (มากที่สุด)</li> <li>▪ราคาถูกที่สุด (มากที่สุด)</li> <li>▪ระยะเวลาในการปรับเปลี่ยนราคา (มากที่สุด)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ราคาเหมาะสมตามที่โครงการกำหนด (มาก)</li> <li>▪ระยะเวลาในการปรับเปลี่ยนราคา (มาก)</li> <li>▪ราคาถูกที่สุด (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ระยะเวลาในการปรับเปลี่ยนราคา (มากที่สุด)</li> <li>▪ราคาถูกที่สุด (มากที่สุด)</li> <li>▪ราคาเหมาะสมตามที่โครงการกำหนด (มากที่สุด)</li> </ul>

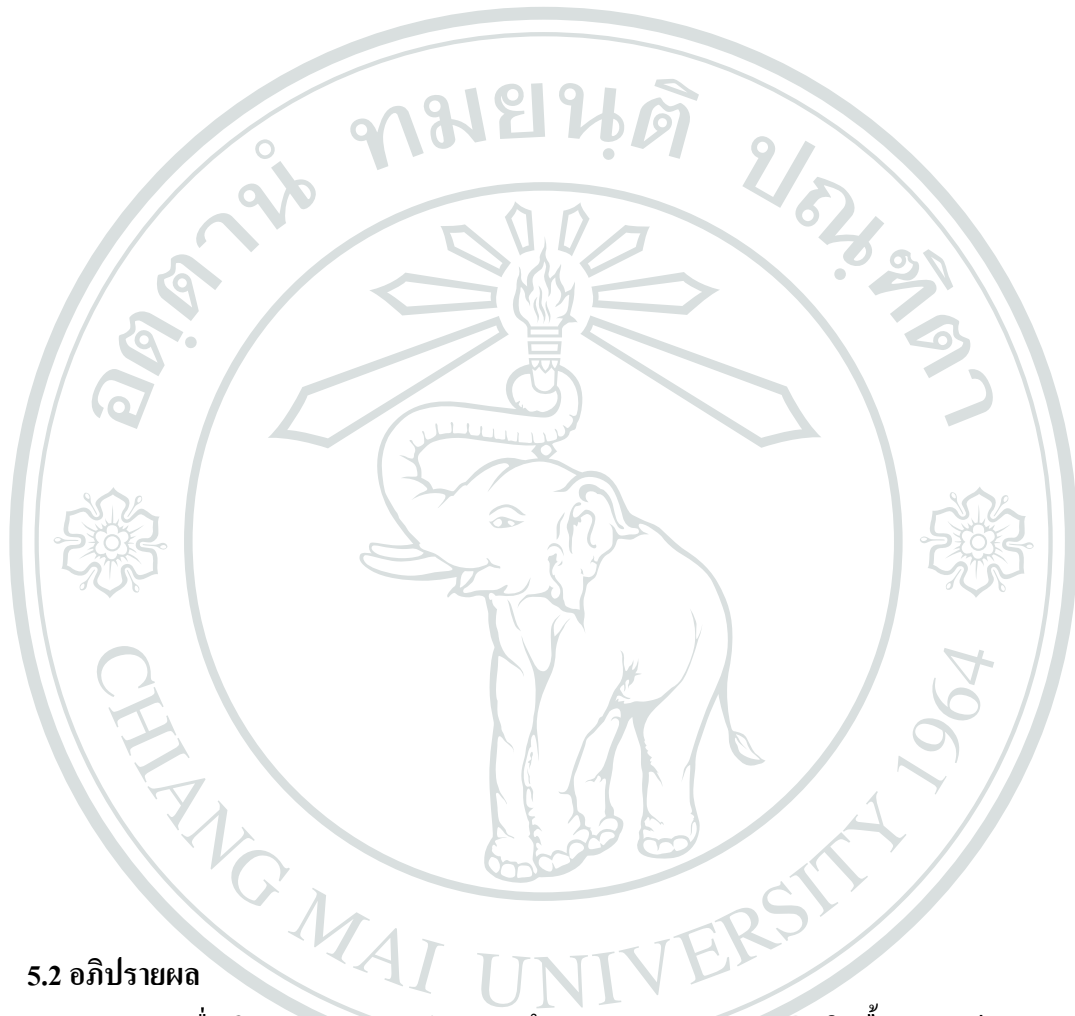
ตารางที่ 74 (ต่อ) สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก จำแนกตามตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ตำแหน่งในโครงการบ้านจัดสรร			
	เจ้าของโครงการ	ฝ่ายจัดซื้อโครงการ	ผู้รับเหมาในโครงการ	วิศวกรควบคุมงาน
<b>ด้านการจัดจำหน่าย</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ความสะดวกในการสั่งซื้อ (มากที่สุด)</li> <li>▪ความสะดวกในการประสานงานข้อมูล (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ความสะดวกในการสั่งซื้อ (มากที่สุด)</li> <li>▪ความสะดวกในการประสานงานข้อมูล (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ความสะดวกในการสั่งซื้อ (มาก)</li> <li>▪ความสะดวกในการประสานงานข้อมูล (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ความสะดวกในการสั่งซื้อ (มาก)</li> <li>▪ความสะดวกในการประสานงานข้อมูล (มาก)</li> </ul>

	▪ความสะดวกในการ ชำระเงิน (มาก)	▪ความสะดวกในการ ชำระเงิน (มาก)	▪ความสะดวกในการ ชำระเงิน (มาก)	▪ความสะดวกในการ ชำระเงิน (มาก)
<b>ด้านการส่งเสริม การตลาด</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪มีการจัดงาน ประชาสัมพันธ์ ร่วมกับทาง โครงการ (มาก)</li> <li>▪มีการให้ส่วนลด เงินสด (มาก)</li> <li>▪มีผู้เชี่ยวชาญของ ผู้ผลิตเข้าไปให้ ข้อมูลและ คำแนะนำโดยตรงที่ โครงการ (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪มีการจัดงาน ประชาสัมพันธ์ ร่วมกับทาง โครงการ (มาก)</li> <li>▪มีผู้เชี่ยวชาญของ ผู้ผลิตเข้าไปให้ ข้อมูลและ คำแนะนำโดยตรง ที่โครงการ (มาก)</li> <li>▪มีการให้ส่วนลด เงินสด (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪มีผู้เชี่ยวชาญของ ผู้ผลิตเข้าไปให้ ข้อมูลและ คำแนะนำโดยตรง ที่โครงการ (มากที่สุด)</li> <li>▪มีการจัดงาน ประชาสัมพันธ์ ร่วมกับทาง โครงการ (มาก)</li> <li>▪มีการโฆษณาตาม สื่อต่างๆ ร่วมกับ ทางโครงการ (มาก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪มีการจัดงาน ประชาสัมพันธ์ ร่วมกับทาง โครงการ (มาก)</li> <li>▪มีผู้เชี่ยวชาญของ ผู้ผลิตเข้าไปให้ ข้อมูลและ คำแนะนำโดยตรง ที่โครงการ (มาก)</li> <li>▪มีการให้ส่วนลด เงินสด (มาก)</li> </ul>

#### ส่วนที่ 6 ปัญหาที่พบหลังจากการเลือกซื้อและใช้งานคอนกรีตผสมเสร็จ ของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด พบปัญหาหลังจากการเลือกซื้อและใช้งานคอนกรีตผสมเสร็จ คือ บริการในการจัดส่งไม่ตรงตามเวลาที่ต้องการ รongลงมา คือ ไม่มีเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพคอนกรีตผสมเสร็จมาดูแลที่หน่วยงานก่อสร้าง มารยาทของผู้ให้บริการขายและผู้ให้บริการหน้างานไม่ดี ความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงาน คุณสมบัติของคอนกรีตผสมเสร็จไม่เป็นไปตามที่ต้องการ ไม่ยอมรับประกันความเสียหายที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ ไม่มีใบรับรองคุณภาพตามมาตรฐานรองรับ และรถโมที่จัดส่งเก่าและสกปรก ตามลำดับ



## 5.2 อภิปรายผล

เมื่อพิจารณาจากสรุปผลการศึกษาระบบการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผล ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อขององค์กร และทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อขององค์กร ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน

1. ขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหา จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการใช้งานคอนกรีตทั้งรูปแบบคอนกรีตผสมเสร็จและผสมเองที่หน้างาน และทั้งหมดมีเหตุผลในการซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ คือ ความสะดวกรวดเร็วของการทำงาน



2. **ขั้นตอนการบรรยายถึงความต้องการ** จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีความต้องการซื้อคอนกรีตผสมเสร็จกำลังอัดมาตรฐาน และส่วนใหญ่สั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จเฉลี่ยครั้งละ 6 – 10 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของสมชาย น้อยมาก (2540) ที่ทำการศึกษาค้นคว้าโครงการตลาดและการแข่งขันของอุตสาหกรรมคอนกรีตผสมเสร็จของประเทศไทย พบว่ากลยุทธ์การแข่งขันทางด้านไม่ใช้ราคา จะมีการสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับลักษณะการใช้งาน

3. **ขั้นตอนการกำหนดรายละเอียดของสินค้า** จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามมีผู้ที่รับผิดชอบในการกำหนดคุณสมบัติคอนกรีตผสมเสร็จของโครงการบ้านจัดสรร คือ วิศวกรควบคุมงาน มากที่สุด มีข้อกำหนดของคอนกรีตผสมเสร็จที่โครงการบ้านจัดสรรมีความต้องการใช้งาน คือ ความสะดวกรวดเร็วของการทำงานมากที่สุด และส่วนใหญ่มีตราห้อยคอนกรีตผสมเสร็จที่นำมาประกอบการพิจารณาก่อนการตัดสินใจซื้อจำนวน 3 ยี่ห้อ มีการแสวงหาข้อมูลคอนกรีตผสมเสร็จที่ใช้ในโครงการ คือ ใช้ประสบการณ์ของการใช้งานที่ผ่านมา มากที่สุด และเกณฑ์ในการเลือกคอนกรีตผสมเสร็จ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ที่ทำการศึกษาศึกษาปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้รับเหมาก่อสร้างพิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพสินค้า เป็นอันดับแรก และยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของธนวัฒน์ ศรีหลุทัย (2541) ที่ทำการศึกษาคงความเป็นไปได้ในการลงทุนตั้งโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่ากลยุทธ์ที่สำคัญในการเข้าสู่ตลาดคอนกรีตผสมเสร็จ ประกอบด้วย การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ดีกว่าคู่แข่ง

4. **ขั้นตอนการค้นหาผู้ขาย** จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จรายเดิมที่เคยซื้อ และมีการแสวงหาข้อมูลผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จโดยใช้ประสบการณ์ของการใช้งานที่ผ่านมา มากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอัมพร เครือใหม่ (2547) ที่ทำการศึกษาศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างในเขตเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านขายวัสดุก่อสร้างจากเพื่อนหรือคนรู้จัก

5. **ขั้นตอนการขอข้อเสนอขาย** จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีการขอให้จัดทำข้อเสนอขายในการสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ ทุกครั้ง โดยการส่งสำเนาใบสั่งซื้อ มากที่สุด และส่วนใหญ่มีจำนวนผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จที่ต้องการ

ข้อเสนอขายเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อ 3 ราย และมีรายละเอียดที่ต้องการในเอกสารขอข้อเสนอขาย คือ ราคาของคอนกรีตผสมเสร็จ มากที่สุด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของภาควิชาวิศวกรรมเครื่องจักร (2545) ที่พบว่า ผู้รับเหมาก่อสร้างพิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จด้านราคา คือ ราคาจำหน่าย เป็นอันดับแรก

**6. ขั้นตอนการเลือกผู้ขาย** จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามมีเกณฑ์ในการเลือกผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จ คือ การให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสมมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของภาควิชาวิศวกรรมเครื่องจักร (2545) ที่พบว่า ผู้รับเหมาก่อสร้างพิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จด้านราคา คือ ราคาจำหน่าย เป็นอันดับแรกและด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การส่งเสริมการขาย เป็นอันดับแรก เช่น ลดราคา แจกของกำนัล ซึ่งโชค เป็นต้น

**7. ขั้นตอนการซื้อ** จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จทางโทรศัพท์ มากที่สุด ชำระเงินโดยใช้เงินเชื่อเพียงอย่างเดียว และได้รับระยะเวลาเครดิต 31-45 วัน มีความถี่ในการสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จเฉลี่ย 6-10 วัน มากที่สุด หลังจากสั่งซื้อได้รับคอนกรีตผสมเสร็จในเวลาเฉลี่ยมากกว่า 12 ชั่วโมง มากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่คิดว่ามีความเหมาะสม ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของภาควิชาวิศวกรรมเครื่องจักร (2545) ที่พบว่า ผู้รับเหมาก่อสร้างพิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จด้านการกระจายผลิตภัณฑ์ คือ การจัดส่งสินค้าได้รวดเร็วและตรงเวลา เป็นอันดับแรก

**8. ขั้นตอนประเมินผลหลังการซื้อ** จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีเกณฑ์ในการประเมินผลหลังการใช้คอนกรีตผสมเสร็จ คือ คุณภาพ ความแข็งแรงมีมาตรฐาน มีเกณฑ์ในการประเมินผลผู้ขายหลังการขาย คือ การบริการก่อนและหลังการขาย กรณีที่ไม่พอใจผลของการใช้คอนกรีตผสมเสร็จหลังการซื้อ ทั้งหมดยังคงใช้ตราสินค้าเดิมแต่ต้องให้ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จหาสาเหตุและปรับปรุง และกรณีที่พอใจผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จหลังการขาย ยังคงซื้อกับผู้ขายรายเดิมแต่ให้ผู้ขายหาสาเหตุและปรับปรุง มากที่สุด

#### ทฤษฎีสวนประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ ของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของอัมพร เครือใหม่ (2547) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย

รวม คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสอดคล้องกับการศึกษาของภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ที่พบว่าปัจจัยที่ผู้รับเหมาให้ความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยรวม คือ ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการกระจายผลิตภัณฑ์ (ด้านการจัดจำหน่าย) และด้านการบริการ อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาด แต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ บริการในการจัดส่งตรงตามเวลาที่ต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ และความสะดวกในการติดต่อประสานงาน อยู่ในระดับมาก พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ อัมพร เครือใหม่ (2547) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านคุณภาพของสินค้า อยู่ในระดับมาก และยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ ภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านคุณภาพสินค้า และการรับประกัน อยู่ในระดับมาก

#### ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมตามที่โครงการกำหนด และระยะเวลาในการไม่ปรับเปลี่ยนราคา อยู่ในระดับมากที่สุด และราคาถูกที่สุด อยู่ในระดับมาก ซึ่งพบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ อัมพร เครือใหม่ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยย่อย ได้แก่ ราคาสินค้าคงที่ อยู่ในระดับมาก โดยยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ ภาณุวัฒน์ เครือจักร (2545) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ในส่วนของปัจจัยย่อยไม่มีความสอดคล้องกัน นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสมชาย นุ่มมาก (2540) ที่พบว่าพฤติกรรมการแข่งขันด้านราคา จะมีการ

ปรับราคาขายตามผู้นำตลาดและมีกลยุทธ์การแข่งขันทางด้านราคาโดยการให้ส่วนลดการค้า ส่วนลดเงินสดและส่วนลดปริมาณ

#### ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ ความสะดวกในการประสานงานข้อมูล และความสะดวกในการชำระเงิน อยู่ในระดับมาก ซึ่งพบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของอัมพร เกรือใหม่ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านความสะดวกในการเลือกซื้อ อยู่ในระดับมาก และยังเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของภาณุวัฒน์ เกรือจักร (2545) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการกระจายผลิตภัณฑ์ (ด้านการจัดจำหน่าย) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านตัวแทนจำหน่ายติดต่อได้สะดวก อยู่ในระดับมาก

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก อยู่ในระดับมาก คือ มีผู้เชี่ยวชาญของผู้ผลิตเข้าไปให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยตรงที่โครงการ มีการจัดงานประชาสัมพันธ์ร่วมกับทางโครงการ และมีการให้ส่วนลดเงินสด ซึ่งพบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ อัมพร เกรือใหม่ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ในส่วนของปัจจัยย่อยไม่มีความสอดคล้องกัน นอกจากนี้ พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของสมชาย น้อยมาก (2540) ที่พบว่าโครงสร้างตลาดและการแข่งขันของอุตสาหกรรมคอนกรีตผสมเสร็จของประเทศไทย มีกลยุทธ์การแข่งขันทางด้านราคาโดยการให้ส่วนลดการค้า แต่ไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 3 ลักษณะ คือ การโฆษณาสินค้าทางสื่อมวลชนสำหรับวิศวกรและผู้รับเหมาก่อสร้าง การส่งเสริมการขายโดยใช้ความสัมพันธ์ที่ดี การแจกของเมื่อมีการสั่งซื้อและการอบรมสัมมนาความรู้สินค้า การประชาสัมพันธ์ให้สาธารณะรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ขององค์กร และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของภาณุวัฒน์ เกรือจักร (2545) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และในส่วนของปัจจัยย่อยไม่มีความสอดคล้องกัน

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้ค้นพบสิ่งที่น่าสนใจจากผลการศึกษา ดังนี้

### กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

#### 1. ขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหา

- 1) ในภาพรวม พบว่าไม่มีผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรที่ตอบแบบสอบถามรายใดเลยที่ใช้คอนกรีตผสมเองที่หน้างานเพียงอย่างเดียว โดยส่วนใหญ่มีการใช้ทั้งคอนกรีตผสมเสร็จและผสมเองที่หน้างาน และเมื่อจำแนกตามตำแหน่งในโครงการ พบว่าตำแหน่งเจ้าของโครงการและผู้รับเหมาในโครงการทั้งหมดใช้ทั้งคอนกรีตผสมเสร็จและผสมเองที่หน้างาน
- 2) ในภาพรวม พบว่าทั้งหมดมีเหตุผลในการซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ คือ ความสะดวกรวดเร็วของการทำงาน

#### 2. ขั้นตอนการบรรยายถึงความต้องการ

ในภาพรวม พบว่าทั้งหมดมีความต้องการซื้อคอนกรีตผสมเสร็จกำลังอัดมาตรฐาน และเมื่อจำแนกตามตำแหน่งในโครงการ พบว่าตำแหน่งเจ้าของโครงการ และผู้รับเหมาในโครงการทั้งหมดมีความต้องการซื้อคอนกรีตกำลังอัดพิเศษด้วยเช่นกัน และตำแหน่งฝ่ายจัดซื้อโครงการมีความต้องการซื้อคอนกรีตผสมเสร็จทุกประเภท

#### 3. ขั้นตอนการกำหนดรายละเอียดของสินค้า

- 1) ในภาพรวม พบว่าผู้รับผิดชอบในการกำหนดคุณสมบัติคอนกรีตผสมเสร็จของโครงการบ้านจัดสรรมีจำนวนมากกว่า 1 คน คือวิศวกรควบคุมงาน และวิศวกรออกแบบโครงสร้าง มีมากกว่าร้อยละ 95.0 ส่วนฝ่ายจัดซื้อไม่มีความรับผิดชอบในการกำหนดคุณสมบัติคอนกรีตผสมเสร็จของโครงการบ้านจัดสรรเลย
- 2) ในภาพรวม พบว่าส่วนใหญ่พิจารณาตราหือคอนกรีตผสมเสร็จก่อนตัดสินใจซื้อ จำนวน 3 ยี่ห้อ แต่เมื่อจำแนกตามตำแหน่งในโครงการ พบว่าตำแหน่งวิศวกรควบคุมงานส่วนใหญ่พิจารณาเพียง 1 ยี่ห้อ
- 3) ในภาพรวม พบว่ามีการแสวงหาข้อมูลคอนกรีตผสมเสร็จใช้ประสบการณ์ของการใช้งานที่ผ่านมาถึงร้อยละ 88.6 โดยไม่มีการแสวงหาข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ตเลย แต่เมื่อจำแนกตามตำแหน่งในโครงการ พบว่าตำแหน่งเจ้าของโครงการทั้งหมดสอบถามจากผู้ร่วมงานภายในโครงการ และวิศวกรควบคุมงานทั้งหมดสอบถามจากตัวแทนจัดจำหน่ายคอนกรีต

4) ในภาพรวม พบว่ามีเกณฑ์ในการเลือกคอนกรีตผสมเสร็จนั้นกิจกรรมส่งเสริมการขายมีผลน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 16.2 เท่านั้น

#### 4. ขั้นตอนการค้นหาผู้ขาย

1) ในภาพรวม พบว่าส่วนใหญ่เลือกผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จรายเดิมถึงร้อยละ 99.1

2) ในภาพรวม พบว่าใช้ประสบการณ์ของการใช้งานที่ผ่านมามากที่สุด ถึงร้อยละ 77.1 ในการแสวงหาข้อมูลผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จ ซึ่งเมื่อจำแนกตามตำแหน่งในโครงการ พบว่า ตำแหน่งเจ้าของโครงการและฝ่ายจัดซื้อโครงการทั้งหมดใช้ประสบการณ์ของการใช้งานที่ผ่านมา และเจ้าของโครงการและผู้รับเหมาในโครงการทั้งหมดมีการสอบถามจากผู้ร่วมงานภายในโครงการ

#### 5. ขั้นตอนการขอข้อเสนอขาย

ในภาพรวม พบว่าต้องการรายละเอียดในเอกสารขอข้อเสนอขายของผู้ขายเรื่องราคาคอนกรีตผสมเสร็จมากถึงร้อยละ 99.1 และเงื่อนไขการชำระเงิน ร้อยละ 79.0

#### 6. ขั้นตอนการเลือกผู้ขาย

ในภาพรวม พบว่าเกณฑ์ในการเลือกผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จนั้น กิจกรรมส่งเสริมการขายมีผลน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 10.5 เท่านั้น

#### 7. ขั้นตอนการซื้อ

1) ในภาพรวมพบว่าส่วนใหญ่ มีลักษณะการชำระเงิน คือ เงินเชื่อเพียงอย่างเดียว ถึงร้อยละ 81.0 แต่เมื่อจำแนกตามตำแหน่งในโครงการ พบว่ามีเพียงตำแหน่งเจ้าของโครงการที่ส่วนใหญ่ชำระเงิน โดยทั้งเงินสดและเงินเชื่อ

2) ในภาพรวม พบว่าส่วนใหญ่ได้รับระยะเวลาเครดิต 31-45 วัน แต่เมื่อจำแนกตามตำแหน่งในโครงการ พบว่า มีเพียงตำแหน่งวิศวกรควบคุมงาน มีระยะเวลาเครดิตที่ได้รับ คือ 16-30 วัน

#### 8. ขั้นตอนประเมินหลังการซื้อ

1) ในภาพรวม พบว่าเกณฑ์ในการประเมินผลหลังจากการใช้คอนกรีตผสมเสร็จ คุณภาพความแข็งแรงมีมาตรฐาน ราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนที่โครงการตั้งไว้ และความสามารถในการผลิตและจัดส่ง มีมากกว่าร้อยละ 95.0

2) ในภาพรวม พบว่าเกณฑ์ในการประเมินผู้ขายหลังจากการใช้คอนกรีตผสมเสร็จนั้น การบริการก่อนและหลังการขาย การเสนอราคาต่ำที่สุด และการให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสม มีมากกว่าร้อยละ 95.0

3) ในภาพรวม พบว่าทั้งหมดมีความจงรักภักดีในตราสินค้าเดิม เนื่องจากในกรณีที่ไม่พอใจผลของการใช้คอนกรีตผสมเสร็จหลังการจัดซื้อ ยังพบว่าทั้งหมดยังคงใช้ตราสินค้าเดิมแต่ให้ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จหาสาเหตุและปรับปรุง และจัดหาตราสินค้าใหม่เพื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าเดิม มากที่สุด ซึ่งเมื่อจำแนกตามตำแหน่งในโครงการพบว่า ตำแหน่งผู้รับเหมาในโครงการทั้งหมดยังคงใช้ตราสินค้าเดิมแต่ให้ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จหาสาเหตุและปรับปรุง และจัดหาตราสินค้าใหม่เพื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าเดิม

4) ในภาพรวม พบว่ามีความจงรักภักดีต่อผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จรายเดิม เนื่องจากในกรณีที่ไม่พอใจผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จหลังจากการจัดซื้อ พบว่ายังคงใช้ตราสินค้าเดิมแต่ให้ผู้ผลิตคอนกรีตผสมเสร็จหาสาเหตุและปรับปรุง มากที่สุด และรองลงมา คือ จัดหาตราสินค้าใหม่เพื่อเปรียบเทียบกับตราสินค้าเดิม แต่เมื่อจำแนกตามตำแหน่งในโครงการพบว่า ตำแหน่งฝ่ายจัดซื้อโครงการ มีการเปลี่ยนผู้ขายรายใหม่ โดยไม่มีผู้ขายรายเดิมมาพิจารณาถึง 34.5%

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่**

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับโครงการบ้านจัดสรร เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ผลลัพธ์การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริการในการจัดส่งตรงตามเวลาที่ต้องการ (ด้านผลิตภัณฑ์) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมตามที่โครงการกำหนด (ด้านราคา) และระยะเวลาในการไม่ปรับเปลี่ยนราคา (ด้านราคา) ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จในระดับมากที่สุด

**ปัญหาที่พบหลังจากการเลือกซื้อและใช้งานคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่**

ปัญหาเกี่ยวกับบริการในการจัดส่งไม่ตรงตามเวลาที่ต้องการเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรทั้งหมดพบหลังจากการเลือกซื้อและใช้งานคอนกรีตผสมเสร็จ

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา เรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์สำหรับธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ

โครงการบ้านจัดสรร โดยผู้ศึกษาได้ข้อเสนอแนะต่างๆ ในกระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จ และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ดังนี้

### กระบวนการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จต้องกำหนดกลยุทธ์การตลาดโดยคำนึงถึงบุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ โดยพิจารณาผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่มีความเกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอน ประกอบด้วย เจ้าของโครงการ ฝ่ายจัดซื้อโครงการ ผู้รับเหมาในโครงการ และวิศวกรควบคุมงาน โดยผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรดำเนินการ ดังนี้

#### 1. ขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหา

จากผลการศึกษา ที่พบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรส่วนใหญ่ต้องการใช้งานคอนกรีตทั้งรูปแบบคอนกรีตผสมเสร็จและผสมเองที่หน้างาน ซึ่งเป็น โอกาสทางการตลาดของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ โดยสามารถนำเสนอขายให้กับผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรทุกตำแหน่งในโครงการ และควรทราบถึงรูปแบบและพฤติกรรมการทำงานที่ผ่านมา รวมถึงนโยบายและแผนการทำงานของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร เพื่อนำข้อมูลนั้นมาเป็นส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้ ทั้งนี้ ควรมีการตอกย้ำให้ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้คอนกรีตผสมเสร็จให้มากขึ้น เช่น การนำเสนอเปรียบเทียบให้เห็นข้อดีและข้อเสียของการใช้คอนกรีตผสมเสร็จเปรียบเทียบกับคอนกรีตผสมเองที่หน้างาน หรือการชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดหรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้คอนกรีตผสมเองที่หน้างาน ในด้านความสะดวกรวดเร็วของการทำงาน ซึ่งช่วยประหยัดค่าแรงงานได้ ด้านความแข็งแรงที่มีมาตรฐานที่คอนกรีตผสมเสร็จคงที่กว่า และสามารถนำความมีมาตรฐานมาใช้เป็นจุดขายแนะนำกับลูกค้าที่มาซื้อบ้าน เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์ของโครงการบ้านจัดสรรได้

#### 2. ขั้นตอนการบรรยายถึงความต้องการ

จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรทั้งหมดมีความต้องการซื้อคอนกรีตผสมเสร็จกำลังอัดมาตรฐาน ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรเน้นการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จกำลังอัดมาตรฐานเป็นหลัก และมีการผลิตคอนกรีตกำลังอัดพิเศษ ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรตำแหน่งเจ้าของโครงการและผู้รับเหมาใน



โครงการทั้งหมดมีความต้องการซื้อ โดยผู้ผลิตและจัดจำหน่ายควรมีการเตรียมกลยุทธ์เพื่อรองรับการสั่งซื้อในปริมาณมาก ๆ เช่นควรมีการนำเสนอแนะนำประเภทของคอนกรีตผสมเสร็จที่เหมาะสมกับประเภทงานต่างๆ ที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของงานหรือช่วยป้องกันปัญหาและความสามารถในการผลิตและจัดส่งคอนกรีตผสมเสร็จตามแผนของโครงการบ้านจัดสรรได้เหนือกว่าคู่แข่งอย่างไร

### 3. ขั้นตอนการกำหนดรายละเอียดของสินค้า

จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้รับผิดชอบในการกำหนดคุณสมบัติคอนกรีตผสมเสร็จของโครงการบ้านจัดสรรมีจำนวนมากกว่า 1 คน โดยมีวิศวกรควบคุมงานและวิศวกรออกแบบโครงสร้าง เป็นหลัก ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรมุ่งเน้นการแนะนำหรือเพิ่มช่องทางการให้ข้อมูลรายละเอียดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จให้เข้าถึงกับทั้งสองตำแหน่งซึ่งเป็นผู้มีอำนาจมากที่สุด เช่น การเข้าไปแนะนำโดยตรงที่โครงการบ้านจัดสรรหรือมีการส่งข้อมูลให้ทางอีเมลล์ ถึงรายละเอียดคุณสมบัติและบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากพฤติกรรมของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร มีการพิจารณาตราหือคอนกรีตผสมเสร็จก่อนตัดสินใจซื้อ ถึง 3 ราย และแสวงหาข้อมูลคอนกรีตผสมเสร็จที่ใช้ในโครงการบ้านจัดสรรที่ใช้ประสบการณ์ของการใช้งานที่ผ่านมาเป็นหลักด้วย ดังนั้น ควรมีการนำเสนอที่ชัดเจน ชี้แจงรายละเอียดได้ครบถ้วน พร้อมทั้งต้องรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และข้อกำหนดต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรต้องการ เพื่อให้เกิดความมั่นใจและประทับใจในตราหือหรือรวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับโครงการบ้านจัดสรร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรที่มีตำแหน่งวิศวกรควบคุมงานซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในการกำหนดคุณสมบัติคอนกรีตผสมเสร็จของโครงการบ้านจัดสรรส่วนใหญ่ จะพิจารณาตราหือคอนกรีตผสมเสร็จก่อนตัดสินใจซื้อเพียง 1 ยี่ห้อ จึงเป็นโอกาสทางการตลาดของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และรายละเอียดต่าง ๆ ให้แก่วิศวกรควบคุมงาน ซึ่งหากรักษาความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ไว้ได้ ก็จะส่งผลให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้เช่นกัน

### 4. ขั้นตอนการค้นหาผู้ขาย

จากผลการศึกษาที่พบว่า ส่วนใหญ่เลือกผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จรายเดิมที่เคยซื้อ และมีการแสวงหาข้อมูลผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จโดยใช้ประสบการณ์ของการใช้งานที่ผ่านมา มากที่สุด และในส่วนของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรตำแหน่งเจ้าของโครงการและผู้รับเหมาในโครงการทั้งหมดมีการสอบถามจากผู้ร่วมงานภายในโครงการด้วย ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย

คอนกรีตผสมเสร็จควรรักษาและควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร และสร้างโอกาสทางการตลาดในการรักษาลูกค้าไว้ในระยะยาว โดยการทำกิจกรรม CRM (Customer Relations Management) เพื่อป้องกันการเสียส่วนแบ่งตลาดให้คู่แข่ง เช่น การนำเสนอบริการที่แตกต่าง หากเกิดกรณีรบกวนรบกวนคอนกรีตผสมเสร็จสร้างความเสียหายให้กับพื้นผิวถนนของโครงการบ้านจัดสรร ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายจะรับผิดชอบการซ่อมแซมให้ด้วย มีการรับประกันเวลาจัดส่ง และมีเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพตรวจสอบ เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการเข้าแนะนำหรือเพิ่มช่องทางการให้ข้อมูลผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการค้นหาผู้ผลิตและจัดจำหน่ายในโครงการบ้านจัดสรร

### 5. ขั้นตอนการขอข้อเสนอขาย

จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรต้องการรายละเอียดในเอกสารขอข้อเสนอขายของผู้ขายเรื่องราคาคอนกรีตผสมเสร็จมากถึงร้อยละ 99.1 และเงื่อนไขการชำระเงิน ร้อยละ 79.0 ดังนั้นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรระบุรายละเอียดเรื่องราคา และเงื่อนไขการชำระเงินอย่างชัดเจน รวมถึงรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ระยะเวลาเงินเชื่อ คุณสมบัติและรายละเอียดของคอนกรีตผสมเสร็จ ระยะเวลาในการจัดส่ง ภาระภาษี และข้อเสนออื่นๆ เป็นกรณีพิเศษ เช่น โปรโมชั่นและส่วนลดพิเศษ หรือบริการพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า ด้วยการเน้นกิจกรรม CRM ให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นคนสำคัญเสมอ เพื่อสามารถนำเสนอรายละเอียดและเพิ่มช่องทางการส่งข้อเสนอขายคอนกรีตผสมเสร็จให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ทราบรายละเอียดและนำไปพิจารณาได้อย่างครอบคลุมที่สุด ซึ่งผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรมีจำนวนของผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จที่มีการขอข้อเสนอขายเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อถึง 3 ราย ซึ่งหากมีการทำข้อเสนอขายที่ชัดเจนตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร ก็จะเป็นโอกาสทางการตลาดของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายนั้นด้วย

### 6. ขั้นตอนการเลือกผู้ขาย

จากผลการศึกษาที่พบว่าเกณฑ์ในการเลือกผู้ขายคอนกรีตผสมเสร็จ คือ การให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสม มากที่สุด รวมถึงมารยาทของเจ้าหน้าที่ประสานงานของผู้ขาย การเสนอราคาที่ต่ำที่สุด การบริการก่อนและหลังการขาย และความสะดวกในการติดต่อประสานงานด้วยเช่นกัน ดังนั้น การพิจารณาให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากประวัติและความสามารถในการชำระเงินของลูกค้าแต่ละราย และเปิดโอกาสให้มีการต่อรองเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่ง

ปัญหาที่ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรพบหลังจากการเลือกซื้อและใช้งานคอนกรีตผสมเสร็จ สำหรับโครงการบ้านจัดสรร คือ มารยาทของผู้ให้บริการขายและผู้ให้บริการหน้างานไม่ดี ดังนั้นควรมีการอบรมพนักงานในฝ่ายขายและบริการหน้างาน ทั้งก่อนและหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีในการบริการ มีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดีมากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรต่อไป นอกจากนี้ ในส่วนของกิจกรรมทางด้าน CRM ยังคงเป็นสิ่งสำคัญ ที่ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จจะต้องทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ เช่น การแสดงความยินดีในวาระพิเศษต่าง ๆ อาทิ วันเปิดโครงการ วันเทศกาลต่าง ๆ วันเกิด หรือโอกาสพิเศษส่วนตัวต่าง ๆ ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยการเข้าพบ ส่งการ์ด หรือส่งของขวัญ หรือการจัดกิจกรรมเป็นโบนัสพิเศษกรณียอดซื้อตามเป้าที่กำหนด จัดโปรโมชั่นพิเศษในเทศกาลต่าง ๆ สำหรับลูกค้าเก่า หรือการให้ส่วนลดพิเศษร่วมกับร้านค้าอื่น เป็นต้น เพื่อเป็นการต่อยอดให้เกิดความประทับใจ มีประสบการณ์ที่ดี และสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า และเลือกผู้ขายในที่สุด

## 7. ขั้นตอนการซื้อ

จากผลการศึกษาที่พบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะการชำระเงิน คือ เครดิตเพียงอย่างเดียว และได้รับระยะเวลาเครดิต 31-45 วัน ดังนั้นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรมี Partner ทางด้านแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรกรณีที่ต้องการระยะเวลาเครดิต หรือต้องการผ่อนชำระเป็นงวด ๆ เพื่อเป็นการช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้กับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร อีกทั้งยังสามารถทำให้สามารถตั้งสินค้าในปริมาณมาก ๆ ได้ ส่งผลให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จสามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรทบทวนนโยบายการให้ส่วนลดพิเศษกรณีชำระเงินสดเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร และพิจารณาปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการในขั้นตอนการสั่งซื้อ และนำเสนอระยะเวลาการให้เครดิตที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรได้ รวมทั้งมีการจัดระบบการสื่อสารต่าง ๆ โดยเฉพาะระบบโทรศัพท์ที่เพียงพอต่อการใช้งานเพื่ออำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อ และติดต่อประสานงานได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรต้องคำนึงถึงเรื่องการประมาณการยอดขายล่วงหน้า โดยพิจารณาจากความถี่ในการสั่งซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรแต่ละราย เพื่อที่จะส่งวัตถุดิบต่าง ๆ เข้ามาเตรียมการผลิตและจัดจำหน่ายให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด และควรควบคุมรักษาระยะเวลาเฉลี่ยในการจัดส่งสินค้าให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าด้วย

## 8. ขั้นตอนประเมินหลังการซื้อ

จากผลการศึกษาที่พบว่า เกณฑ์ในการประเมินผลหลังจากการใช้คอนกรีตผสมเสร็จ คุณภาพความแข็งแรงมีมาตรฐาน ราคาที่เหมาะสมกับต้นทุนที่โครงการตั้งไว้ และความสามารถในการผลิตและจัดส่ง มีมากกว่าร้อยละ 95.0 และเกณฑ์ในการประเมินผู้ขายหลังจากการใช้คอนกรีตผสมเสร็จนั้น การบริการก่อนและหลังการขาย การเสนอราคาต่ำที่สุด และการให้วงเงินเครดิตที่เหมาะสม มีมากกว่าร้อยละ 95.0 ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จต้องรักษามาตรฐานต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จตามเกณฑ์ที่ลูกค้ากำหนด เพื่อเป็นการป้องกันการเกิดกรณีไม่พึงพอใจต่าง ๆ ของลูกค้า และควรนำเสนอรายละเอียดการรับประกันหลังการขายให้กับผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรให้มีความมั่นใจในการพิจารณาในแต่ละขั้นตอนได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรมีความจงรักภักดีในตราสินค้าเดิมและผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จรายเดิม โดยในกรณีที่ไม่น่าพึงพอใจหลังการจัดซื้อ ยังคงเลือกพิจารณาตราสินค้าเดิมและผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายเดิม พร้อมให้หาสาเหตุและปรับปรุง ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ ต้องรักษาและมีการตรวจสอบคุณภาพในทุก ๆ ด้านอยู่เสมอ และหากเกิดความผิดพลาดใด ต้องรีบหาสาเหตุและดำเนินการแก้ไข และหาแนวทางป้องกันการเกิดปัญหาเดิมขึ้นอีก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด และกิจกรรม CRM ยังคงมีความสำคัญในขั้นตอนนี้ เพื่อเป็นการชดเชยความรู้สึกของลูกค้าในกรณีที่เกิดความผิดพลาด เช่น หากเกิดกรณีรถบรรทุกเสียระหว่างทางจัดส่งคอนกรีตผสมเสร็จ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสร้างที่หน้างานของลูกค้า ทางพนักงานขนส่งต้องรีบแจ้งบริษัทต้นสังกัดทันที เพื่อส่งรถบรรทุกอีกคันจัดส่งให้ลูกค้าได้ทันเวลา แต่หากยังส่งผลเสียหายต่อลูกค้า อาจจัดส่วนลดพิเศษให้ หรือมีบริการอื่นๆ เป็นกรณีพิเศษ เพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อความผิดพลาดนั้นและยังสามารถชดเชยความรู้สึกของลูกค้า และรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาวได้ต่อไป

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่**

จากผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร 3 อันดับแรก ในระดับมากที่สุด คือ บริการในการจัดส่งตรงตามเวลาที่ต้องการ ราคาเหมาะสมตามที่โครงการกำหนด และระยะเวลาในการไม่ปรับเปลี่ยนราคา ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรมุ่งเน้นในการควบคุมมาตรฐานเวลาในการจัดส่งให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรมากที่สุด มีการกำหนดระดับ

ราคาให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายและมีมาตรฐานชัดเจน และการคงราคานั้นไว้โดยไม่ปรับเปลี่ยนให้มีระยะเวลาขายที่สุทธิต่างเหมาะสมมากที่สุด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรแต่ละรายที่แตกต่างกันไป เช่น ควรมีการกำหนดราคาพิเศษตามปริมาณการสั่งซื้อ หรือตามอัตราการใช้คอนกรีตผสมเสร็จให้กับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรมีการสั่งซื้อบ่อยๆ เพื่อดึงดูดให้มีการซื้อตามปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนดนั้น

### ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลศึกษาที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร ในระดับมากที่สุด ของทุกตำแหน่งในโครงการ คือ บริการในการจัดส่งตรงตามเวลาที่ต้องการ มีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตรีหายี่ห้อที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรให้ความสำคัญกับการควบคุมมาตรฐานเวลาในการจัดส่งให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร โดยการมีการประเมินผลการจัดส่งของพนักงานทุกครั้งเพื่อจัดทำเป็นมาตรฐานในการส่งสินค้าและรับประกันเวลาการจัดส่งตามกำหนด นอกจากนี้ควรมีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยการทำเอกสารรับประกันคุณภาพมาตรฐานและมีผู้เชี่ยวชาญของผู้ผลิตเข้าไปให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยตรงที่โครงการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร และควรรักษาคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างให้ตรีหายี่ห้อที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับต่อไปในระยะยาว นอกจากนี้ ปัญหาที่ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรพบหลังจากการเลือกซื้อและใช้งานคอนกรีตผสมเสร็จสำหรับโครงการบ้านจัดสรร คือ บริการในการจัดส่งไม่ตรงตามเวลาที่ต้องการ ไม่มีเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพคอนกรีตผสมเสร็จมาดูแลที่หน่วยงานก่อสร้าง ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงระยะเวลาในการจัดส่ง เช่น มีการเข้าร่วมวางแผนการทำงานและรับประกันกำหนดเวลาส่งของโครงการบ้านจัดสรร เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร และควรมีเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพคอนกรีตผสมเสร็จไปดูแลที่หน่วยงานก่อสร้าง และช่วยควบคุมเวลาในการจัดส่ง เพื่อเป็นการบริการให้ผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรเกิดความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ และเกิดความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จมากยิ่งขึ้น

### ด้านราคา

จากผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร ในระดับมากที่สุด ของทุกตำแหน่งในโครงการ ยกเว้นตำแหน่งผู้รับเหมาในโครงการ คือ ระยะเวลาในการไม่ปรับเปลี่ยนราคา ราคา

เหมาะสมตามที่โครงการกำหนด และราคาถูกที่สุด ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ ควรมีการกำหนดระดับราคาให้หลากหลายและมีมาตรฐานชัดเจน และควบคุมการคงราคนั้นไว้ให้มีระยะเวลาานที่สอดคล้องเหมาะสมมากที่สุด เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละรายที่แตกต่างกันไป เช่น ควรมีการกำหนดราคาพิเศษ ตามปริมาณการสั่งซื้อให้กับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรมีการสั่งซื้อบ่อยๆ เพื่อดึงดูดให้มีการซื้อตามปริมาณการสั่งซื้อที่กำหนดนั้น และควรมีการสำรวจราคาของกลุ่มแข่งขัน เพื่อนำมาเปรียบเทียบในการกำหนดราคา ได้ถูกที่สุดอย่างเหมาะสมในการจูงใจผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรร

#### ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร ในระดับมากที่สุด ของตำแหน่งเจ้าของโครงการและตำแหน่งฝ่ายจัดซื้อโครงการ คือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรจัดระบบการสื่อสารต่าง ๆ เช่นระบบโทรศัพท์ให้เพียงพอต่อการใช้งานเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าให้สามารถติดต่อกับพนักงานของผู้ผลิต และจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จได้อย่างสะดวกรวดเร็วทั้งในด้านการสั่งซื้อ และการประสานงาน และควรจัดระบบการสั่งซื้อให้พนักงานเพื่อให้พนักงานสามารถบริการลูกค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น จัดทำแบบฟอร์มการสั่งซื้อที่ชัดเจน เข้าใจง่ายและใช้งานง่าย ระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อควบคุมสินค้าคงคลังพร้อมกับระบบการสั่งซื้อสินค้า มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารสินค้าคงคลัง และจัดระบบการชำระเงินให้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงินโดยเงินเชื่อ บัตรเครดิต การโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร การชำระโดยเช็ค การชำระโดยเงินสด เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรแต่ละราย

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนกรีตผสมเสร็จของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร ในระดับมากที่สุด ของตำแหน่งผู้รับเหมาในโครงการ คือ มีผู้เชี่ยวชาญของผู้ผลิตเข้าไปให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยตรงที่โครงการ ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรมีการจัดบริการในการให้ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับคอนกรีตผสมเสร็จแก่ผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรร เพื่อสามารถแนะนำวิธีการใช้งานที่ถูกต้อง รวมถึงสามารถแนะนำประเภทคอนกรีตผสมเสร็จแบบอื่นๆ ที่เหมาะสมกับประเภทงานต่างๆ เพิ่มเติมได้และจะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในการเลือกซื้อคอนกรีตผสมเสร็จกับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ควรให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีหน้าที่การขาย ซึ่งควรเป็นผู้เชี่ยวชาญด้าน

คอนกรีตผสมเสร็จ โดยมีการพัฒนาบุคลากรโดยจัดโปรแกรมการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการแนะนำผลิตภัณฑ์ อีกทั้งเสริมสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีของพนักงานในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความมีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ นอกจากนี้ ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรจะใช้กลยุทธ์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งกิจกรรม CRM เช่น มีการสะสมเพื่อแลกของรางวัล และมีการแจกของสมนาคุณทันที เพื่อกระตุ้นยอดขายเป็นระยะ ๆ พิจารณาตามความเหมาะสมของโอกาสสถานการณ์การตลาดในธุรกิจคอนกรีตผสมเสร็จ ธุรกิจการก่อสร้าง และสถานะเศรษฐกิจในขณะนั้น

นอกจากนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากแนวคิดทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อขององค์การและทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ทำให้ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จสามารถทราบถึงรายละเอียดที่เข้าไปปฏิบัติในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อพร้อมกับส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ และมีการใช้หลักของการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relations Management) สำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรรได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจากการศึกษาพบว่าผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จ จะต้องใช้เวลาในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในแต่ละหน้าที่ความรับผิดชอบ ซึ่งในแต่ละหน้าที่ความรับผิดชอบมีความแตกต่างกันในด้านแนวคิดและพฤติกรรมต่างๆ ดังนั้น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายคอนกรีตผสมเสร็จควรมีกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการ โครงการบ้านจัดสรรแต่ละกลุ่ม เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและยอดขายคอนกรีตผสมเสร็จต่อไป ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 แสดงลักษณะการเสนอขายคอนกรีตผสมเสร็จ และบุคคลที่จะต้องใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจซื้อในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ สำหรับผู้ประกอบการบ้านจัดสรร

