

ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของผู้ก่อสร้างบ้านที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลวังดิน อำเภอสี จังหวัดลำพูน

ผู้จัดทำ : นายจิรววิทย์ วรรณตุง

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์

วันที่อนุมัติผลงาน : กันยายน 2552

จำนวนหน้า : 54 หน้า

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของผู้ก่อสร้างบ้านที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลตำบลวังดิน อำเภอสี จังหวัดลำพูน เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ก่อสร้างบ้าน จำนวน 70 ราย เป็นข้อมูลคืนกลับ 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.9 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้ก่อสร้างบ้านเป็นเพศชายและเพศหญิง สัดส่วนใกล้เคียงกัน อายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป รับราชการ เกษตรกรรม และธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อของผู้ก่อสร้างบ้านส่วนใหญ่ซื้อวัสดุก่อสร้างไปเพื่อสร้างบ้านใหม่ ร้านวัสดุก่อสร้างที่เลือกซื้อคือร้านธนาวิทย์ ร้านเพิ่มพูนทรัพย์ ร้านชินริทอง เพราะการบริการจัดส่งรวดเร็ว มีสินค้าให้เลือกครบวงจร และราคาถูก เจ้าของบ้านจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้าง เดินทางไปเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างด้วยตนเอง และจ่ายค่าวัสดุก่อสร้างเป็นเงินสดงบประมาณในการซื้อวัสดุก่อสร้างไม่เกิน 150,000 บาท ได้รับการจูงใจในการเลือกร้านวัสดุก่อสร้างจากช่างผู้รับเหมาก่อสร้าง และป้ายโฆษณาของร้านค้าที่ใช้ติดเพื่อประชาสัมพันธ์ในสถานที่ต่างๆ การเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างผู้ก่อสร้างบ้านส่วนใหญ่เน้นตราสินค้า แบ่งตามประเภท



สินค้า ได้แก่ ปูนซีเมนต์เน้นตราเสือ ตราดอกบัว และตรานกอินทรีฯ กระเบื้องหลังคาเน้นตราเพชร ตราขวาน และตราช้าง สุขภัณฑ์เน้นตราคอตโต้ ตราอเมริกันสแตนดาร์ด สีทาบ้านเน้นตราที่โอเอ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกร้านวัสดุก่อสร้าง ผู้ก่อสร้างบ้านให้ความสำคัญต่อแต่ละปัจจัยทางการตลาด ดังนี้ ปัจจัยด้านสถานที่ช่องทางจัดจำหน่ายให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือทำเลที่ตั้งอยู่ติดถนนใหญ่ไปมาสะดวก และให้ความสำคัญระดับมาก คือมีการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็ว สถานที่จอดรถสะดวกกว้างขวางเพียงพอ การจัดร้านสวยงาม สะอาด และเป็นระเบียบ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญระดับมากในทุกประเด็น คือร้านมีวัสดุก่อสร้างครบวงจร พนักงานขายมีความเข้าใจในสินค้า ภายในร้านมีป้ายราคาสินค้าให้เห็นชัดเจน การจัดหมวดหมู่สินค้าทำให้เลือกซื้อได้ง่าย ร้านมีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย

ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญระดับมาก คือ ราคาถูก และเงื่อนไขการชำระเงินเชื่อ ให้ความสำคัญ อยู่ในระดับปานกลาง คือ การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญระดับปานกลางทุกประเด็น ได้แก่ การลดราคาจากป้ายสินค้า การสะสมยอดซื้อเพื่อรับส่วนลดในครั้งต่อไป การสะสมยอดซื้อเพื่อรับของรางวัล การโฆษณาผ่านสื่อ วิทยุ โบปลิว ป้ายโฆษณา และการเขียนชื่อ ที่อยู่ เพื่อลุ้นรางวัล