

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง : การศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแผ่นหลังคาเหล็กกริดลอน (Metal Sheet) ของลูกค้า : กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดจัมโบ้ซัดเตอร์ส จังหวัดเชียงใหม่
- ผู้จัดทำ : มัทรี เตชะ
- อาจารย์ที่ปรึกษา : คร.พิสิษฐ์ ธารพิพัฒน์
- หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- วันที่อนุมัติผลงาน : มิถุนายน 2554
- จำนวนหน้า : 82

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแผ่นหลังคาเหล็กกริดลอน (Metal Sheet) ของลูกค้า : กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัดจัมโบ้ซัดเตอร์ส จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแผ่นหลังคาเหล็กกริดลอน (Metal Sheet) ของลูกค้าห้างหุ้นส่วนจำกัดจัมโบ้ซัดเตอร์ส

ในการศึกษานี้ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตรคำนวณ แบบไม่ทราบจำนวนประชากร ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่าง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ประเภทดังนี้ กลุ่มลูกค้าทั่วไปเก็บ 125 ตัวอย่าง และกลุ่มลูกค้ารับเหมาติดตั้งเก็บ 125 ตัวอย่าง เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างและมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.852 ค่าสถิติที่ใช้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ลูกค้าประกอบด้วยช่างผู้รับเหมาและลูกค้าทั่วไป อาชีพของลูกค้าทั่วไปส่วนมากรับจ้างอิสระ มีการศึกษาดำรงปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และสถานภาพสมรส

ด้านพฤติกรรมการซื้อแผ่นหลังคาเหล็กกรีดลอน (Metal Sheet) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเพื่อนำไปปรับจ้าง/เหมาสร้างบ้าน โดยจะเลือกซื้อแผ่นหลังคาเหล็กกรีดลอน (Metal Sheet) แบบตรงมากที่สุดและจะหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อจากการแนะนำของเพื่อน วัตถุประสงค์หลักในการเลือกซื้อเพราะช่วยลดโครงสร้างหลังคา โดยส่วนมากจะมีการตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตนเองเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ คือ คุณภาพ ซึ่งจะพอใจในคุณภาพสินค้าในระดับที่มาก โดยจะเลือกซื้อจากโรงงานแผ่นหลังคาเหล็กกรีดลอน (Metal Sheet) เฉลี่ย 1 – 2 ครั้ง/เดือน ครายี่ห้อของแผ่นหลังคาเหล็กกรีดลอน (Metal Sheet) ไม่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อซ้ำและมีการแนะนำบุคคลอื่นให้ซื้อ

ผลการศึกษาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญระดับมากในทุกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.86 – 4.08 อันประกอบด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.98 – 4.31 โดยกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในปัจจัยย่อยด้านความสะดวกของการเดินทาง และให้ความสำคัญระดับมากในปัจจัยย่อยด้านความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าสะดวกและรวดเร็ว บรรยากาศภายในร้านสะดวกสบายเป็นกันเอง พื้นที่โรงงานกว้างขวาง มีช่องทางในการชำระเงินที่หลากหลาย เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้า ระยะเวลาที่เปิดจำหน่ายสินค้าเหมาะสม สถานที่จอดรถและที่พักรอสะดวก ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.91 – 4.27 กลุ่มตัวอย่างได้ให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในปัจจัยย่อยเรื่องสินค้ามีความหลากหลายตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ/ผู้ใช้ และให้ระดับความสำคัญในระดับมาก คือ ปัจจัยย่อยด้านความเพียงพอของจำนวนสินค้า ความทันสมัยและอยู่ในกระแสนิยมของสินค้า ตราสินค้าหรือยี่ห้อแผ่นหลังคาเหล็กกรีดลอน จัมโบ้ 760 ที่รู้จัก ความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา และคุณภาพสินค้าแผ่นหลังคาเหล็กกรีดลอนเหมาะสมกับราคา ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.92 – 4.14 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญระดับมากในทุกปัจจัยย่อย เช่น สินค้าแผ่นหลังคาเหล็กกรีดลอนมีราคาหลายระดับตามคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สินค้ามีราคาคุ้มค่ากับประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากแผ่นหลังคาเหล็กกรีดลอน มีการแนะนำราคาสินค้าในช่วงต่างๆและด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.10 โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากในทุกปัจจัยย่อยด้านการมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานผู้เสนอขายสินค้า มีพนักงานให้คำแนะนำในการใช้สินค้า ความรู้ในตัวสินค้าของพนักงานผู้เสนอขายสินค้า มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายกลางแจ้งมีแคตตาล็อกและโบรชัวร์แนะนำสินค้า ตามลำดับ