

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้

: กรณีศึกษา บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้าไม้ จำกัด

ชื่อผู้เขียน

นางสาวจากรวรรณ เจริญสุข

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์กฤษณา รัตนพุกภัย

ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ดันติประภา

กรรมการ

อาจารย์ณฤมล กิมภากรณ์

กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ : กรณีศึกษา บริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้าไม้ จำกัด ซึ่งแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ พฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้ซื้อที่เป็นองค์กร

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้ซื้อของบริษัท เชียงใหม่สุขสวัสดิ์ ค้าไม้ จำกัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภคจำนวน 100 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และผู้ซื้อที่เป็นองค์กรจำนวน 195 ราย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ บริษัทรับเหมาก่อสร้างหรือช่างรับเหมารายย่อย ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง โครงการบ้านจัดสรร และหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค มีวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้เพื่อสร้าง และตกแต่งที่อยู่ใหม่ของตนเอง และนิยมซื้อไม้ตกแต่ง แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับชนิด และประเภทของไม้มาจากผู้รับเหมา ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ คือ คุณภาพ หลังจากการใช้บริการผู้ซื้อพอใจในส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน และให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัย ในระดับสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีปัจจัยย่อยบางปัจจัยมีความสำคัญในระดับสำคัญปานกลาง

ผู้ซื้อที่เป็นองค์กร มีวัตถุประสงค์ของการใช้ไม้เพื่อการก่อสร้าง ตกแต่ง และต่อเติมบ้าน หรืออาคาร และนิยมซื้อไม้แปรรูป แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับชนิดและ ประเภทของไม้ มาจากร้านขายไม้แปรรูปและผลิตภัณฑ์ไม้ และปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ คือ คุณภาพ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้มากที่สุด คือ เจ้าของบ้านหรือลูกค้า รูปแบบการซื้อของผู้ซื้อกลุ่มนี้จะซื้อสินค้าชนิดเดิม โดยวิธีการซื้อเดิม จากผู้ขายรายเดิม และสั่งซื้อแบบกระจายอำนาจในกรณีที่มีหน่วยงานหรือสาขาย่อย หลังจากการใช้บริการผู้ซื้อพอใจในส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน และให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านราคาของสินค้า ในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ด้านสถานที่และร้านค้า และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยต่าง ๆ ทั้งในระดับสำคัญมากและสำคัญปานกลาง

**Independent Study Title :** Buyer Behavior for Timber Construction Materials  
: Case Study of Chiang Mai Suksawad Co.,Ltd.

**Author :** Miss Jaruwan Charoensuk

**M.B.A. :** Business Administration

**Examining Committee :** Associate Prof.Krisana Ratanapruck Chairman  
Assistant Prof. Dr.Patchara Tantiprabha Member  
Lecturer Narumon Kimpakorn Member

### **Abstract**

The objective of this independent study was to study buyer behavior for timber construction materials : case study of Chiang Mai Suksawad Co., Ltd. The study was divided into two parts : buyer behavior for consumers and buyer behavior for organizational buyers.

A sample of 100 consumers was selected by means of convenience sampling. For the organizational buyers which composed of 4 subgroups : construction companies or contractors, construction material retailers, housing projects and government organizations, 195 buyers were selected by means of stratified random sampling. Questionnaires were used for data collection. The data was analyzed by using the statistical program to generate frequency tables, percentages and arithmetic means.

The result found that most consumers bought timber for their own home construction and decoration. The decorating wood products were preferred to another wood products. The contractors were the main source of information about timber and the most important factor influenced the timber purchase was the quality. In the post purchase evaluation most consumers were satisfied with retailers' marketing mix. All marketing mix factors were considered at a highly important level except some subfactors of promotion were considered at a moderate important level.

For the organizational buyers, the purposes of buying were for construction, decoration and renovation of houses and buildings. The construction timber, poles and supporting beams were preferred to another wood products. The wood product retailers were the main source of information about timber and the most important factor influenced the timber purchase was the quality. The most important person who influenced in their buying decision was the house owner or customer. The buying pattern was buying the same products and using the same buying method from the same supplier. The decentralized buying was used in the branch organizations. In the post purchase evaluation most organizational buyers were satisfied with retailers' marketing mix. Price factor was considered at a highly important level. While product, place and promotion, the subfactors were considered at a highly important level and a moderate important level.