

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายภาณุวัฒน์ เครือจักร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ เพชรรัตน์	มีสมบุญพันธุ์พูนสุข	ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ กฤษณา	รัตนพุกภัย	กรรมการ
อาจารย์ นันทนา	คำนวน	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาที่ผู้รับเหมาก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ประสบในการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้รับเหมาก่อสร้างที่เป็นสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างด้านนาประจำปี 2539 และตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 73 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดตั้งตามกฎหมายของกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดมากกว่าบริษัทจำกัด โดยส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนปัจจุบันของกิจการระหว่าง 1.1 ถึง 5 ล้านบาท มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จคือกรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัยในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านการกระจายผลิตภัณฑ์ ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัญหาที่ผู้รับเหมาก่อสร้างพบมากที่สุดในการซื้อผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ คือ บริการจัดส่งล่าช้า ไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงเวลา ไม่สะดวกในการติดต่อ รองลงมาคือ ราคาจำหน่ายสูง ระยะทางจากโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จอยู่ไกลจากสถานที่ก่อสร้าง ไม่มีการส่งเสริมการขาย และผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จไม่ได้คุณภาพ

**Independent Study Title** Marketing Factors Influencing on Purchasing of Ready Mixed Concrete of Construction Contractors in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai

**Author** Mr. Panuwat Kruajak

**M.B.A.**

**Examining Committee**

Lect.Petcharat	Meesomboonpoonsuk	Chairman
Assoc. Prof.Krisana	Ratanapruck	Member
Lect.Nantana	Kumnuan	Member

#### ABSTRACT

The study of “Marketing Factors Influencing On Purchasing of Ready Mixed Concrete of Construction Contractors in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai” has two objectives:

1. To study the marketing factors influencing construction contractors purchasing of ready mixed concrete in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai
2. To study the problems construction contractors encounter when purchasing ready mixed concrete of construction contractors in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai

Questionnaires were used to collect information from 73 construction contractors who are members of Lanna Constructing Industrial Association and their companies are registered in Amphoe Mueang Changwat Chiang Mai. The collected data was evaluated by using statistic: frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation and weighted average.

The results of study could be concluded as follows: Most of the companies were registered as limited liability partnership more than limited liability company. The Register Capital of business was between 1.1 and 5 million bahts. The companies employed less than 50 persons. The person authorized to make the decision on purchasing of ready mixed concrete was the managing director or owner.

The respondents gave the high important level to all of marketing factors: Price, Product and Services, and Place or Distribution factors except the Promotional factor was evaluated at the moderate important level.

There were many problems encountered by the firm in this study such as First, Service, for example delivery service delay, unable to supply the product on time and hard to contact the supplier. Second, Price, the price is too expensive. Third, Place or Distribution, the distance between manufacturer is far from construction sites. Forth, Promotion, there are no sales promotion campaigns. And finally, Product, the poor quality of the product.