

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์
 ประดู่พีวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง
 ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวสริน บุญเฉลียว

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าคั่วแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพร คุณเจริญไพศาล ประธานกรรมการ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดารารัตน์ บุญเฉลียว กรรมการ
 อาจารย์ ชีร กิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคั่วแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงปัจจัยและปัญหาทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประดู่พีวีซี เพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดย การออกแบบสอบถามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อประดู่พีวีซี เพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย และนำข้อมูลที่ได้จำนวน 52 ร้านนำมาประมวลผลและคำนวณ โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยระหว่างบุคคล รองลงมาเป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยเฉพาะบุคคล และปัจจัยภายในองค์กร ตามลำดับ

ปัจจัยระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อเป็นอันดับแรก คือ ความสนใจในตัวสินค้าของผู้จัดซื้อ ภาวะการแข่งขันเป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อพฤติกรรมซื้อ การยอมรับและความชอบในตัวสินค้า เป็นปัจจัยเฉพาะบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อพฤติกรรมซื้อ

วัตถุประสงค์และนโยบายของร้านค้า เป็นปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อพฤติกรรมกาซื้อของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีวีซีเพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอันดับหนึ่งคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีวีซี เพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ คุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน รองลงมาคือรูปแบบพีวีซีที่นำมาจำหน่ายมีความทันสมัย และการเป็นสินค้าที่หือที่คนรู้จักเป็นที่ยอมรับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีวีซี เพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ พนักงานขายมีความจริงใจซื่อสัตย์ รองลงมาคือพนักงานขายมีการแนะนำสินค้าที่ชัดเจน และพนักงานขายมีความเอาใจใส่สม่ำเสมอในการเยี่ยมชมร้านค้า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีวีซี เพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ ระดับราคามีความหลากหลายตามคุณภาพสินค้า และราคาสินค้าสามารถยืดหยุ่นได้ตามปริมาณการซื้อ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีวีซี เพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายได้สะดวก รองลงมาคือ การมีบริการส่งสินค้าถึงร้านหรือบ้านลูกค้า และกระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก

สำหรับปัญหาที่มีต่อการเลือกผลิตภัณฑ์ประตูปวีวีซี เพื่อจำหน่ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัญหาที่พบบ่อยมากที่สุดในแต่ละด้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าที่มีปัญหาเปลี่ยนคืนได้ยาก ด้านราคา คือ ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ด้านการจัดจำหน่าย คือ ผู้ขายมีการคิดค่าขนส่งสินค้า หรือไม่มีบริการจัดส่งสินค้า และด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ผู้ขายไม่มีการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าช่วยการขาย

Independent Study Title Marketing Factors Influencing Construction Material Retailers in the Selection of the PVC Door Products for Sale in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai

Author Miss Rosarin Boonchaliew

M.B.A.

Examining Committee

Asst. Prof. Dr. Rawiporn Koojaroenpaisan	Chairman
Asst. Prof. Dararatana Boonchaliew	Member
Lecturer Theerakiti Navaratana Na Ayudhya	Member

ABSTRACT

The objectives of this independent study were to study the marketing factors influencing construction material retailers in the selection of the PVC door products for sale and the problems which occurred during the selection of the PVC door products for sale in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai. The study was conducted by using questionnaires interviewing 52 construction material retailers in Amphoe Mueang, Chiang Mai . The data was analyzed by using namely frequency, percentage, and arithmetic mean. The study showed that the major factor which most influenced construction material retailers' decision in selection the PVC door products in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai, were ranked as follows: interpersonal factors, environment, personal factors, and organizational factors.

The interpersonal factor which influenced construction material retailers' decision the most in the selection PVC doors was buyer's interest in the products. The environment factor which influenced construction material retailers' decision the most in the selection PVC doors was competitive outlook. The personal factors which influenced construction material retailers' decision

the most in the selection of the PVC doors was buyer's acceptance of the products and product preference. The organizational factors which influenced construction material retailers' decision the most in the selection of the PVC doors was the objectives and the policies of construction material retailers.

The study showed that the marketing mixed factors which influenced the PVC doors buying behavior of construction material retailers' in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai, were ranked as follows: products, promotion, price, and place.

The first three important product factors which influenced the retailers' buying decision were standard of product quality, modern style of the PVC doors, and acceptable, well-known brands. The first three important promotion factors which influenced the retailers' buying decision were sincere and faithful salespeople, clear suggestions from salespeople, and regular customers visits. The first three important price factors which influenced the retailers' buying decision were prices that matched the product's quality, variety of prices according to quality, and flexible prices according to quantity purchased. The first three important place factors which influenced the retailers' buying decision were convenient contact with sellers, delivery service, and uncomplicated buying process.

In terms of problems faced by the construction material retailers in their selection of the PVC doors in Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai, it was found that the problems mostly faced in each marketing mixed were in terms of product, products with problem was difficult to return. In terms of price, the price was not matched the product's quality. In terms of place, there was delivery charge or no delivery service. In terms of promotion, there were no supporting advertisement and public relations from sellers.