

ชื่อเรื่องการค้าปลีกแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง
ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย

ชื่อผู้เขียน

นายชาญชัย ลีวนิชย์

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าปลีกแบบอิสระ	ผศ.วัชรวิ	พฤทธิกานนท์	ประธานกรรมการ
	ผศ.ดร.อัญชฎี	เจ็งเจริญ	กรรมการ
	อาจารย์กาญจนา	โชคถาวร	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าปลีกอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคสินค้าวัสดุก่อสร้างที่เลือกซื้อสินค้าในร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดเชียงราย ศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดเชียงราย และศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปแบบร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่ต้องการในอนาคต

การศึกษาใช้วิธีออกแบบสอบถามโดยเก็บตัวอย่างจากผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าในร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงราย จาก 5 อำเภอ ที่มีร้านค้าวัสดุก่อสร้างตั้งอยู่มากที่สุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย อำเภอเมือง, อำเภอแม่จัน, อำเภอแม่สาย, อำเภอเชียงของ และอำเภอพาน จะเลือกเฉพาะร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่ขายสินค้าครบวงจรโดยจะเลือก 1 ร้านตัวอย่าง/อำเภอ สำหรับอำเภอเมืองจะเลือก 2 ร้าน รวมทั้งสิ้น 6 ร้าน รวมทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างในจังหวัดเชียงราย ด้วยโปรแกรม SPSS/PC+ ใช้ค่าสถิติ อัตราร้อยละ, ความถี่ และทดสอบ Chi-square

ผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคสินค้าวัสดุก่อสร้างที่เลือกซื้อสินค้าในร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดเชียงราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานะเป็นผู้บริโภคทั่วไป และช่าง/ผู้รับเหมาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 25-35 ปี สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับ ปวช., ปวส., ปวท., อนุปริญญาหรือเทียบเท่า เนื่องจากเป็นสายอาชีพและหางานง่าย โดยจะประกอบอาชีพ ช่าง/ผู้รับเหมาถึง 49 ราย ระดับรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท มีมากถึง 2 ใน 3 ของผู้บริโภคทั้งหมด เห็นได้ว่าระดับรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนค่อนข้างต่ำ อันเนื่องมาจากผลของภาวะเศรษฐกิจที่หดตัว

พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้านิยมเลือกซื้อสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างมากที่สุดอันดับแรก อันดับสองได้แก่กลุ่มสินค้าตกแต่งบ้าน อันดับสามเป็นสินค้ากลุ่มเซรามิค/สุขภัณฑ์/ก๊อกน้ำ อันดับสี่เป็นสินค้ากลุ่มฮาร์ดแวร์/เครื่องมือช่าง อันดับสุดท้าย ได้แก่ กลุ่มอุปกรณ์ไฟฟ้า ตามลำดับ และพบว่าสถานะของผู้บริโภคที่เป็นช่าง/ผู้รับเหมาและที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป ไม่มีความแตกต่างกันในการเลือกซื้อสินค้าประเภทต่าง ๆ ในทุกกลุ่ม ยกเว้น กลุ่มสินค้าวัสดุก่อสร้าง พบว่า มีความแตกต่างกันในการเลือกซื้อ ในด้านการใช้ประโยชน์จากสินค้า ช่าง/ผู้รับเหมาส่วนใหญ่จะใช้สร้างบ้านใหม่ สำหรับผู้บริโภคทั่วไป ส่วนใหญ่นำไปซ่อมแซมบ้าน

ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภค อันดับแรก ได้แก่ปัจจัยด้านราคา อันดับสองได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ อันดับสาม ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านสถานที่ เป็นอันดับสี่ และปัจจัยด้านบุคคลเป็นอันดับสุดท้าย และพบว่าสถานะของผู้บริโภคที่เป็นช่าง/ผู้รับเหมาและที่เป็นผู้บริโภคทั่วไป ในการให้อันดับความสำคัญในการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ในทุกปัจจัยนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน และพบอีกว่า สถานะของผู้บริโภคที่เป็นช่าง/ผู้รับเหมาและผู้บริโภคทั่วไปนั้น ในปัจจัยทุกๆ ปัจจัยนั้น มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ก็ไม่แตกต่างกัน เช่นกัน

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปแบบร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่ต้องการในอนาคตนั้น พบว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคต้องการให้มีสินค้าครบวงจรตั้งแต่องานรากฐานถึงงานตกแต่ง และมีสินค้าพร้อมขายเสมอ ไม่ต้องสั่งล่วงหน้า รวมถึงมีสินค้าที่มีคุณภาพ , ทันสมัย , สวยงาม สำหรับปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคต้องการให้มีราคาสินค้าที่ต่อรองได้ เห็นได้ว่าการซื้อขายสินค้าของคนไทยก็ยังคงต้องการการต่อรองราคาอยู่ โดยจะต้องมีราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และมีป้ายราคาติดชัดเจน ในปัจจัยด้านสถานที่ผู้บริโภคต้องการให้ร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอนาคตนั้น มีที่จอดรถสะดวก มีการจัดหมวดหมู่สินค้าให้ผู้บริโภคสามารถเดินเลือกซื้อสินค้าได้เองอย่างสะดวก ท่าเลที่ตั้งของร้านใกล้แหล่งชุมชนและ มีการจัดหน้าร้านสวยงามเด่นชัด สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายผู้บริโภคต้องการให้ร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอนาคต มีจัดส่งสินค้าต้องรวดเร็ว ถูกต้อง ไม่คิดค่าขนส่ง มีพนักงานหน้าร้านช่วยในการแนะนำสินค้าให้แก่ผู้บริโภค และมีการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม อย่างสม่ำเสมอ

หากร้านค้าวัสดุก่อสร้างใดมีปัจจัยเหล่านี้แล้ว ร้านนั้น ๆ จะเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ที่ผู้บริโภคพร้อมจะเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างแห่งนั้น เพื่อสนองตอบความต้องการและได้รับความพอใจสูงสุด

Independent Study Title Factors Affecting Consumers' Choice of Construction Shops
in Chiang Rai Province

Author Mr. Chanchai Leevanich

M.Econ Economics

Examining Committee	Assist.Prof. Watcharee	Prugsiganont	Chairman
	Assist.Prof.Dr. Anchalee	Jengjalern	Member
	Lecturer Kanchana	Chokethaworn	Member

ABSTRACT

The objective of this independent were to find out factors affecting consumers' choice of construction shops in Chiang Rai Province and consumers' opinion concerning their choice of construction shops in the future.

In this study, questionnaires were used to collect data from a sample group of construction shops from 5 Amphoe namely Amphoe Muang, Amphoe Maejan, Amphoe Maesai, Amphoe Chiangkhong and Amphoe Phan. The samples composed of construction shops where there were full option of products to choose from. Six shops were purposively selected and from each shop 25 customers were interviewed altogether there were 150 sets of questionnaires.

The data gathered were analysed by SPSS/PC+ using percentage, frequency and chi-square.

The result of this study shows that majority of construction shops' consumers were male, with about the same ratio when divided between builders and general consumers, aged between 25-35 years, married. The majority of the samples were diploma holders which accounted for 30 percent, salary were lower than 20,000 bath per family per month. The low average income is the result of economic crisis.

The consumer behavior in choosing products were showed in sequence as follow: Constuction products was the first, second were home decorative products and third were ceramic, sanitary ware and faucets, fourth were hardware products and the last were electrical appliances. The difference in status of builders and general consumers did not have any impact in choosing products. On the other hand the status of builders and general consumers showed differences in the use of products; i.e. most of builders used in building new houses but general consumers used in repairing their houses.

Regarding factors affecting consumers' choice of construction shops this study found that price had the highest impact on consumers' choice of construction shops, second was the products, third was the sales promotion, fourth was the saling site and the last was persons who recommend the shops. In comparing status of builders and general consumers there were no difference in factors affecting their behavior.

The study of consumers' opinion about the type of construction shops they preferred, it is found that consumers preferred the shops with full range of products, there were enough goods in the stock, products were high quality, modern style and beautiful. In term of the price, consumers wanted discount price, bagainable, reasonable and price tagged. Regarding the place, consumers wanted construction shops to have convenient parking, products were grouped and displayed for easy access, interesting windows display and located near community area. In term of promotion, consumers wanted construction shops to have fast, accurate delivery with no charge, good sales persons to suggest products and marketing activity were necessary.

If constuction shops have all these qualities, they will be able to efficiently response to the needs of customers. The customers will be highly satisfied.