

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านค้าส่งวัสดุก่อสร้าง  
ของร้านค้าปลีกในจังหวัดนครสวรรค์

ชื่อผู้เขียน

นายปรีดา โภธิสุวรรณ

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าคว่ำแบบอิสระ

ผศ.ดร.วินัส ฤชาชัย

ประธานกรรมการ

ผศ.ดร. ศศิเพ็ญ พวงสายใจ

กรรมการ

ผศ.สุวัฒน์ ยิบมันตะศิริ

กรรมการ

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีสองวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์แรกเพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า 3 ชนิดหลักสำคัญ ได้แก่ ปูนซีเมนต์, กระเบื้องซีเมนต์ไยหิน, กระเบื้องหลังคาคอนกรีต จากร้านค้าส่งสินค้าวัสดุก่อสร้าง วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านค้าส่งวัสดุก่อสร้างที่จำหน่ายสินค้า 3 ชนิดหลักสำคัญ ได้แก่ ปูนซีเมนต์, กระเบื้องซีเมนต์ไยหิน, กระเบื้องหลังคาคอนกรีต ของร้านค้าปลีกในจังหวัดนครสวรรค์

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากแบบสอบถามร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในจังหวัดนครสวรรค์จำนวน 56 ร้านค้า ผลการศึกษาพบว่าข้อมูลทั่วไปของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างส่วนใหญ่เจ้าของร้านค้าปลีกจบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา มีประสบการณ์ในการขายสินค้าวัสดุก่อสร้างระหว่าง 11-15 ปี มีพนักงานขายร้านละ 1 คน ส่วนใหญ่ไม่มีพนักงานบัญชี มีคนขับรถ 2 คน มีกรรมกรประจำร้าน 2 คน มีพื้นที่กองเก็บสินค้าระหว่าง 2014-400 ตารางเมตร มีพาหนะขนส่งสินค้าคือรถกระบะ 4 ล้อ 2 คัน รถ 6 ล้อ 1 คัน รถ 10 ล้อและรถพ่วงส่วนใหญ่ไม่มีสำหรับอุปกรณ์ขนถ่ายสินค้าส่วนใหญ่ไม่มีรถฟอร์คลิฟท์ และพาเลทใช้ในการขนถ่ายสินค้า เปิดทำการขายสินค้าระหว่างวันจันทร์-วันเสาร์ ในช่วงเวลา 8.00 น. – 17.30 น. มีความถี่ในการติดต่อซื้อสินค้าจากร้านค้าส่ง 2 – 3 วันต่อครั้ง มีร้านค้าส่งที่ซื้อประจำ 3-4 ร้าน และมีการเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อสินค้าทุกครั้ง โดยเป็นการซื้อสินค้าปูนซีเมนต์เฉลี่ยเดือนละ 100-200 ตัน สินค้า

กระเบื้องซีเมนต์ไยหิน 1 – 7 ตัน สิ้นค้ากระเบื้องหลังคาคอนกรีต 1 – 1,000 แผ่น โดยมีการสต็อก  
สิ้นค้าปูนซีเมนต์เฉลี่ยเดือนละ 26 ตัน สิ้นค้ากระเบื้องซีเมนต์ไยหิน 1 ตัน และสิ้นค้ากระเบื้องหลัง  
คาคอนกรีตส่วนใหญ่ไม่ทำการสต็อก ตราสิ้นค้าที่ซื้อมากที่สุดเฉลี่ยต่อเดือน ในแต่ละสิ้นค้าคือ  
ปูนซีเมนต์ตราเสือ กระเบื้องซีเมนต์ไยหินตราร่ม และกระเบื้องหลังคาคอนกรีตตราชีแพคโมเนีย  
สำหรับการส่งมอบสิ้นค้าปูนซีเมนต์ และกระเบื้องซีเมนต์ไยหิน ร้านค้าส่งเป็นผู้ส่งสิ้นค้าให้ สิ้นค้า  
กระเบื้องหลังคาคอนกรีต ผู้ผลิตของร้านค้าส่งเป็นผู้ส่งให้ การซื้อสิ้นค้าส่วนใหญ่ซื้อทั้งเงินสด  
และเงินเชื่อ โดยมีหลักเกณฑ์ในการสั่งซื้อสิ้นค้าปูนซีเมนต์ และกระเบื้องซีเมนต์ไยหิน เมื่อสิ้นค้า  
จะมีการปรับราคาขึ้น ส่วนสิ้นค้ากระเบื้องหลังคาคอนกรีต จะสั่งซื้อสิ้นค้าเมื่อร้านค้าปลีกได้รับคำ  
สั่งซื้อสิ้นค้าจากผู้บริโภคแล้ว

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านค้าส่งวัสดุก่อสร้างของร้านค้าปลีก จากการศึกษา  
พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปูนซีเมนต์ และกระเบื้องซีเมนต์ไยหินอันดับแรก ได้แก่  
ปัจจัยด้านราคา อันดับสองคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สิ้นค้ากระเบื้องหลังคาคอนกรีต อันดับแรกได้  
แก่ ปัจจัยด้านราคา อันดับสองคือ ปัจจัยด้านสถานที่และการจำหน่าย อันดับสาม คือ ปัจจัยด้าน  
ผลิตภัณฑ์

<b>Independent Study Title</b>	Factors Affecting Construction Material Retailers' Choice of Wholesalers in Nakhon Sawan Province.		
<b>Author</b>	Mr. Preeda Pothisuwan		
<b>M. Econ.</b>	Economics		
<b>Examining Committee</b>	Asst. Prof. Dr. Venus Rauechai		Chairperson
	Asst. Prof. Dr. Sasipen Phuangsaichai		Member
	Asst. Prof. Suwarat Gypmantasiri		Member

### ABSTRACT

This study has two main objectives. The first is to study the general business characteristics of construction material retailers in Nakhon Sawan province who purchase 3 major construction commodities – mixed cement, asbestos cement roof, and concrete roof tiles, from wholesalers for retailing. The second objective is to study factors that affect retailers' selection of different wholesalers for their procurements of these three main commodities.

Data used for the study were collected from all 56 construction material retailers in the province using questionnaires. It was found that most retailers have high school level of education with experience in construction material business ranging between 11-15 years. Most retailers employ 1 sale assistant, no accountant, 2 drivers, 2 general laborers, and have storing space of 201-400 square meters. Most have 2 four-wheel trucks, 1 six-wheel truck and 1 ten-wheel truck. These retailers mostly do not use trailers to transport goods, nor do they have forklift nor pallet for transport of commodities. They do their business from Monday to Saturday, with office hours from 8.00 A.M.-5.30 P.M. They buy from the wholesalers to replenish their stocks once in every 2-3 days and most have their own 2-3 regular suppliers. Most retailers do

compare prices before buying every time. Mixed cement purchased average 100-200 tons per month. Other purchases of commodity include 1-7 tons of asbestos cement roof, 1-1}000 sheets of concrete roof tiles for each order. Most retailers keep their cement stocks at the average of 26 tons per month, 1 ton of asbestos cement roof, but concrete roof tiles are generally not kept in stock. Commodity brands traded mostly each month are: Tiger Brand for cement, Umbrella Brand for asbestos cement roof and CPAC Monia for concrete roof tiles. As for mixed cement and asbestos cement roof, wholesalers are responsible for the delivery of these two products to retailers. However as for concrete tiles the delivery is direct from product producers and not wholesalers. Commodities are mostly purchased both in cash and on credit. Purchases of mixed cement and asbestos cement roof are also made when prices are expected to be adjusted upwards. As for concrete roof tiles, purchases are made when retailers get orders from their consumers.

Regarding to factors having influence on retailers' selection of wholesalers, it was found that the most important factor affecting the selection of wholesalers for purchasers of mixed cement and asbestos cement roof is product price, followed by product quality. For concrete roof tiles, the most important factor is price, with the second being that of place and distribution, while product quality is ranked as the third important factor.