

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยเก็บข้อมูลจากจากผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้าง ในอำเภอสันทราย จำนวน 79 ราย ซึ่งผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 84.8 มีอายุระหว่าง 36 - 40 ปี ร้อยละ 56.9 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.7 ดำรงตำแหน่ง เจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 45.6 มีเวลาในการทำงานเกี่ยวกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 - 7 ปี ร้อยละ 38.0 ส่วนใหญ่มีรูปแบบการจัดตั้งกิจการตามกฎหมายเป็นแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด มีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ดำเนินการในระยะเวลา 1 ปี จำนวน 1 - 10 ล้านบาท ร้อยละ 58.3 มีระยะเวลาการจัดตั้งกิจการ 6 - 10 ปี ร้อยละ 32.9 ส่วนใหญ่มีจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี จำนวน 1 - 5 โครงการ ร้อยละ 55.7 มูลค่างานก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 1,000,001 - 5,000,000 บาท ร้อยละ 27.8 ประเภทของงานรับเหมาก่อสร้างที่ได้รับมากที่สุดในปีที่ผ่านมาเป็นงานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย ร้อยละ 48.1 มีจำนวนพนักงานในความดูแล ไม่เกิน 5 คน ร้อยละ 25.3 ส่วนใหญ่ผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ฝาสังเคราะห์ คือเจ้าของหรือกรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 50.6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งานเพื่องานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย ร้อยละ 51.9 สาเหตุที่เลือกใช้ไม้ฝาสังเคราะห์ในการก่อสร้างเนื่องจากไม่มีปัญหาเรื่องปลวก ร้อยละ 69.6 และส่วนใหญ่จะเลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทไม้ฝา ร้อยละ 68.4 สีของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุดคือ ไม้ฝาสังเคราะห์แบบไม่มีสี (สีธรรมชาติหรือสีซีเมนต์) ร้อยละ 70.9 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านขายไม้ฝาสังเคราะห์จากสื่อ

ประเภท ป้ายโฆษณาหน้าร้าน มากที่สุด ร้อยละ 36.7 ซึ่งส่วนใหญ่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้านอกอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 73.4 โดยจะซื้อจากร้านค้านอกอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ร้านประเภทค้าส่ง เช่น ร้านชินเชียงใหม่ ร้านเลิศสิน ร้านทวีพรรณ ฯลฯ ร้อยละ 86.2 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จะซื้อจากร้านคลังวัสดุ และร้านเรดาห์แม่ใจ มากที่สุดร้อยละ 16.5 เท่ากัน โดยสาเหตุที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้าในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจาก สถานที่สะดวก เข้าถึงได้ง่าย และรู้จักร้านมานาน ร้อยละ 9.1 เท่ากัน สาเหตุที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้านอกอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจาก ได้ส่วนลด ร้อยละ 32.5 ความถี่ในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ คือ 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 39.2 มีมูลค่าในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์โดยเฉลี่ยต่อครั้ง จำนวน 1,001 – 5,000 บาท ร้อยละ 44.3 ส่วนใหญ่รับข่าวสารข้อมูลยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์จากโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยู ร้อยละ 70.9 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักไม้ฝาสังเคราะห์ยี่ห้อเมอร์ร่า มากที่สุด ร้อยละ 94.9 และซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ยี่ห้อเมอร์ร่ามากที่สุด ร้อยละ 51.9 สาเหตุที่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ยี่ห้อเมอร์ร่า คือ เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง ร้อยละ 60.8

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ต่อลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ ตารางที่ 96 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจที่มีต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจ	ระยะเวลาในการทำงานเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง			
	ไม่เกิน 4 ปี	4 - 7 ปี	8 - 12 ปี	มากกว่า 12 ปี
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (มาก, 3.61)	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (มาก, 3.57)	-ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน -การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี -ภาวะการแข่งขัน (ปานกลาง, 3.47)	- ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ปานกลาง, 3.44)
ปัจจัยภายในองค์กร	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (มาก, 3.94)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ - โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ปานกลาง, 3.06)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.33)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ - โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ปานกลาง, 3.06)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.78)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 4.00)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.86)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.88)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	- ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (มาก, 3.56)	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 4.13)	- ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง - ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 4.27)	- ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง - ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 3.94)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 97 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจที่มีต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาตั้งเคราะห์ จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจ	จำนวนโครงการที่ได้รับหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี			
	1 – 5 โครงการ	6 – 10 โครงการ	11 – 15 โครงการ	มากกว่า 15 โครงการ
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ปานกลาง, 3.46)	- ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (มาก, 3.68)	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี - ภาวะการแข่งขัน - การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม (มาก, 3.50)	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ปานกลาง, 4.00)
ปัจจัยภายในองค์กร	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.27)	- โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ปานกลาง, 3.37)	- โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ปานกลาง, 3.40)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (มาก, 3.67)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.86)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 4.16)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.60)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.83)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 3.97)	- ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (มาก, 4.26)	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 3.60)	- ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ (มาก, 4.00)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 98 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกๆของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจที่มีต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจ	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ			
	ไม่เกิน 500,000 บาท	500,001 - 1,000,000 บาท	1,000,001 - 5,000,000 บาท	5,000,001 บาท ขึ้นไป
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ปานกลาง, 3.41)	- ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (ปานกลาง, 3.43)	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ปานกลาง, 3.41)	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (มาก, 3.84)
ปัจจัยภายในองค์กร	- โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ปานกลาง, 3.17)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.23)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.22)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (มาก, 3.74)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 4.06)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 4.24)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.55)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.79)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 3.94)	- ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (มากที่สุด, 4.52)	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 3.77)	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 3.68)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 99 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกๆของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจที่มีต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจ	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน			
	งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย	งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์	งานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์	งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการค้าพาณิชย์
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (มาก, 3.59)	-ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน -การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม (มาก, 3.57)	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ปานกลาง, 3.39)	-การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี -การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม -ภาวะการแข่งขัน -การตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม / สิ่งแวดล้อม -สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (มาก, 3.50)
ปัจจัยภายในองค์กร	- โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ปานกลาง, 3.46)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.36)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.06)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.33)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.80)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 4.07)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 4.00)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.83)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	- ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง (มาก, 3.82)	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 4.21)	-ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง -ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 4.22)	-ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง -ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 3.67)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 100 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกของของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจที่มีต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจ	ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด	
	ไม้ฝา	ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภทอื่น ๆ
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (มาก, 3.51)	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (ปานกลาง, 3.48)
ปัจจัยภายในองค์กร	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.28)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.40)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.83)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 4.04)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	- ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง - ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 3.93)	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 4.04)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 101 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าธุรกิจที่มีต่อการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตาม
 ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า ธุรกิจ	ยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด		
	เมอร์ธา	ซ้าง	คอนวูด
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม	- การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี (มาก, 3.59)	- ภาวะการแข่งขัน (มาก, 3.55)	- ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน (มาก, 3.63)
ปัจจัยภายในองค์กร	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (ปานกลาง, 3.24)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ - โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ (ปานกลาง, 3.31)	- วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ (มาก, 3.50)
ปัจจัยระหว่างบุคคล	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/ เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.90)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/ เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 3.77)	- อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของ บ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) (มาก, 4.06)
ปัจจัยเฉพาะบุคคล	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและ การศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 4.00)	- ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและ การศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 3.64)	- ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง - ความรู้ ความชำนาญทางการก่อสร้างและ การศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา (มาก, 4.31)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ที่มีต่อลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ

ตารางที่ 102 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรก ของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามระยะเวลาในการทำงานเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระยะเวลาในการทำงานเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง			
	ไม่เกิน 4 ปี	4 - 7 ปี	8 - 12 ปี	มากกว่า 12 ปี
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	- สินค้ามีหลายขนาด - สินค้ามีหลายรูปแบบ (มาก, 4.00)	- ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.47)	- ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ - มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (มาก, 4.33)	- ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.13)
ปัจจัยด้านราคา	- การให้ส่วนลด - การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (มาก, 4.44)	- การให้ส่วนลด (มากที่สุด, 4.67)	- การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ - การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (มากที่สุด, 4.53)	- การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (มาก, 4.38)
ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางจัดจำหน่าย	- สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (มาก, 4.33)	- มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (มาก, 4.47)	- จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (มาก, 4.40)	- มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (มาก, 4.13)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	- การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (มาก, 4.17)	- การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม - ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (มาก, 4.20)	- ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (มาก, 4.20)	- ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน - พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (มาก, 3.94)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 103 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามจำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	จำนวนโครงการที่ได้รับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี			
	1 – 5 โครงการ	6 – 10 โครงการ	11 – 15 โครงการ	มากกว่า 15 โครงการ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	- ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.29)	- ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.47)	- ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (มาก, 3.90)	- ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งาน (มาก, 4.50)
ปัจจัยด้านราคา	- การให้ส่วนลด (มากที่สุด, 4.57)	- การให้ส่วนลด (มากที่สุด, 4.73)	- การให้ส่วนลด - การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ - การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (มาก, 4.30)	- การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (มาก, 4.50)
ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	- สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (มาก, 4.25)	- บริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน - จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา - สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (มาก, 4.32)	- สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ - มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (มาก, 4.30)	- จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (มาก, 4.67)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	- การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (มาก, 4.16)	- ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (มาก, 4.21)	- ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน - พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี - มีพนักงานให้บริการอย่างเพียงพอ - ภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน (มาก, 4.00)	- มีแคตตาล็อกให้เลือกซื้อสินค้า (มาก, 4.16)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 104 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	มูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ			
	ไม่เกิน 500,000 บาท	500,001 - 1,000,000 บาท	1,000,0001 - 5,000,000 บาท	5,000,001 บาท ขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการ และมีมาตรฐานรับรอง (มาก, 4.06)	-ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มากที่สุด, 4.57)	-ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.23)	-สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการ และมีมาตรฐานรับรอง (มาก, 4.21)
ปัจจัยด้านราคา	-การให้ส่วนลด (มาก, 4.47)	-การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึง สถานที่ใช้งานเพิ่ม (มากที่สุด, 4.76)	-การให้ส่วนลด (มาก, 4.50)	- การให้ส่วนลด - การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (มาก, 4.47)
ปัจจัยด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย	-จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (มาก, 4.29)	-มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน -จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา -มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (มาก, 4.24)	-มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ ใช้งาน -สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตาม คำสั่งซื้อ (มาก, 4.27)	-สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตาม คำสั่งซื้อ (มากที่สุด, 4.53)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	-การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (มาก, 4.12)	-ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (มาก, 4.19)	-ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (มาก, 4.00)	-การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (4.32, มาก)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 105 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกๆของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				
	งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย	งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์	งานแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์	งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์	อื่นๆ (ตกแต่งอาคาร)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.32)	-ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มากที่สุด, 4.50)	-มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับคืนหรือเปลี่ยนใหม่ (มาก, 4.22)	-สินค้ามีคุณภาพตามที่ต้องการ และมีมาตรฐานรับรอง -ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มาก, 3.80)	-สินค้ามีหลายขนาด -สินค้ามีหลายรูปแบบ -สินค้ามีสี สัน ลวดลายที่หลากหลาย -ลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งานสินค้า -มีคุณภาพตามที่ต้องการและมีมาตรฐานรับรอง (มาก, 4.00)
ปัจจัยด้านราคา	-การให้ส่วนลด (มากที่สุด, 4.56)	-การให้ส่วนลด (มากที่สุด, 4.57)	-การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (มากที่สุด, 4.56)	-การให้ส่วนลด -การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ -การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (มาก, 4.40)	-การให้ส่วนลด -การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ -การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (มากที่สุด, 5.00)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 105 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				
	งานก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย	งานก่อสร้างอาคารพาณิชย์	งานแก้ไขต่อเติมบ้านอาคารพาณิชย์	งานตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์	อื่นๆ (คนแต่งอาคาร)
ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	-สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (มาก, 4.39)	-มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (มาก, 4.21)	-มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน -จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา (มาก, 4.44)	-บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง -มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน -จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา -สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ -สามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายสินค้าได้สะดวก เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ โทรสารได้สะดวก (มาก, 3.80)	-ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งเหมาะสมหาได้ง่าย -ร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งานสถานที่จอดรถสะดวก -บรรยากาศร้านค้าดี มีความเป็นกันเอง -มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน -จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (มากที่สุด, 5.00)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ตารางที่ 105 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	วัตถุประสงค์ของการนำไม้ฝาสังเคราะห์ไปใช้งาน				
	งนก่อสร้างบ้านพักที่อยู่อาศัย	งนก่อสร้างอาคารพาณิชย์	งนแก้ไขต่อเติมบ้าน/อาคารพาณิชย์	งนตกแต่งบ้าน/สถานที่ให้บริการเพื่อการพาณิชย์	อื่นๆ (ตบแต่งอาคาร)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	-การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (มาก, 4.09)	-ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน -พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (มาก, 4.07)	-การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (มาก, 4.28)	-ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (มาก, 4.00)	-ป้ายโฆษณาหน้าร้าน เช่น ป้ายผ้า ป้ายไว้นิต -การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม -ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน -พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (มากที่สุด, 5.00)

ตารางที่ 106 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกๆของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ฝาสั่งเคราะห์ จำแนกตาม ประเภทของไม้ฝาสั่งเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ประเภทของไม้ฝาสั่งเคราะห์ที่ซื้อมากที่สุด	
	ไม้ฝา	ไม้ฝาสั่งเคราะห์ประเภทอื่น ๆ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	- ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.28)	- ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.16)
ปัจจัยด้านราคา	- การไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม (มาก, 4.52)	- การให้ส่วนลด (มาก, 4.56)
ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	- มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน - จัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา - สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (มาก, 4.28)	- สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (มาก, 4.32)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	- การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (มาก, 4.19)	- ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน - พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถ สื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (มาก, 4.20)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ไม้ฝาสั่งเคราะห์ประเภทอื่นๆ (ได้แก่ ไม้เชิงชาย ไม้ระแนง ไม้บัวพื้น ไม้รั้ว ไม้พื้น)

ตารางที่ 107 แสดงปัจจัยย่อยอันดับแรกๆของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ฟาส์เกราะห้ จำแนกตามยี่ห้อของไม้ฟาส์เกราะห้ที่ซื้อ มากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ยี่ห้อของไม้ฟาส์เกราะห้ที่ซื้อ มากที่สุด		
	เฮอร์รา	ซ้าง	คอนวูด
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	-ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.12)	-ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ (มาก, 4.45)	-ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ -มีการรับประกันสินค้า ร้านค้ายินดีรับ คืนหรือเปลี่ยนใหม่ (มาก, 4.25)
ปัจจัยด้านราคา	-การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ (มาก, 4.48)	-การให้ส่วนลด (มากที่สุด, 4.63)	-การให้ส่วนลด (มากที่สุด, 4.50)
ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการ จัดจำหน่าย	-มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน (มาก, 4.34)	-มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน -สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ -มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ (มาก, 4.18)	-สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ (มาก, 4.38)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	-ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน (มาก, 4.15)	-การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม (มาก, 4.05)	-พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถ สื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี (มาก, 4.19)

หมายเหตุ: (การแปลผล (ระดับ), ค่าเฉลี่ย)

ยี่ห้อเพชร ยี่ห้อต้นไม้ ไม่มีผู้เลือกตอบ

ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่มีขนาดที่หลากหลาย ผลิตภัณฑ์ไม่มีหลายรูปแบบให้เลือก และ ผลิตภัณฑ์ไม่มีสีสันและลวดลายที่หลากหลาย ให้เลือกมากพอกับความต้องการของผู้ซื้อ

ปัญหาด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาไม่มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า ราคาสินค้าไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย และราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ

ปัญหาด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา สินค้าในร้านมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ และสถานที่จอดรถไม่สะดวก บรรยากาศร้านค้าไม่ดี ไม่มีความเป็นกันเอง และไม่มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ผู้ขายไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรท์สน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ และ พนักงานไม่เต็มใจให้บริการ

นอกจากนี้ยังพบปัญหาอื่นๆ ในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ได้แก่ ร้านค้ามีในขั้นตอนในการรับคำสั่งซื้อและจัดส่งสินค้าภายหลังชำระเงินแล้วล่าช้า ได้รับใบเสร็จรับเงินช้า พนักงานจัดของไม่มีความรู้เรื่องสินค้ามากพอ และหากไม้ฝาสังเคราะห์ที่สต็อกในร้านหมดจะเกิดปัญหาทำให้การจัดส่งสินค้าตามคำสั่งซื้อช้ามาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ สามารถใช้ทฤษฎีแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพล 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด การให้

สินเชื่อ/ผ่อนชำระ และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์ ในระดับมาก ได้แก่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา และปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่สอดคล้องกัน คือการให้เครดิต การชำระเงิน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีหลายรูปแบบ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ และมีปริมาณสินค้าเพียงพอกับความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรีย์ ไพโรจน์ธีระรัชต์ (2545) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อในการเลือกซื้อสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างของร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในจังหวัดลำพูน ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างของผู้ซื้อเพื่อนำไปใช้ในธุรกิจของตนพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เฉลี่ยในระดับมาก ทุกปัจจัยย่อย ได้แก่สินค้ามีหลายรูปแบบ หลายยี่ห้อ สินค้ามีคุณภาพ

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อการซื้อ ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านการจัดส่งสินค้าตรงตามเวลา รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการขนส่งสินค้าและกระบวนการสั่งซื้อ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัมพร เครือใหม่ (2547) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างในเทศบาลนครลำปาง ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อการซื้อ ในระดับมาก ปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ ความสะดวกในการเลือกซื้อ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัมพร เครือใหม่ (2547) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยส่วน

ประสมการตลาดด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อการซื้อ ในระดับมาก ปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ความรู้ในตัวสินค้าของพนักงาน และความเพียงพอของพนักงานให้บริการ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุรีย์ ไพโรจน์ธีระรัชต์ (2545) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อในการเลือกซื้อสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้างของร้านซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ทในจังหวัดลำพูน ที่พบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญต่อพนักงานของผู้ผลิต และผู้จำหน่ายมีความรู้ประสบการณ์และความสามารถสูง

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ ที่มีต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ มากที่สุด คือ ปัจจัยเฉพาะบุคคล รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยสภาพแวดล้อม และปัจจัยภายในองค์กร ตามลำดับ

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพล 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี รองลงมา คือ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และภาวะการแข่งขัน ตามผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าส่งในการซื้อปูนซีเมนต์สูงในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความต้องการซื้อปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าส่ง รองลงมา ความต้องการซื้อปูนซีเมนต์สูงของผู้ค้าปลีกรายย่อย และภาวะการแข่งขันของผู้ผลิตและจำหน่ายปูนซีเมนต์สูง

ปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพล 3 อันดับแรก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ โครงสร้างและการจัดการภายในกิจการ และขั้นตอน/ระบบการจัดซื้อภายในกิจการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่พบว่าปัจจัยภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ 3 ระดับ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของสถานประกอบการ รองลงมา ได้แก่ นโยบายการจัดซื้อของสถานประกอบการ และกระบวนการ ขั้นตอนและระบบการจัดซื้อที่สะดวก รวดเร็ว

ปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพล 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า(เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) รองลงมาคือความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า และการชักชวนของผู้ขายสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่พบว่าปัจจัย

ระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อ เฉพาะในระดับมาก เช่นเดียวกัน แต่ในระดับปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ มีประเด็นที่แตกต่างกันทั้ง 3 อันดับแรก ได้แก่ ความนิยมในตราสินค้าของปูนซีเมนต์ของผู้ค้าส่ง รองลงมา ได้แก่ สถานะของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าส่งกับผู้แทนขาย และการอำนวยความสะดวกของผู้ค้าส่งและผู้แทนขาย

ปัจจัยเฉพาะบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพล 3 อันดับแรก ได้แก่ ความรู้ความชำนาญทางด้านการก่อสร้างและการศึกษาที่ได้เล่าเรียนมา รองลงมา ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง และความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อผู้ขาย เช่น บุคลิกลักษณะ ความรู้ ความชำนาญ การบริการ ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วสันต์ ลิขิตเสถียร (2546) ที่พบว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อ เฉพาะในระดับมาก เช่นเดียวกัน แต่ในระดับปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ มีประเด็นที่แตกต่างกันทั้ง 3 อันดับแรก ได้แก่ ทักษะของกิจการที่มีต่อผู้แทนขาย รองลงมา ได้แก่ ทักษะของกิจการต่อความเสี่ยงในการลงทุน และทักษะของกิจการที่มีต่อตราสินค้า

ในส่วนของปัญหาที่พบในการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ อันดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์ขาดความหลากหลายของขนาด รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ขาดความหลากหลายของรูปแบบ และผลิตภัณฑ์ขาดความหลากหลายของสี สันต์ ลวดลาย ที่เพียงพอกับความต้องการของตลาด เนื่องจากยังไม่มีผู้ศึกษาพบปัญหาในเรื่องดังกล่าว จึงไม่สามารถอภิปรายผลได้

ปัญหาด้านราคา 3 อันดับแรก คือไม่มีการแจ้งการปรับเปลี่ยนราคาล่วงหน้า รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้าไม่คงที่ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย และราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัมพร เครือใหม่ (2547) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างในเทศบาลนครลำปาง พบว่า ปัญหาด้านราคา ปัญหาที่พบมากที่สุด ได้แก่ ราคาไม่คงที่ ราคาไม่มีความเหมาะสม และการต่อราคาไม่ได้

ปัญหาด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับแรก คือ การจัดส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลา รองลงมา ได้แก่ สินค้าในร้านมีปริมาณที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ และสถานที่จัดจรรจไม่สะดวกและบรรยากาศร้านค้าไม่ดี ไม่มีความเป็นกันเอง และไม่มีการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัมพร เครือใหม่ (2547) พบว่า ปัญหาด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่พบมากที่สุด ได้แก่ การจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ ไม่ได้รับความ

สะดวกรวดเร็วในการให้บริการและจัดส่งสินค้า สถานที่จอดรถไม่สะดวก และบรรยากาศในร้านไม่ดี

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบ อันดับแรก คือไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม รongลงมา ได้แก่ ผู้ขายไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทททัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ และพนักงานไม่เต็มใจให้บริการซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัมพร เกรือใหม่ (2547) ที่พบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ไม่มีการลด แลก แจก แถม ไม่มีเงื่อนไขพิเศษสำหรับสมาชิก/ลูกค้าเก่าแก่

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในอำเภอสันทรายจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 79 ราย มีข้อค้นพบหลัก คือผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้านอกอำเภอสันทราย เนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ให้ความสำคัญแก่ปัจจัยด้านสถานที่เป็นอันดับแรก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญแก่การให้ส่วนลด การบริการจัดส่งถึงที่ใช้งาน มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ และมีวัสดุก่อสร้างประเภทอื่นจำหน่ายในร้านค้าด้วย ทั้งนี้ในการซื้อวัสดุก่อสร้างแต่ละครั้ง ไม่ได้ซื้อเฉพาะไม้ฝาสังเคราะห์เพียงอย่างเดียว

จากข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าธุรกิจ จำแนกตามลักษณะทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยย่อยของปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ ในระดับมาก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ในขณะที่ปัจจัยย่อยข้ออื่นๆ มีอิทธิพลในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องจากไม้ฝาสังเคราะห์เป็นนวัตกรรมใหม่ที่ถูกคิดค้นขึ้นมาทดแทนไม้ตามธรรมชาติ ความสวยงามเหมือนไม้ อีกทั้งด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้ไม้ฝาสังเคราะห์มีคุณสมบัติด้านอื่นๆ เหนือกว่าไม้ธรรมชาติ เช่น ความแข็งแรงทนทาน มีอายุการใช้งานยาวนาน ไม่มีปัญหาเรื่องปลวก ฯลฯ จึงทำให้เป็นที่นิยมของเจ้าของบ้าน และผู้รับเหมาก่อสร้างได้นำไม้ฝาสังเคราะห์มาใช้ในการก่อสร้างมากขึ้น

2. ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ในระดับมาก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ภาวะการแข่งขัน และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้อาจเนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ไม่เกิน 4 ปี ยังอยู่ในช่วงของการ

เริ่มต้นธุรกิจ จึงมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยสิ่งแวดล้อมดังกล่าว ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้

3. ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ไม่เกิน 4 ปี เห็นว่าปัจจัยย่อยภายในองค์กรทุกข้อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง ไม่เกิน 4 ปี มีความเคร่งครัดต่อปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และความอยู่รอดธุรกิจรับเหมา ที่ต้องบริหารงานให้มีต้นทุนที่ต่ำที่สุด และได้ผลงานดีที่สุด

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เห็นว่าปัจจัยย่อยระหว่างบุคคล ในข้อความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายสินค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ในระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการก่อสร้างอื่นๆ เห็นว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการทำงานเกี่ยวข้องกับการซื้อหรือใช้วัสดุก่อสร้าง 4 – 7 ปี เป็นผู้ที่ดำเนินกิจการรับเหมาก่อสร้างมาเป็นระยะเวลานานพอสมควร ซึ่งพอจะทราบข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าแต่ละร้าน และเริ่มมีความสนิทสนมกับผู้จำหน่ายสินค้าอย่างแน่นแฟ้น ซึ่งจะทำให้ทราบว่าหากซื้อสินค้าจากร้านค้าใดจะมีส่วนลดหรือได้รับบริการเสริมด้านอื่นๆ

5. ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีจำนวน โครงการรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 15 โครงการ และมีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 5,000,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยของปัจจัยสิ่งแวดล้อม ที่มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ภาวะการแข่งขัน และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม/สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ที่มีจำนวนโครงการรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปีสูง จำเป็นต้องซื้อสินค้าบ่อย และจำนวนมาก ประกอบกับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างมีลักษณะการแข่งขันกันสูง ดังนั้นการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจึงมีความสำคัญ ต้องคำนึงถึงปัจจัยย่อยในด้านต่างๆ มากกว่าผู้รับเหมาที่มีโครงการน้อยกว่า

6. ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีจำนวน โครงการรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปี มากกว่า 15 โครงการ และมีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 5,000,001 บาท ขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยของปัจจัยภายในองค์กร มีอิทธิพลในระดับมาก ได้แก่ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้รับเหมาที่มีจำนวนโครงการมาก จะดำเนินงานในรูปแบบการจดทะเบียนแบบบริษัทจำกัด ซึ่งจะมีความชัดเจนด้านนโยบาย และวัตถุประสงค์ ในการดำเนินงาน ที่มีผลกระทบต่อขั้นตอนการจัดซื้อและการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง

7. ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีมูลค่างานรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยแต่ละโครงการ 500,001 – 1,000,000 บาท เห็นว่าปัจจัยเฉพาะบุคคล มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อย ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง ทั้งนี้เนื่องจาก อำนาจในการตัดสินใจซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ส่วนใหญ่ จะขึ้นอยู่กับ เจ้าของกิจการหรือกรรมการผู้จัดการ ดังนั้น ประสิทธิภาพในการทำงานเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง จึงมีความจำเป็นในการบริหารงานรับเหมาก่อสร้างขนาดกลาง

8. ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยย่อยในข้ออำนาจการตัดสินใจซื้อของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ในระดับมาก เมื่อจำแนกตามลักษณะทางธุรกิจของสถานประกอบการในทุกด้าน ทั้งนี้เนื่องจาก การดำเนินงานของผู้รับเหมาก่อสร้าง จะขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของลูกค้า ซึ่งเป็นเจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร ที่เป็นผู้บริโภคลำดับสุดท้าย เป็นสำคัญ

จากข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ พบว่า

1. ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีหลายรูปแบบ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ ทั้งนี้เนื่องจาก ในปัจจุบันไม้ฝาสังเคราะห์ยังไม่มีรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งหากไม้ฝาสังเคราะห์มีหลายรูปแบบจะทำให้ผู้รับเหมามีทางเลือกในการเลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์มากขึ้น และการที่ยี่ห้อของสินค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาก เนื่องจากการตัดสินใจเลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ของผู้รับเหมา จะขึ้นอยู่กับเจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรรเป็นหลัก ซึ่งบุคคลเหล่านี้ย่อมต้องการใช้ไม้ฝ้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และสินค้าในร้านต้องมีเพียงพอต่อความต้องการเพราะหากสินค้าไม่ครบการสั่งซื้อจะมีความล่าช้าทำให้การดำเนินงานรับเหมาก่อสร้างล่าช้าไปด้วย

2. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ มากกว่าปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านอื่นๆ และพบว่า ผู้รับเหมาที่จดทะเบียนกิจการตั้งอยู่ในอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าวัสดุ ก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างนอกอำเภอสนทราย มากกว่าร้านค้าวัสดุ ก่อสร้างในอำเภอสนทราย และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยย่อยในข้อร้านค้าอยู่ใกล้สถานที่ใช้งาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ในระดับปานกลาง จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า สถานที่ในการจัดจำหน่ายไม่จำเป็นต้องอยู่ใกล้กับสถานที่ใช้งาน แต่สิ่งที่จะทำให้ผู้รับเหมาตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์มากที่สุด คือ การได้ส่วนลด ทั้งนี้เนื่องจาก การซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ได้ในราคาที่ถูกลง จะช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานรับเหมาก่อสร้างและทำให้กำไรในการ

ดำเนินงานเพิ่มขึ้น ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลรองลงมาจากการให้ส่วนลด คือ การให้สินเชื่อ/ การผ่อนชำระ และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม ซึ่งการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระมีอิทธิพลในระดับมาก เนื่องจากการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ จะทำให้ธุรกิจรับเหมาก่อสร้างมีสภาพคล่อง มีเงินหมุนเวียนเพียงพอ และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่มจะทำให้ผู้รับเหมาก่อสร้างลดต้นทุนในการขนส่งสินค้าเองลง

3. ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน และจัดส่งสินค้าได้ตรงตามเวลา ทั้งนี้อาจเนื่องจากการส่งสินค้าครบและตรงตามใบสั่งซื้อจะทำให้การดำเนินงานรับเหมาก่อสร้างเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่หยุดชะงัก เสร็จทันตามกำหนด และการที่ผู้รับเหมาส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าจากร้านค้านอกอำเภอสันทราย และซื้อสินค้าแต่ละครั้งในปริมาณมากเพราะการซื้อในปริมาณมากจะทำให้ผู้รับเหมามีโอกาสจะได้รับส่วนลดมาก การมีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ใช้งานจึงมีความสำคัญกับการขายสินค้าประเภทวัสดุก่อสร้าง

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี ซึ่งการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม จะสัมพันธ์กับปัจจัยด้านราคา ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์เป็นอันดับแรก การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม จะเป็นช่องทางที่จะทำให้ผู้รับเหมาก่อสร้างได้ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ในราคาถูก การที่พนักงานมีความเต็มใจให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในอันดับต่อมา ทั้งนี้อาจเนื่องจากการที่พนักงานเต็มใจให้บริการ จะทำให้ขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว และทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรู้สึกเป็นกันเอง ส่วนการที่พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี จะช่วยทำให้ผู้รับเหมาก่อสร้างและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลไม้ฝาสังเคราะห์ตามที่ต้องการได้ และได้สินค้าตรงกับจุดประสงค์ในการนำไปใช้งาน

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวน โครงการรับเหมาก่อสร้างเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 15 โครงการ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยด้านลักษณะของสินค้าเหมาะสมกับการนำไปใช้งานที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้รับเหมาที่มีจำนวนโครงการรับเหมาก่อสร้างต่อปีจำนวนมาก จะมีการรับเหมางานหลายประเภท ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้ไม้ฝาสังเคราะห์ที่มีลักษณะเหมาะสมกับการนำไปใช้งานที่มีความแตกต่างกันออกไป

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ใน อำเภอสันทรายจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตและประกอบกิจการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อดังนี้

1. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ภาวะการแข่งขัน ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเป็นปัจจัยย่อยปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ในระดับมาก

ผู้ผลิตไม้ฝาสังเคราะห์จึงควรมีการปรับปรุงวิธีการผลิต ส่วนผสม วัตถุดิบในการผลิตไม้ฝาสังเคราะห์ให้มีความทันสมัย ทนทาน และปลอดภัยในการใช้งาน และผู้ผลิตไม้ฝาสังเคราะห์ควรหาวิธีการประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นเจ้าของบ้าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์อย่างแท้จริง ได้ทราบถึงการพัฒนาเทคโนโลยี และคุณสมบัติของไม้ฝาสังเคราะห์ และจัดทำป้าย ป้ายไว้นิต ฯลฯ ที่สื่อถึงการพัฒนาเทคโนโลยีไม้ฝาสังเคราะห์แจกจ่ายแก่ร้านค้าที่รับไม้ฝาสังเคราะห์ไปจำหน่ายเพื่อนำไปติดประชาสัมพันธ์หน้าร้าน

สำหรับร้านค้าที่นำไม้ฝาสังเคราะห์มาจำหน่ายควรมีการติดตั้งป้ายให้ผู้รับเหมา/เจ้าของบ้านทราบว่าภายในร้านมีไม้ฝาสังเคราะห์ยี่ห้อ ประเภทใดบ้าง ให้เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้ผู้รับเหมาทราบถึงสถานที่ที่จำหน่ายไม้ฝาสังเคราะห์ที่มีเทคโนโลยี มีความทันสมัย

2. ปัจจัยระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร) ความสนิทสนมกันระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย และการชักชวนของผู้ขายสินค้า และพบว่า อำนาจการตัดสินใจของลูกค้า (เจ้าของบ้าน/เจ้าของกิจการบ้านจัดสรร) ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์มีอิทธิพลในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ เมื่อจำแนกลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการในทุกด้าน ทั้งนี้เนื่องจาก การดำเนินงานของผู้รับเหมาก่อสร้าง จะขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของลูกค้า ซึ่งเป็นเจ้าของบ้าน/เจ้าของโครงการบ้านจัดสรร ที่เป็นผู้บริโภคลำดับสุดท้าย เป็นสำคัญ

ผู้ผลิตไม้ฝาสังเคราะห์ควรให้ความสำคัญแก่เจ้าของบ้านซึ่งเป็นผู้ผลิตลำดับสุดท้ายเป็นหลัก โดยทำการสำรวจ วิจัย ความต้องการในการใช้ไม้ฝาสังเคราะห์ของเจ้าของบ้าน ผลิตสินค้าที่

ตรงกับความต้องการของเจ้าของบ้าน และทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลของไม้ฝาสังเคราะห์ โดยเจาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นเจ้าของบ้านโดยตรง

สำหรับร้านค้าที่นำไม้ฝาสังเคราะห์มาจำหน่ายควรหาข้อมูลว่า เจ้าของบ้านหรือเจ้าของโครงการบ้านจัดสรรมีความนิยมใช้ไม้ฝาสังเคราะห์ประเภท ยี่ห้อใดบ้าง เพื่อที่จะได้นำมาจำหน่ายในร้านค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่าไม้ฝาสังเคราะห์ที่ผู้รับเหมาก่อสร้างซื้อมีอยู่ 3 ตราห้อยคือ เฌอรา ช้าง และ คอนวูด และสีที่ซื้อมากที่สุดคือ ไม่มีสี (สีซีเมนต์) ดังนั้นร้านค้าที่นำไม้ฝาสังเคราะห์มาจำหน่ายควรนำไม้ฝาสังเคราะห์ 3 ยี่ห้อนี้มาจำหน่ายเป็นหลัก

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ โดยรวมในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพล 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้ามีหลายรูปแบบ ยี่ห้อมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ

ผู้ผลิตไม้ฝาสังเคราะห์จึงควรออกแบบผลิตภัณฑ์ไม้ฝาสังเคราะห์ให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อที่ผู้รับเหมาก่อสร้างจะได้มีทางเลือกสำหรับการเลือกซื้อไม้ฝาสังเคราะห์เพิ่ม ซึ่งการพัฒนาแบบให้หลากหลายกว่าเดิมนี้จำเป็นต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วนเนื่องจากปัญหาลินค้าไม่มีหลายรูปแบบเป็นปัญหาที่พบในระดับมาก นอกจากนี้ผู้ผลิตควรพัฒนายี่ห้อสินค้าของตนเองให้เป็นที่ได้รับความนิยม ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ ให้คนรู้จักมากขึ้น และมีการประทับตรารับรองมาตรฐานสินค้าบนตัวผลิตภัณฑ์ให้ผู้ซื้อทราบว่าไม้ฝาสังเคราะห์ที่เลือกซื้อได้มาตรฐานและยอมรับสินค้ามากขึ้น รวมทั้งควรมีการขยายสินเชื่อ/การผ่อนชำระเงินให้แก่ร้านค้าที่รับไม้ฝาสังเคราะห์ไปจำหน่าย เพื่อให้ร้านค้าที่รับไม้ฝาสังเคราะห์ไปจำหน่ายสามารถซื้อไม้ฝาสังเคราะห์ไปไว้ในสต็อกได้มากขึ้นเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

ทางด้านร้านค้าผู้นำไม้ฝาสังเคราะห์มาจำหน่าย ควรนำไม้ฝาสังเคราะห์หลายรูปแบบหลายขนาด มาจำหน่าย ดัดป้ายยี่ห้อของไม้ฝาสังเคราะห์ที่นำมาจำหน่ายให้ผู้รับเหมา/เจ้าของบ้านเห็นอย่างชัดเจน และเก็บสต็อกสินค้าไว้มากพอควร เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการส่งของล่าช้าเนื่องจากสินค้าภายในร้านมีไม่เพียงพอ และแต่หากร้านค้ามีข้อจำกัดในการซื้อสินค้าไม่สามารถซื้อสินค้ามาเก็บไว้เป็นจำนวนมาก ก็ควรเลือกไม้ฝาสังเคราะห์ยี่ห้อเฌอราและเน้นแบบไม่มีสี (สีซีเมนต์) มากจำหน่าย

4. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการซื้อวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์ ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ การให้ส่วนลด การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ และการไม่คิดค่าบริการขนส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานเพิ่ม จากการศึกษายังพบว่าปัญหาด้านราคา เป็นปัญหาในระดับมาก อันดับแรกของปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้งหมด ผู้ผลิตและร้านค้าที่นำไม้ฝาสังเคราะห์มาจำหน่ายต้องรีบแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยเร็ว

ผู้ผลิตไม้ฝาสังเคราะห์ควรหาวิธีการลดต้นทุนการผลิตสินค้า แต่ให้สินค้ามีคุณภาพดังเดิม โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อให้ไม้ฝาสังเคราะห์มีราคาลดลง ทำให้ร้านค้าที่ซื้อที่ไม้ฝาสังเคราะห์ไปจำหน่ายสามารถขายสินค้าให้แก่ผู้รับเหมาก่อสร้างได้ในราคาที่ถูกลงกว่าเดิม

ทางด้านร้านค้าผู้นำไม้ฝาสังเคราะห์มาจำหน่ายควรมีการให้ส่วนลดแก่ผู้รับเหมาก่อสร้างที่ซื้อไม้ฝาสังเคราะห์เป็นจำนวนมาก หรือเป็นลูกค้าเก่าแก่ที่ซื้อขายกันมานาน และมีการให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระแก่ผู้รับเหมาก่อสร้างเพื่อให้ผู้รับเหมาก่อสร้างมีสภาพคล่อง มีเงินหมุนเวียนเพียงพอในการดำเนินงาน และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน โดยไม่คิดค่าขนส่งเพิ่ม

5. ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพล 3 อันดับแรก ได้แก่ สินค้าที่จัดส่งครบและตรงตามคำสั่งซื้อ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน จัดส่งสินค้าตรงตามเวลา และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าจึงควรมีการจัดระบบการจัดส่งสินค้าที่ดี มีความรวดเร็วในการส่งสินค้าและละเอียดรอบคอบในการจัดส่งสินค้า มีจำนวน รูปแบบ ขนาด ประเภทของไม้ฝาสังเคราะห์ในร้านหลากหลายและมากพอสมควร และหากไม้ฝาสังเคราะห์รูปแบบ ขนาด หรือประเภทใดใกล้หมดหรือหมดควรรีบสั่งซื้อจากผู้ผลิตไม้ฝาสังเคราะห์ เพื่อจะได้มีสินค้าที่ตรงและเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้สามารถส่งสินค้าได้ครบและตรงตามใบสั่งซื้อ

6. จากการที่ผู้รับเหมาที่จดทะเบียนกิจการตั้งอยู่ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างประเภทไม้ฝาสังเคราะห์จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างนอกอำเภอสันทรายมากกว่าร้านค้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอสันทราย และผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยย่อยด้านสถานที่ในข้อสถานที่อยู่ใกล้ที่ใช้งาน มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าสถานที่ในการจัดจำหน่ายไม่จำเป็นต้องอยู่ใกล้กับสถานที่ใช้งาน ดังนั้นร้านค้าที่จำหน่ายไม้ฝาสังเคราะห์ กลุ่มร้านค้าทุนขนาดใหญ่จึงไม่จำเป็นต้องมีการขยายสาขาเพิ่ม ไปยังพื้นที่ที่มีอัตราการก่อสร้างเป็นจำนวนมาก แต่ควรเน้นการลดราคาสินค้า การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระ และการบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งานแทน

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาสังเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพล 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ความเต็มใจให้บริการของพนักงาน และพนักงานมีความรู้ในตัวสินค้าสามารถสื่อสาร/อธิบายเกี่ยวกับสินค้าได้ดี นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่พบมากที่สุด คือ ร้านค้าไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

ผู้ผลิตไม้ฝาสังเคราะห์ควรมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ในโอกาสที่เหมาะสมโดยเข้าไปจัดกิจกรรมให้แก่ร้านค้าและดึงกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้างเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ให้สิทธิพิเศษแก่ผู้รับเหมา และทำให้ร้านค้าผู้ซื้อ

สินค้าไปจำหน่ายเห็นว่าบริษัทผู้ผลิตให้ความสำคัญและเอาใจใส่แก่ร้านค้า ส่วนผู้ผลิตไม้ฝาสังเคราะห์ที่ยี่ห้อที่ยังไม่ได้รับความนิยม ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์หรือวิทยุให้มากขึ้น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ เป็นช่องทางที่ทำให้ผู้ซื้อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับยี่ห้อไม้ฝาสังเคราะห์ได้ดีที่สุด

สำหรับร้านค้าผู้นำไม้ฝาสังเคราะห์มาจำหน่าย ควรเพิ่มการส่งเสริมการขาย โดยการจัดทำโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่อำเภอสันทราย ให้เกิดความสนใจในการเข้ามาติดต่อสั่งซื้อสินค้า ประกอบกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์หรือวิทยุท้องถิ่น ใบปลิว และอบรมพนักงานขายสินค้าให้มีความเต็มใจที่จะบริการลูกค้า และให้ความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับไม้ฝาสังเคราะห์แก่พนักงานให้เพียงพอที่จะสามารถอธิบาย/สื่อสารข้อมูลของ ไม้ฝาสังเคราะห์ได้

ข้อจำกัดในการศึกษา

ผู้ศึกษาจะทำการเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด ตามรายชื่อสถานประกอบการที่จดทะเบียนการค้า ตามกฎหมายเพื่อวัตถุประสงค์สำหรับงานรับเหมาก่อสร้าง ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 84 ราย โดยการแจกแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ณ สถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งในการศึกษานี้สามารถเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามได้ 79 ราย คิดเป็น ร้อยละ 94.05 เนื่องจากสถานประกอบการ 5 ราย ได้เลิกประกอบกิจการแล้ว