

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจซื้อวัสดุก่อสร้างร้านค้าปลีกใน ท้องถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี
ชื่อ-สกุล นักศึกษา	ยุทธนา อุตราช
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุทัยรัตน์ เมืองแสน
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ดร.ชนกร กิจสาระภักดิ์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2567

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดของร้านค้าวัสดุก่อสร้าง และกลยุทธการแข่งขัน (2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการซื้อวัสดุก่อสร้างในร้านค้าปลีก (3) เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในการปรับตัวของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิม กรอบแนวคิด ตัวแปรต้น (1) ข้อมูลลักษณะของผู้บริโภค 1. เพศ 2. อายุ 3. สถานภาพ 4. อาชีพ 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง เช่น 1. ร้านค้าที่เคยใช้บริการ 2. วัสดุประสงค์ 3. เหตุผลการซื้อ 4. สินค้าที่เลือกซื้อ 5. ความถี่ในการซื้อ 6. วิธีการชำระเงิน (3) ทักษะของผู้บริโภค 1. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ 2. ด้านราคา 3. ด้านสถานที่ 4. ด้านการส่งเสริมการขาย สมมติฐาน (1) ประชากรในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่แตกต่างกัน (2) ประชากรในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี มีความพึงพอใจต่อร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่และแบบดั้งเดิมที่แตกต่างกัน เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่าง คือ ร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิม และร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ภายในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีอำเภอทั้งหมด 13 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองกาญจนบุรี อำเภอทองผาภูมิ อำเภอท่าม่วง อำเภอท่ามะกา อำเภอไทรโยค อำเภอบ่อพลอย อำเภอพนมทวน อำเภอเลาขวัญ อำเภอศรีสวัสดิ์ อำเภอสังขละบุรี อำเภอด่านมะขามเตี้ย อำเภอหนองปรือ และอำเภอห้วยกระเจา มีร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างทั้งที่จดทะเบียนในรูปแบบห้างหุ้นส่วน และบริษัทจำกัด การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean:  $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า (1) ร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบสมัยใหม่ได้เปรียบในด้านเงินทุน ระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ความหลากหลายของสินค้า การทำการตลาดส่งเสริมการขาย ที่สามารถทำได้มากกว่าร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิม (2) ร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิมมีจุดแข็งในด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่ง

ส่วนใหญ่ร้านจะตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ผู้คนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงสามารถเข้าถึงได้ ทำให้สะดวกต่อการเดินทาง ได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีฐานลูกค้าประจำ และเกิดการบอกต่อของลูกค้าประจำในการขยายฐานลูกค้าออกไปในพื้นที่ใกล้เคียง (3) ร้านค้าแบบดั้งเดิมเป็นร้านที่มีขนาดเล็ก มีข้อจำกัดด้านเงินลงทุน จึงไม่มีการทำการตลาดส่งเสริมการขาย ถ้าเป็นร้านที่รุ่นพ่อแม่ดูแลอยู่จะขาดการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำการตลาด ซึ่งเป็นข้อเสียเปรียบเนื่องจากในปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเข้าถึงลูกค้า (4) ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ได้เปรียบเรื่องทำเลที่ตั้งติดถนนใหญ่เดินทางสะดวกไม่แออัด เช่น โฮมโปร บุญถาวร ไม้วัสดุ และเมกาโฮม เป็นต้น ทำให้เข้าถึงได้

ดังนั้นร้านค้าแบบสมัยใหม่มีการบริหารจัดการที่ดีกว่าร้านค้าแบบดั้งเดิม สร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าร้านค้าแบบดั้งเดิม ทำให้ผู้ซื้อได้รับความสะดวกสบายมากกว่า นอกจากนี้ถ้าพิจารณารายละเอียดของผู้ซื้อในระดับช่วงรายได้ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง จะพบว่าช่วงรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อร้านค้าแบบสมัยใหม่และร้านค้าแบบดั้งเดิมที่แตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า คนที่มีรายได้สูงอาจจะมีความคาดหวังที่สูง ดังนั้นร้านค้าแบบสมัยใหม่อาจจะตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้ได้มากกว่า ส่วนกลุ่มคนที่มียาได้น้อยถึงปานกลาง อาจจะได้รับความสะดวกจากร้านค้าแบบดั้งเดิมมากกว่า โดยร้านค้าแบบสมัยใหม่และร้านค้าแบบดั้งเดิมต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับลูกค้าแต่ละช่วงรายได้ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจซื้อที่มากขึ้น

**คำสำคัญ :** ปัจจัยที่มีผล, ความพึงพอใจซื้อวัสดุก่อสร้าง, ท้องถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี