



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าย ในอำเภอ บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าย ร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างใน อำเภอบางปะอินจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าย ในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ลูกค้ายของร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในเขตอำเภอ บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 246 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t -test) ค่าเอฟ (F -test) และ แอลเอสดี (LSD) วิเคราะห์ สรุปผล ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ลูกค้ายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 72.4 อายุ 26 - 40 ปี มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 ระดับการศึกษาปวส./อนุปริญญา มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 อาชีพผู้รับเหมา/ช่าง มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทมีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 สถานภาพสมรสมีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ส่วน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้ายจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ลูกค้ายที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า
 - 3.1 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้ายที่มีเพศชายมากกว่าลูกค้ายที่มีเพศหญิง และลูกค้ายที่มีอาชีพสถาปนิก / วิศวกร มากกว่า ลูกค้ายที่มีอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ .05



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

60

3.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้า ที่มีอาชีพสถาปนิก / วิศวกร มากกว่า ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ และอาชีพรับเหมา/ช่าง อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้า ในอำเภอ บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง โดยภาพรวมในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ ชาญชัย ลีวนิชย์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านค้า ได้แก่ปัจจัยทางด้านราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านบุคคล ตามลำดับ

1.2 ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างด้านราคา โดยภาพรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ โอฬาร ฐปะเดมิย์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้านำหน้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

1.3 ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ โอฬาร ฐปะเดมิย์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้านำหน้าวัสดุก่อสร้างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

1.4 ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ สมพงษ์ จันทรส์อง (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่เลือกซื้อและการตัดสินใจของลูกค้า ที่มีต่อร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

61

ในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าเลือกซื้อจากร้านพินิจการช่าง ระดับการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับการตัดสินใจในระดับปานกลาง

1.5 ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างด้านบุคลากร โดยภาพรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ สุรีย์ ไพโรจน์ธีระรัชตะ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อในการเลือกซื้อ สินค้าวัสดุก่อสร้างซิเมนต์ไทย โฮมมาร์ทในจังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก

1.6 ลูกค้ามีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างด้านกระบวนการ โดยภาพรวมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ สุรีย์ ไพโรจน์ธีระรัชตะ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อในการเลือกซื้อ สินค้าวัสดุก่อสร้างซิเมนต์ไทย โฮมมาร์ทในจังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก

2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

2.1 ลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง โดยรวมไม่แตกต่างกัน ดังนี้

2.1.1 ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมไม่แตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ซึ่งอาจเป็นเพราะลูกค้าทั้งเพศชายและเพศหญิงล้วนต้องการวัสดุก่อสร้างที่ดีเหมือนกัน จึงทำให้มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สมพงษ์ จันทร์ส่อง (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่เลือกซื้อและการตัดสินใจของลูกค้า ที่มีต่อร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มีความแตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพการสมรส มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าเพศชาย มากกว่าเพศหญิง ซึ่งมาจากลูกค้าเพศชายให้ความใส่ใจเรื่องวัสดุก่อสร้างมากกว่าเพศ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

62

หญิง ตลอดจนโดยเฉพาะเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง ด้านกระบวนการ ต่างๆในการขายสินค้า การต้อนรับ การแนะนำ ตลอดจนการสั่งสินค้า

2.1.2 ลูกค้ำที่มีอายุต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมพงษ์ จันทรส์อง (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่เลือกซื้อและการตัดสินใจของลูกค้ำ ที่มีต่อร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ส่วนปัจจัยด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้ำเพศชาย มากกว่าเพศหญิง น้อยกว่าเพศชายให้ความใส่ใจ ด้านกระบวนการตลอดจน โดยเฉพาะด้านกระบวนการลูกค้ำที่มีความแตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพการสมรส มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.1.3 ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมพงษ์ จันทรส์อง (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่เลือกซื้อและการตัดสินใจของลูกค้ำ ที่มีต่อร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำที่มีความแตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพการสมรส มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.1.4 ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของโอฬาร ฐปะเดมิย์ (2550 : บทคัดย่อ) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้ำร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.1.5 ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของโอฬาร ฐปะเดมิย์ (2550 : บทคัดย่อ) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้ำร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำที่มีระดับ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

63

การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.1.6 ลูกค้ำที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมพงษ์ จันทร์ส่อง (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่เลือกซื้อและการตัดสินใจของลูกค้ำ ที่มีต่อร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ำที่มีความแตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและสถานภาพการสมรส มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำส่วนใหญ่มีระดับการตัดสินใจต่อการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนะเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านวัสดุก่อสร้างควรจัดให้มีสินค้าครบทุกวงจร ตั้งแต่ก่อสร้างถึงตกแต่ง เพื่อให้ลูกค้ำได้มีโอกาสในเลือกวัสดุก่อสร้างที่หลากหลาย

1.2 ด้านราคา ร้านวัสดุก่อสร้างควรมีการจัดตั้งราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า เพื่อสร้างความยุติธรรมให้กับลูกค้ำ ควรมีการสร้างเครดิตการค้า

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ร้านวัสดุก่อสร้างควรมีการจัดหมวดหมู่สินค้าให้ดูง่าย เพื่อความสะดวกของลูกค้ำในการเลือกซื้อ

1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด ร้านวัสดุก่อสร้างควรมีสร้างการส่งเสริมการตลาด จัดให้มีส่วนลดเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้ำ

1.5 ด้านบุคลากรพบว่า ร้านวัสดุก่อสร้างควรมีการสร้างเสริมความรู้ความสามารถของพนักงาน เพื่อให้มีความรู้ในการอธิบายรายละเอียดของสินค้าให้กับลูกค้ำให้เข้าใจ

1.6 ด้านกระบวนการ ร้านวัสดุก่อสร้างควรมีการสร้างเสริมให้พนักงานมีการต้อนรับลูกค้ำที่ดี เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ขายกับลูกค้ำ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการบริหารจัดการร้านค้าจำหน่ายวัสดุก่อสร้างด้านต่างๆ ที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้ำเพื่อตอบสนองความพึงพอใจต่อลูกค้ำอย่างสมบูรณ์



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

64

2.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพียงปัจจัยบางส่วนที่คาดว่าจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าเท่านั้น ผู้ที่สนใจควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆ อีกที่นอกเหนือจากผู้วิจัย เพื่อหาความสัมพันธ์ว่าปัจจัยตัวใดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจแก่ลูกค้า หรือตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด