

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์
อำเภอकुดชุม จังหวัดยโสธร
FACTORS AFFECTING CONSUMER'S DECISION MAKING ON PURCHASING
CONSTRUCTION MATERIALS OF SANGUAN HOME CENTER AT KUTCHUM
DISTRICT, YASOTHON PROVINCE

อภิญา อยู่สุข¹
ประเสริฐ ดำรงชัย²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อวัสดุก่อสร้างและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุ
ก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ 2) เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอकुดชุม จังหวัดยโสธร โดย
ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด มีการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน (Five-Force Model Analysis) รวมถึงการวิเคราะห์
จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36-45
ปี การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีอาชีพเกษตรกร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีวัตถุประสงค์
เพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่ซื้อเสาปูน ท่อปูน อิฐบล็อก ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุก่อสร้าง 5,000-10,000 บาท เหตุผลที่ซื้อ คือ
อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์อยู่ในระดับมากที่สุด คือ สามารถสั่งซื้อสินค้า
ทางโทรศัพท์ได้ สินค้ามีคุณภาพดี คงทน ได้มาตรฐาน มีบริการจัดส่งสินค้า และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามำกำหนดแนวทางการ
พัฒนาร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ 3 โครงการ ได้แก่ โครงการ ครบปี แลกปี โครงการ บริการด้วยใจ และโครงการ จ่ายตรง ให้เครดิต

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจ พฤติกรรม วัสดุก่อสร้าง

Abstract

This study aims to explore construction materials buying behavior and factors that influence buying decision of consumer in purchasing construction materials of Sanguan Home Center Store for specified business developing methods of Sanguan Home Center at Kutchum District, Yasothon province, with 400 sampling by Five-Force Model analysis and SWOT analysis. The results showed that males, aged between 36 - 45 years, who graduated from junior high school or lower with farmers who have monthly income around 10,001 - 15,000 bath, bought pillar tube and brick once per month for repair house and had expenses per time around 5,000 to 10,000 baht, reasons to buy were live near house or office. The most factors that influence buying decision of consumer in purchasing construction materials of Sanguan Home Center Store was order the products by telephone, delivery services, good quality, durable, and compliant. Then bring the information from this study to determine improved Sanguan Home Center for 3 project: 1) bill for redeem, give you credit 2) service with our heart 3) pay on time.

Keywords: 7P's, decision, behavior, construction, materials

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตการการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
(0) 9-5664-5870 ApinyaYusuk.1524@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

เศรษฐกิจไทยในไตรมาสแรกปี 2559 ขยายตัวจากไตรมาสที่สี่ปี 2558 ร้อยละ 0.9 โดยด้านการผลิต สาขา โรงแรมและภัตตาคาร และสาขาก่อสร้างขยายตัวสูงอย่างต่อเนื่อง [1]

ร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ เป็นร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างใน อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ 2552 การบริหารงานของร้านเป็นแบบครอบครัว มีการจัดการร้านแบบไม่มีระบบ ไม่มีการวางเป้าหมายกำไรที่ชัดเจน ซึ่งล่าสุดจังหวัดยโสธร มีการเข้ามาของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ (Modern Trade) คือ บริษัท สยามโกลบอลเฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) ได้ขยายสาขาไปที่จังหวัดยโสธรในปลายปี 2558 ซึ่งในเขตพื้นที่อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร ร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์มีคู่แข่งในธุรกิจร้านวัสดุก่อสร้าง 4 ร้าน อีกทั้งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นของร้านวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งปีล่าสุด 2558 ร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ มียอดขายเพิ่มขึ้นไม่ถึงร้อยละ 5 ของปี 2557 ทำให้ร้าน สงวนโฮมเซ็นเตอร์ ต้องมีการพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น เพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อวัสดุก่อสร้างและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ วัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ และกำหนดแนวทางการพัฒนาร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ ซึ่งสามารถนำมาเป็นข้อมูลให้กับเจ้าของธุรกิจในการวางแผนการดำเนินงานกิจการ เพื่อให้สอดคล้องต่อความต้องการ ของลูกค้า สามารถแข่งขันกับร้านวัสดุก่อสร้างในตลาดร้านวัสดุก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นข้อมูลสำหรับ ผู้ประกอบการที่สนใจในธุรกิจนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อวัสดุก่อสร้างและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภค ต่อร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร
2. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร

วิธีการดำเนินการศึกษา

1. การศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรม การซื้อวัสดุก่อสร้างและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ วัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรภายในเขตอำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร ที่มาซื้อวัสดุก่อสร้างจาก ร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร ซึ่งไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน

1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรภายในเขตอำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร ที่มาซื้อวัสดุก่อสร้าง จาก ร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร จึงได้ใช้สูตรในการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบ จำนวนประชากรที่แน่นอน [2] ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ผู้ศึกษาเก็บแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด และผู้ศึกษาได้เก็บ เพิ่มอีก 15 ชุด รวมทั้งหมดผู้ศึกษาทำการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสงวน โฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร โดยสามารถแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ช่วงรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อวัสดุก่อสร้างร้านสวงนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร โดยคำถามเกี่ยวกับทฤษฎี 6W1H [3]

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้าน สวงนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร โดยคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) [4]

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่มาซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านสวงนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) พฤติกรรมการซื้อวัสดุก่อสร้างร้านสวงนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสวงนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. กำหนดแนวทางการพัฒนาร้านวัสดุก่อสร้างร้านสวงนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร

เป็นการนำผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสวงนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร มาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน (Five-Force Model of Industry Analysis) [5] ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (Swot Analysis) [6] ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุก่อสร้าง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาประกอบกับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม แล้วนำมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาร้านสวงนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อวัสดุก่อสร้างและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสวงนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอกุดชุม จังหวัดยโสธร

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 69.00 มีอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.50 และช่วงอายุ 46-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.00 เป็นส่วนใหญ่ ระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 30.25 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.75 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 22.50 และอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 20.00 เป็นส่วนใหญ่ มีอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 28.00 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป 21.25 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 15.25 ช่าง/ผู้รับเหมาก่อสร้าง/วิศวกร คิดเป็นร้อยละ 13.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.75

มีวัตถุประสงค์เพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ ต่อเติมที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 24.25 รับเหมางานก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 14.00 จำนวนครั้งที่เข้ามาซื้อวัสดุก่อสร้าง เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.25 ส่วนใหญ่ซื้อเสาปูน ท่อปูน อิฐบล็อก คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาคือ หิน ดิน ทราย คิดเป็น

ร้อยละ 49.25 ปูนซีเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 48.25 ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุก่อสร้าง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.75 เหตุผลที่ซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ คือ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 63.75 รู้จักร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ เพราะ บุคคลในครอบครัวหรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 51.25 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง คือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 52.50 ซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมา คือ สั่งซื้อทางโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 43.50 ช่วงที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง คือ ช่วงมกราคม-มีนาคม คิดเป็นร้อยละ 73.25 วิธีการ/เงื่อนไขในการซื้อวัสดุก่อสร้าง คือ ชำระด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 86.75

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอหาดขาม จังหวัดยโสธร แต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพดี คงทน ได้มาตรฐาน สินค้ามีความทันสมัย มีการรับประกันสินค้า เช่น มีการปรับเปลี่ยน/คืนสินค้า และการมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

ด้านราคา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้เงื่อนไขในการชำระเงิน (เงินสด/เงินเชื่อ/เช็ค) มีป้ายติดบอกราคาชัดเจน ถูกต้อง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ได้ มีบริการจัดส่งสินค้า มีที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (วิทยุ, ป้ายโฆษณา) การจัดสินค้าหน้าร้านดึงดูดความสนใจต่างๆ และการมีส่วนลดในการซื้อสินค้า

ด้านพนักงาน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า พนักงานมีความรู้ในตัวสินค้า สามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้ และพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส

ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และมีการให้บริการที่รวดเร็ว เช่น การคิดเงิน การจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีสถานที่นั่งพัก รอให้บริการแก่ลูกค้า และการจัดวางผังร้าน สะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม ด้านผลิตภัณฑ์ เสนอให้เพิ่มความหลากหลายของสินค้า เช่น งานไม้, ประตู ด้านราคา เสนอให้เพิ่มระยะเวลาเครดิตนานขึ้น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เสนอให้ทำป้ายชื่อร้านให้ใหญ่กว่าเดิม สะดุดตามากขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาด เสนอให้มีของ แจก ของแถมมากขึ้น ด้านพนักงาน เสนอให้พนักงานขายบางท่านครีเอทีฟมากยิ่งขึ้น บริการด้วยความกระตือรือร้น เป็นต้น

การวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน พบว่า ภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับสูง คือ ความรุนแรงของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ส่วนภัยคุกคามที่อยู่ในระดับต่ำ คือ อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน และภาวะคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strength) ได้แก่ 1) เจ้าของร้านเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นที่รู้จักของประชาชนในอำเภอหาดขาม 2) สินค้าประเภทผลิตจากคอนกรีต เช่น ท่อปูน เสাপูนและอิฐบล็อก ใช้ช่างที่มีฝีมือชำนาญในการผลิต ทำให้สินค้ามีคุณภาพ 3) มีรถขนส่งสินค้าจำนวนมาก มีความพร้อมในการให้บริการขนส่งสินค้าได้อย่างเพียงพอ และรวดเร็ว 4) ทางร้านมีพันธมิตรทางธุรกิจสามารถให้คำปรึกษากับลูกค้าได้อย่างครบวงจร เช่น ช่างก่อสร้าง ช่างสี เครื่องจักร เป็นต้น

จุดอ่อน (Weakness) ได้แก่ 1) ขาดการส่งเสริมการขาย ทำให้ลูกค้าขาดการรับรู้ และไม่มีแรงกระตุ้นความต้องการในการซื้อสินค้า 2) พนักงานขายบางคนขาดประสบการณ์ในการขายสินค้า ขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 3) ไม่มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่แน่นอน 4) สินค้าขาดความหลากหลาย เช่น สินค้าประเภทไม้ วัสดุตกแต่งบ้าน เป็นต้น

โอกาส (Opportunity) ได้แก่ 1) สินค้าวัสดุก่อสร้างเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นในการต่อเติม ซ่อมแซมที่อยู่อาศัย การขยายตัวของตลาดสินค้าประเภทนี้สูงขึ้นตามประชากรที่เพิ่มขึ้น 2) ภาครัฐมีนโยบายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอยู่เรื่อยๆ เช่น โครงการส่งเสริมความเป็นอยู่ระดับตำบล (ตำบลละ 5 ล้านบาท) เป็นต้น

ภัยคุกคาม (Threat) ได้แก่ 1) ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ 2) การแข่งขันจากคู่แข่งทั้งทางตรงทางอ้อม ที่มีการพัฒนาและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้การแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้น

2. กำหนดแนวทางการพัฒนาร้านสวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอภูซุ่ม จังหวัดยโสธร

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคต่อร้านสวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอภูซุ่ม จังหวัดยโสธร ตลอดจนการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม ได้นำมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาร้านสวนโฮมเซ็นเตอร์ ได้ 3 โครงการ ดังนี้

โครงการ ที่ 1 ครบปี แลกปี

จากการศึกษา พบว่า จุดอ่อนของร้านสวนโฮมเซ็นเตอร์อีกประการหนึ่ง คือ การขาดการส่งเสริมทางการตลาด ลด แลก แจก แถม และตรงกับข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม อีกทั้งจากแบบสอบถามด้านการส่งเสริมทางการตลาด หัวข้อ การมีของแจก แถม เนื่องจากในโอกาสต่างๆ พบว่า ยังมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงจัดทำโครงการนี้ขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาด เพิ่มแรงกระตุ้นในการซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านสวนโฮมเซ็นเตอร์ โดยเมื่อซื้อสินค้าจากร้านครบ 10,000 บาท จะได้รับ 1 กระแนม สะสมเต็มเพื่อแลกของรางวัลตามจำนวนคะแนนที่ทางร้านตั้งไว้ เช่น เสื้อแขนยาวร้านสวนโฮมเซ็นเตอร์ 1 กระแนม ตลับเมตร 2 กระแนม ถูมือ 2 กระแนม นาฬิกาแขวนผนัง 5 กระแนม พัดลม 10 กระแนม ชุดโต๊ะผ้าหิ้งอ่อน 30 กระแนม เป็นต้น

โครงการที่ 2 บริการด้วยใจ

การบริการของพนักงานขายเป็นสิ่งสำคัญ และสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เนื่องจากเป็นบุคคลที่ต้องมีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ทั้งทางหน้าร้านและทางโทรศัพท์ และจากการศึกษา พบว่า จุดอ่อนของร้านสวนโฮมเซ็นเตอร์อีกประการหนึ่ง คือ พนักงานขายขาดการบริการที่ดี และตรงกับข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นทางร้านจึงต้องมีการพัฒนาการบริการของพนักงานขาย เพื่อสร้างมาตรฐานการบริการของพนักงานขาย ผู้จัดการมีการอบรมเกี่ยวกับการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า หรือมีการเปิดหูเปิดตาให้พนักงานดูเกี่ยวกับการให้บริการที่ดี และจัดทำกล่องรับข้อเสนอแนะไว้ในร้าน และมีการประเมินผลการทำงานของพนักงานในทุกๆ เดือน แล้วนำมาพิจารณาว่ามีประเด็นใดที่ต้องปรับปรุงหรือพัฒนาบ้าง

โครงการที่ 3 จ่ายตรง ให้เครดิต

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในด้าน ราคา ในหัวข้อ การให้เงื่อนไขในการชำระเงิน (เงินสด/เงินเชื่อ/เช็ค) อีกทั้งจากข้อเสนอแนะ เสนอให้เพิ่มระยะเวลาการให้เครดิต จึงได้จัดทำโครงการนี้ขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเพื่อเป็นการรักษารฐานลูกค้า โดยการขยายระยะเวลาการให้เครดิตกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากทางร้านสวนโฮมเซ็นเตอร์เป็นประจำในจำนวนที่มาก เช่น ผู้รับเหมา/ช่าง, หน่วยงานราชการ และมีประวัติจ่ายเงินตามกำหนดเวลาที่ตกลงไว้ ทางร้านจะมีระยะเวลาการให้เครดิตปกติ 30 วัน เพิ่มระยะเวลาให้เครดิตเป็น 45 วัน และทางร้านอาจจะมีการเพิ่มวงเงินการให้เครดิต ซึ่งทางร้านจะพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

สรุปผล

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อวัสดุก่อสร้างและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของผู้บริโภคที่ร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดยโสธร โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย จากผลการศึกษา ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 36 - 45 ปี การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีอาชีพเกษตรกร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัย ความถี่ เดือนละครั้ง ส่วนใหญ่ซื้อเสาปูน ท่อปูน อิฐบล็อก ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุก่อสร้าง 5,000- 10,000 บาท เหตุผล คือ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน รู้จักร้าน เพราะ บุคคลในครอบครัวหรือญาติ มีตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ช่วงที่ซื้อวัสดุก่อสร้าง คือ ช่วงมกราคม - มีนาคม และวิธีการ/เงื่อนไขชำระด้วยเงินสด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างร้านสงวนโฮมเซ็นเตอร์ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เช่น สินค้ามีคุณภาพดี คงทน ได้มาตรฐาน ด้านราคา ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เช่น การให้เงื่อนไขในการชำระเงิน (เงินสด/เงินเชื่อ/เช็ค) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เช่น สามารถสั่งซื้อสินค้าทางโทรศัพท์ได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เช่น มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ (วิทยุ, ป้ายโฆษณา) ด้านพนักงาน ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เช่น การบริการของพนักงานจัดส่งสินค้า ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เช่น ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เช่น มีสถานที่นั่งพัก รอให้บริการแก่ลูกค้า และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามากำหนดแนวทางการพัฒนาร้าน 3 โครงการ คือ โครงการที่ 1 ครบปี แลกปีปี โครงการที่ 2 บริการด้วยใจ และโครงการ ที่ 3 จ่ายตรง ให้เครดิต เพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านวัสดุก่อสร้างในตลาดร้านวัสดุก่อสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจ

1. ทางร้านควรรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทั้งลูกค้าเก่า ไปพร้อมกับการหาฐานลูกค้าใหม่ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวเพื่อเป็นรากฐานในการเพิ่มยอดขายของร้านในอนาคต
2. ทางร้านควรมีการสังเกตและติดตามพฤติกรรมการณ์ซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ หากความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนไปทางร้านจะได้มีการปรับปรุงพัฒนาร้านได้อย่างตรงจุดและสอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า
3. พนักงานควรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีความรักในงานบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว อีกทั้งพนักงานต้องสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากความรู้ความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ประเสริฐ ดำรงชัย ที่กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ ช่วยแก้ไขปัญหาคด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้รายงานการศึกษานี้สำเร็จและเรียบร้อยอย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณพี่ๆ เพื่อนๆ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ทำให้รายงานการศึกษานี้สำเร็จด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค. (2559). **เศรษฐกิจไทยไตรมาสแรกของปี 2559 และแนวโน้มปี 2559**. ค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2559, จาก http://www.nesdb.go.th/article_attach/article_file_20160815102307.pdf
- [2] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค** (Consumer Behavior). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- [3] ยุทธ ไกยวรรณ. (2553). **พื้นฐานการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- [4] รุจิรัตน์ พัฒนถาบุตร. (2553). **การบริหารธุรกิจบริการ**. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- [5] วิเชียร วิทยอุดม. (2558). **การจัดการสมัยใหม่** (Modern Management). พิมพ์ครั้งที่ 2. บริษัท ธนัชชการพิมพ์ จำกัด.
- [6] นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. (2558). **การจัดการการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.