

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นาย รัชชเดช อยู่ผาสุข
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. สายสกุล ฟองมูล

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ 3) เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่และศึกษาค้นหาแนวทาง ในการที่จะแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จากทั้งหมด 3 ร้าน รวมทั้งหมด 190 ตัวอย่าง และทำการประมวลผลโดยใช้ค่าทางสถิติคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และค่าสถิติไคสแควร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิจัยนี้ได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 35-40 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นสมาชิกร้านโฮมโปร ส่วนผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้แก่ พ่อแม่/คู่สมรส ผลต่อการซื้อเครื่องสุขภัณฑ์หลังจากการได้รับข่าวสาร ส่วนใหญ่เห็นว่ามีคามสนใจซื้ออยู่บ้าง ปัจจัยเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อร้านค้าปลีกสมัยใหม่ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกซื้อในด้านปริมาณสินค้า ด้านความสะดวกรวดเร็ว ด้านการบริการ ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านพนักงานขาย ในระดับมากเรียงตามลำดับ

การซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคพบว่า ส่วนใหญ่จะไปซื้อร้านค้าที่เคยซื้อเป็นประจำ และซื้อสุขภัณฑ์ปีละครั้ง ประเภทสุขภัณฑ์ที่ซื้อคือ ส้วม ชักโครก และจะซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ตามความต้องการที่ใช้ในงานแต่ละครั้ง ส่วนยี่ห้อ/ตราสินค้าของ

เครื่องสุขภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าควรพิจารณาจากราคาและคุณภาพของตัวสินค้ามากกว่า

ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์สินค้ามีการจำหน่ายเฉพาะบางร้าน ในด้านราคาผลิตภัณฑ์มีราคาไม่เท่ากันในแต่ละร้าน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องร้านจำหน่ายเครื่องสุขภัณฑ์อย่างเดียวมีน้อยราย และในด้านร้านค้ามีการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม) ไม่จูงใจ

ผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพการสมรส และอาชีพ ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ รายได้ครอบครัว โดยเฉลี่ย การเป็นสมาชิกร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในด้านการบริการ ด้านความสะดวกรวดเร็ว และด้านพนักงานขาย มีความสัมพันธ์ต่อการซื้อเครื่องสุขภัณฑ์ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่

<b>Title</b>	Factors Effecting the Purchase of Sanitary Ware at Modern Retail Stores in Muang District, Chiang Mai Province
<b>Author</b>	Mr. Ratchadet Yoophasuk
<b>Degree of</b>	Master of Business Administration in Business Administration
<b>Advisory Committee Chairperson</b>	Dr. Saisakul Fongmul

### ABSTRACT

The objectives of this study were to investigate the following: 1) socio - economic characteristics of the customers purchasing sanitary ware at modern retail stores in Muang district, Chiang Mai province; 2) factors affecting the purchase of sanitary ware; 3) problems encountered in the purchase of sanitary ware. A set of questionnaires was used for data collection administered with 190 customers purchasing sanitary ware in Muang district, Chiang Mai province. Obtained data were analyzed by using percentage, weight mean score, and chi - square with the significance level at 0.05.

Results of the study revealed that most of the respondents were male 35 - 40 years old, married, bachelor's degree graduates, and company employees. It was found that most of the respondents had an average monthly income of 5,001 - 10,000 baht. Their average family income was 10,001 - 20,000 baht. Most of them were Home Pro members. People joining in the decision - making to purchase sanitary ware were spouts and parents. Most of the respondents were interested in purchasing sanitary ware after obtaining information about sanitary ware. The respondents placed the importance of an amount of product selection, convenience, rapidness, services, store location, and store assistance, respectively. Most of the respondents were regular customers of the sanitary ware retail stores. They purchased sanitary ware once a year. They decided to purchase sanitary ware based on price and quality of sanitary ware products.

For problems encountered, it was found that some sanitary products were available in some stores. Besides, prices of the same products in each store were different. Each store did not have motivation in market promotion. For hypothesis testing, it was found that sex, age, educational attainment, marital status, occupation, an average family income, sanitary ware retail store member, people joining in the decision-making, services, convenience, rapidness, and store assistance had relationship with the purchase of sanitary ware.