

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม  
(Traditional Trade) ในจังหวัดชลบุรี  
Factors Affecting a Decision to Purchase Construction Materials  
Form Traditional Trade in Chonburi Province

แสดมภ์ กัลยาณานันท์<sup>1</sup> ทรงวุฒิ ดีจงกิจ<sup>2</sup>  
Stamp Kanlayaphanan, Songwut Deechongid

**บทคัดย่อ (Abstract)**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิมในจังหวัดชลบุรี จำนวน 385 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบสถิติ Independent Sample : t-test, ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม ในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และความถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านการบริการและการติดต่อสื่อสาร (A), ปัจจัยด้านการขนส่งและการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ (B), ปัจจัยด้านการจัดการสินค้าคงคลังและการจัดการคลังสินค้า (C) และปัจจัยด้านกระบวนการสั่งซื้อ (D) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง

---

Received: 2021-04-15 Revised: 2021-04-28 Accepted: 2021-04-29

<sup>1</sup> หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต Master of Science Program Logistics Management graduate school Rangsit University.  
Corresponding Author e-mail: kypn\_1991@hotmail.com

<sup>2</sup> หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต Master of Science Program Logistics Management graduate school Rangsit University

จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม ในจังหวัดชลบุรี (Y) และสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้  $Y = 0.864 + 0.135A + 0.199B + 0.261C + 0.221D$  และจากค่า VIF ที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 1.322 - 2.314 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันและไม่เกิด Multicollinearity

**คำสำคัญ (Keywords):** ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ; ร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม; ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์

## Abstract

This research aimed to study demographic factor and logistics activity factors affecting decision to purchase building materials from traditional trade in Chonburi province Sample group was 385 customers who previously purchased products from the traditional trade in Chonburi province. The methods for data collection were convenience sampling and questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, frequency, mean, and hypothesis testing with independent sample: t-test, one-way variance, and multiple regression analysis. The research results were found that the difference in personal factors of gender, age and average monthly income differently affected buying decisions to purchase building materials from traditional trade in Chonburi province at significance level of 0.05 which was in accordance with the hypothesis. The difference in personal factors of educational and occupation level insignificantly affect the buying decisions to purchase building materials from traditional trade in Chonburi province which was not in accordance with the hypothesis. The results for the relationship of correlation and multiple regression analysis showed that the service and communication factor (A), the transport and reverse logistics management factor (B), the inventory management and warehouse management (C) and ordering process factor (D) influenced the buying decision to purchase building materials from traditional trade in Chonburi Province (Y) and can be used to create predictive equations as follows,  $Y = 0.864 + 0.135A + 0.199B + 0.261C + 0.221D$  The VIF values were between 1.322 - 2.314 which were not over 10,

this means the independent variables are not related and does not cause multicollinearity.

**Keyword:** Factors affecting decision; Traditional trade; Logistics activity factors

## บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมก่อสร้างถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ รวมถึงเป็นตัวชี้วัดที่บอกได้ว่าเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในสถานะใด (ขาขึ้น หรือ ขาลง) ซึ่งดูได้จากการเติบโตของธุรกิจก่อสร้าง เนื่องจากธุรกิจก่อสร้างก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังเชื่อมโยงไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้องคือ ธุรกิจการค้าขายวัสดุก่อสร้างทุกประเภท ทำให้มีกำลังการจับจ่ายใช้สอย ทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจตามมา และช่วยพัฒนาประเทศ หากธุรกิจก่อสร้างได้รับผลกระทบไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม การลดหรือเพิ่มขนาดของธุรกิจก่อสร้าง จะส่งผลกระทบต่อการจับจ่ายใช้สอยของประชาชน

ธุรกิจวัสดุก่อสร้างเป็นธุรกิจที่มีความหลากหลายและแนวโน้มการเติบโตขอลดลงภายในประเทศ คาดว่าความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างในช่วงปี พ.ศ. 2563 – พ.ศ. 2565 จะเติบโตในช่วงร้อยละ 6 -10 ต่อปี ด้วยอานิสงค์ของการก่อสร้างโครงการสาธารณูปโภคต่างๆ ของภาครัฐ โดยเฉพาะการผลักดันโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ซึ่ง ครอบคลุม 3 จังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง ส่งผลให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมต่างๆ มากมาย ซึ่งธุรกิจก่อสร้าง รวมถึงธุรกิจวัสดุก่อสร้าง ทั้งผู้ผลิตและผู้ค้าวัสดุก่อสร้าง (วิจัยกรุงศรี, 2563)

ท่ามกลางสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ที่ราคาวัสดุก่อสร้างมีแนวโน้มเพิ่มราคาสูงขึ้นนั้น ตามหลักทางเศรษฐศาสตร์ เมื่อต้นทุนการผลิตวัสดุก่อสร้างเพิ่มขึ้น ส่งผลให้วัสดุก่อสร้างมีราคาเพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการวัสดุก่อสร้างลดน้อยลง เมื่อความต้องการน้อยลงบางครั้งอาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากบริษัทอื่น ผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างจึงต้องหันกลับมามองว่าทำอย่างไรจึงจะสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้และหาลูกค้าใหม่ได้ด้วย นอกจากนี้ในปัจจุบันผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่เริ่มเข้ามามีบทบาทในการแข่งขันเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าในกลุ่มต่าง ๆ ที่ยังไม่มีส่วนแบ่งตลาด เพื่อให้ครอบคลุมในหลาย Segment มากขึ้น ผู้บริโภคสินค้าเกี่ยวกับบ้านนั้น แบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภครายย่อย ซึ่งเป็นเจ้าของบ้านซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างไปตกแต่งซ่อมแซมบ้านด้วยตนเอง และกลุ่มผู้รับเหมาก่อสร้าง หรือผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งกลุ่มแรกนั้น พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันนิยมไปเลือกสินค้าเกี่ยวกับบ้านด้วยตนเอง แต่ถ้า

มีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงก็จะไปเลือกร้านค้าที่มีความเฉพาะมากขึ้น (Specialty Store) เช่น เมื่อต้องการซื้อเฟอร์นิเจอร์เพื่อตกแต่งบ้าน จะนึกถึง อินเด็กซ์ แต่ถ้าต้องการความสะดวกสบายไปเพียงที่เดียวสามารถเลือกได้ครบทุกผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง จะเลือก Home Center จากการที่ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562) เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง และเป็นผู้แข่งขันที่สำคัญของร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิม ดังนั้นในฐานะผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม ซึ่งมีความได้เปรียบในเรื่องของความรู้ ความเข้าใจในกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่นเกี่ยวกับ รวมไปถึงการมีทำเลที่ตั้งที่ใกล้เคียงผู้บริโภคแล้ว แต่ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปไม่มีการเข้าใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่มากขึ้น ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าแบบดั้งเดิม จึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี

### สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี

### วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

#### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research)

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิมในจังหวัดชลบุรี ในช่วงระยะเวลา เดือนกันยายน ถึง ตุลาคม 2563 จำนวน 385 ราย

โดยใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1963) โดยกำหนดระดับความแปรปรวนสูงสุดคือ  $p = 0.5$  (หรือร้อยละ 50) และ  $q = 0.5$  (หรือร้อยละ 50) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นคำถามแบบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี โดยเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับของ Likert Scale

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี โดยเป็นแบบสอบถามที่ให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choices)

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย จากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย ซึ่งผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวน 385 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร งานวิจัย บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิด ทฤษฎีในการกำหนดขอบเขตข้อมูลและจัดทำแบบสอบถาม

### 5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### 5.1 สถิติที่ใช้หาคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่

5.1.1 การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา

5.1.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวน 30 คน นำข้อมูลจากการทดลองใช้มาหา

คุณภาพของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Conbach's Alpha Coefficient) (ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์, 2555) พบว่าโดยภาพรวมแล้วมีค่า Cronbachs' Alpha เท่ากับ 0.968 ถือว่าอยู่ในระดับสูง

5.2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

5.3 ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ผลการวิจัย (Research Results)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 46.50 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 53.50 โดยส่วนมากมีอยู่อยู่ในช่วง 51 ปีขึ้นไป 26 – 30 ปี และ 46 -50 ปีคิดเป็นร้อยละ 21.80, 19.70 และ 16.40 ตามลำดับ มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีร้อยละ 66.20 และมีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อยู่ในระดับร้อยละ 56.90 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.80 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

โดยสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อในร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อ อุปกรณ์ไฟฟ้า อุปกรณ์ประปา มากถึงร้อยละ 22.71 รองลงมาเป็นสินค้าฮาร์ดแวร์ เครื่องมือช่าง ร้อยละ 15.44 และน้อยที่สุดคือ วัสดุโครงสร้างรากฐาน เช่น เสาเข็ม อยู่ที่ร้อยละ 5.28

### 2. ระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

| ตัวแปรอิสระ                                    | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล             | ลำดับ |
|------------------------------------------------|-----------|------|-------------------|-------|
| 1) การบริการและการติดต่อสื่อสาร                | 4.29      | 0.72 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 1     |
| 2) กระบวนการสั่งซื้อ                           | 4.13      | 0.70 | เห็นด้วยมาก       | 4     |
| 3) การจัดการสินค้าคงคลังและการจัดการคลังสินค้า | 4.15      | 0.79 | เห็นด้วยมาก       | 3     |

| ตัวแปรอิสระ                               | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล             | ลำดับ |
|-------------------------------------------|-----------|------|-------------------|-------|
| 4) การขนส่งและการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ | 4.25      | 0.73 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | 2     |

จากตาราง เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ พบว่า ปัจจัยด้านการบริการและการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.29 มีความเห็นอยู่ในระดับความเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการขนส่งและการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.25 มีความเห็นอยู่ในระดับความเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในส่วนของปัจจัยด้านการจัดการสินค้าคงคลังและการจัดการคลังสินค้า และปัจจัยด้านกระบวนการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ 4.13 ตามลำดับ มีความเห็นอยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก

### 3. ระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรตาม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

| ตัวแปรตาม                                                                                       | $\bar{X}$ | S.D. | การแปลค่า |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-----------|
| การตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี | 4.29      | 0.67 | น่าจะซื้อ |

จากตารางพบว่า ค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี เท่ากับ 4.29 ซึ่งแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจซื้อได้ว่า “น่าจะซื้อ”

4. การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

| ตัวแปร               | สถิติ  | Sig.   | ผลการทดสอบ  |
|----------------------|--------|--------|-------------|
| เพศ                  | t-test | 0.043* | สอดคล้อง    |
| อายุ                 | F-test | 0.061* | สอดคล้อง    |
| ระดับการศึกษา        | F-test | 0.364  | ไม่สอดคล้อง |
| อาชีพ                | F-test | 0.810  | ไม่สอดคล้อง |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | F-test | 0.000* | สอดคล้อง    |

จากตาราง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี

| ตัวแปร                                                | สถิติ | Sig.   | ผลการทดสอบ |
|-------------------------------------------------------|-------|--------|------------|
| ปัจจัยด้านการบริการและการติดต่อสื่อสาร                | MRA   | 0.000* | สอดคล้อง   |
| ปัจจัยด้านการขนส่งและการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ      | MRA   | 0.000* | สอดคล้อง   |
| ปัจจัยด้านการจัดการสินค้าคงคลังและการจัดการคลังสินค้า | MRA   | 0.000* | สอดคล้อง   |
| ปัจจัยด้านกระบวนการสั่งซื้อ                           | MRA   | 0.000* | สอดคล้อง   |

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง พบว่า ปัจจัยด้านการบริการและการติดต่อสื่อสาร, ปัจจัยด้านการขนส่งและการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ, ปัจจัยด้านการจัดการสินค้าคงคลังและการจัดการคลังสินค้า และปัจจัยด้านกระบวนการสั่งซื้อ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

## อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผลตามผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

1. จากสมมติฐานการวิจัย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัด ชลบุรี แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้ซื้อวัสดุก่อสร้างฯ ที่มีอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน อาจส่งผลให้การตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกันได้จากช่วงอายุที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น หรือ วัยทำงาน อาจชอบการเลือกซื้อจากในร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบใหม่ (Modern Trade) รวมถึงกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง หมายถึงการมีอำนาจซื้อสูง กลุ่มคนเหล่านี้อาจชอบที่จะเลือกซื้อจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างแบบใหม่ (Modern Trade) ได้ ปัจจัยประชากรศาสตร์



ด้าน เพศ นั้นเพศหญิงตัดสินใจที่จะเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิมมากกว่าเพศชาย เนื่องจากเรื่องของความสะดวกในการเดินทาง หรือการให้บริการของร้านวัสดุก่อสร้างแบบดั้งเดิมที่ผู้ขายสามารถให้บริการและแนะนำได้ตรงจุดประสงค์ มีความเป็นกันเองมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชวิชญ์ นิธิกุล (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในเขต อ.ศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อีกทั้ง ปฏิกร ทิพย์เลอเลิศ (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) และเพศ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน และจากการศึกษาของสุรเดช บัวพันธุ์วิไล (2557) ที่ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างจากร้านซีเมนต์ไทย โฮมมาร์ทของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน และธนบดี แสงทวี (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ เพศ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกัน

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องจากว่าไม่ว่าระดับการศึกษา หรืออาชีพใด หากสะดวกในเรื่องของการเดินทาง หรือทำเลที่ตั้งของร้านใกล้เคียงกับที่พักอาศัย หรือสถานที่ทำงาน ก็เป็นง่ายต่อการตัดสินใจที่จะเลือกซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) สอดคล้องกับ ธนบดี แสงทวี (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ไม่แตกต่างกัน อีกทั้ง ปฏิกร ทิพย์เลอเลิศ (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่แตกต่างกัน

2. จากสมมติฐานการวิจัย ปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการบริการและการติดต่อสื่อสาร, ปัจจัยด้านการขนส่งและการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ, ปัจจัยด้านการจัดการสินค้าคงคลังและการจัดการคลังสินค้า และปัจจัยด้านกระบวนการสั่งซื้อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี อาจเนื่องมาจาก การให้บริการและการติดต่อสื่อสารที่ง่าย สะดวก เป็นกันเองมีผลต่อ การตัดสินใจที่จะเลือกซื้อวัสดุก่อสร้าง ในส่วนของการบริการขนส่งสินค้า และการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ หากผู้จัดจำหน่ายหรือร้านค้ามีการบริการขนส่งที่ดี มีการจัดการในเรื่องของการคืนสินค้ากลับทางผู้จัดจำหน่าย อีกทั้งถ้าผู้จัดจำหน่ายมีกระบวนการการสั่งซื้อที่ง่ายสะดวก รวดเร็ว และมีสินค้าให้ลูกค้าสามารถเลือกได้ตลอดไม่มีสินค้าหมด หรือไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า นั้นหมายถึงการที่ผู้จัดจำหน่ายมีการจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลังที่ดีมีประสิทธิภาพก็ส่งผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้อวัสดุก่อสร้างด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของอดิศักดิ์ กรรณนรงค์ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบของปัจจัยการดำเนินงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของร้านจัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในภาคใต้ พบว่า ปัจจัยการดำเนินงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการบริหาร กระบวนการสั่งซื้อ การติดต่อสื่อสาร การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ การขนส่ง และการจัดการคลังสินค้า

## ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

- ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรีควรให้ความสำคัญกับเพศชายมากขึ้น โดยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งอาจมีการพิจารณาพฤติกรรมความต้องการและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของเพศชายโดยตรงแล้วจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือ Promotion ให้ตรงใจ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการเพศชายเพิ่มขึ้น

- ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรีควรให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้า ที่มีช่วงอายุที่หลากหลายโดยเฉพาะวัยรุ่น วัยทำงาน เพราะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ แต่อาจจะต้องการความสะดวกสบาย ในการซื้อวัสดุก่อสร้าง หรืออุปกรณ์เพื่อการซ่อมบำรุง

- ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ ในทุกด้าน (ด้านการบริการและการติดต่อสื่อสาร, ด้านการขนส่งและการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ, ด้านการจัดการสินค้าคงคลังและการจัดการคลังสินค้าและด้านกระบวนการสั่งซื้อ) เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง จากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม

- ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรีให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจกรรมหรือมีกลยุทธ์ในการดำเนินการด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 4 กิจกรรม เนื่องจากกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้ง 4 กิจกรรม เป็นอิสระต่อกัน

## 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างดั้งเดิม (Traditional trade) ในจังหวัดชลบุรี โดยเน้นเฉพาะปัจจัยด้านกิจกรรมโลจิสติกส์ผู้ที่สนใจจะศึกษาควรเพิ่มการศึกษาตัวแปรหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด อรรถประโยชน์ของการใช้บริการ ความจงรักภักดีต่อสินค้า เป็นต้น เพื่อให้ผลการวิจัยที่มีข้อมูลที่ละเอียด ลึกมากยิ่งขึ้น อีกทั้งควรมีกำหนดและควบคุมตัวแปรแทรก ที่อาจส่งผลให้เกิดความคลาดเคลื่อน

- การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่ใช้เครื่องมือแบบสอบถามปลายปิดในการวิจัย ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการใช้เครื่องมือที่ผสมผสาน เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการทำแบบสอบถามในลักษณะปลายเปิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นการขยายขอบเขตการวิจัยในด้านเนื้อหาให้กว้างขึ้นอีกด้วย

- การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะ ในเขตจังหวัดชลบุรี เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมยิ่งขึ้น เช่น อาจจะมีการขยายพื้นที่ต่างจังหวัด และบุคคลทั่วไป เพื่อให้ทราบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีหลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

## เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2562). *บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำเดือน กรกฎาคม 2562 จังหวัดชลบุรี*. สืบค้น 13 มีนาคม 2564, จาก [https://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2562/T26/T26\\_201907.pdf](https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201907.pdf).
- ธนบดี แสงทวี. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
- นนทบุรี: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

- ปฏิกุล ทิพย์เลอเลิศ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประสิทธิ์ สุวรรณรักษ์. (2555). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาควิชาทดสอบและวิจัยทางการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 10) คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- รัชวิชญ์ นิธิกุล. (2556). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิจัยกรุงศรี. (2563). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2563-2565: ธุรกิจวัสดุก่อสร้าง. สืบค้น 13 มีนาคม 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Construction-Construction-Materials/Construction-Materials/IO/io-construction-materials>.
- สุรเดช บัวพันธุ์วิไล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างจากร้าน ซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- อดิศักดิ์ กรรณณรงค์. (2557). การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยการดำเนินงานที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ของร้านจัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในภาคใต้. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 7(1), 65-72.
- Cochran, W.G. (1963). *Sampling Technique*. 2<sup>nd</sup> Edition, John Wiley and Sons Inc., New York.