

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างและตกแต่งบ้านโฮมโปร สาขาประชาชื่น 2) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างและตกแต่งบ้านโฮมโปร สาขาประชาชื่น จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างและตกแต่งบ้านโฮมโปร สาขาประชาชื่น จำนวน 375 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า F-test เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ผลการวิจัยพบว่า

1. การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างและตกแต่งบ้านโฮมโปร สาขาประชาชื่น พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$)
2. เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างและตกแต่งบ้านโฮมโปร สาขาประชาชื่น จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างและตกแต่งบ้านโฮมโปร สาขาประชาชื่น ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างและตกแต่งบ้านโฮมโปร สาขาประชาชื่น ที่มีเพศ สถานภาพ อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และจำนวนผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

The Purposes of the study were : 1) To study Decision to Purchase Construction Product Store of Consumers in Homepro Prachachuen Branch. 2) To differentiate the decision to Purchase Construction Product Store of Consumers in Homepro Prachachuen Branch , categorizing under the personal basic factor. The sample group consisted 375 customers buying Purchase Construction Product in Homepro Prachachuen Branch. The tools used in this research were questionnaires, the statistics used in analysing data were percentage , means , standard deviation , t-test , One Way Analysis of Variance and the pair comparison test by using LSD.

Based upon these findings, it was concluded that :

1. The Overall Decision to Purchase Construction Product Store of Consumers in Homepro Prachachuen Branch is at high level.
2. Results of the comparison in Decision to Purchase Construction Product Store of Consumers in Homepro Prachachuen Branch classified according to basic personal factors with different in education levels, occupation and monthly income at the statistical significance level of 0.05. but consumers with different gender , age , marriage status , number of household members and housing type resulted of classification and ward was not different.