

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยในการซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า และ 4) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยในการซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้า สุ่มตัวอย่างจากลูกค้าของร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในอำเภอพระนครศรีอยุธยา 288 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และ LSD.

ผลงานวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยในการซื้อของลูกค้าส่วนใหญ่พบว่า ผู้แนะนำลูกค้าในการซื้อคือครอบครัว เหตุผลในการซื้อคือมีสินค้าหลากหลาย ประเภทสินค้าที่ซื้อคือวัสดุก่อสร้าง ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งคือ 1,001 - 5,000 บาท และเวลาในการมาซื้อส่วนใหญ่คือเวลา 11.01 น. - 14.00 น.
2. ระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก
3. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ลูกค้าที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง และเวลาในการมาซื้อต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

The research aimed to: 1) study the factors of purchasing construction products by the customers in Phranakhon Si Ayutthaya district; 2) examine the levels of their purchasing decisions; 3) compare the levels of their purchasing decisions classified by personal factors; and 4) compare the levels of their purchasing decisions classified by their purchasing factors. The sample group consisted of 288 customers. The research instrument was a questionnaire. Statistical analysis was performed by percentage, arithmetic mean, standard deviation, t-test, F-test and LSD.

The findings indicated the followings :

1. Regarding the factors of purchasing construction products by customers in Phranakhon Si Ayutthaya district, the customers were recommended to purchase the construction products by their families for several reasons. Each purchase amounted to a range of 1,001 to 5,000 baht. The time of purchase was during 11.01 am. to 2.00 p.m.

2. The customers' decision making was at a high level when it was considered as a whole. When it were considered individually, the customers' decision making regarding product, price, distribution and marketing promotion were at a high level.

3. The customers with different educational background, occupation and monthly income had different decisions with a statistically significant level of 0.05.

4. The customers with different amounts of purchase and time of purchase had different decisions with a statistically significant level of 0.05.