

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี 2) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้า ในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามปัจจัย ที่เลือกซื้อวัสดุก่อสร้างของลูกค้า สุ่มตัวอย่างจากลูกค้าร้านจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่อาศัยในอำเภอเหล่าเสือโก้ก จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 246 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลงานวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่เลือกซื้อของลูกค้าส่วนใหญ่ พบว่า ลูกค้ามีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อต่อเติมอาคาร เหตุผลในการซื้อเพราะราคาเหมาะสม ประเภทสินค้าที่ซื้อ คือ วัสดุก่อสร้าง ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งน้อยกว่า 1,000 บาท ส่วนใหญ่ลูกค้าเลือกซื้อจากร้านพินิจการช่าง

2. ระดับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าส่วนใหญ่ พบว่า โดยภาพรวมมีระดับการตัดสินใจในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีระดับการตัดสินใจในระดับปานกลาง ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับการตัดสินใจมาก

3. ลูกค้าที่มีความแตกต่างตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ลูกค้าที่มีเหตุผลในการซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างด้านราคาแตกต่างกัน ส่วนประเภทสินค้าที่ซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน และค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้างทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

The purposes of this research were 1) to study the factors affecting the purchase of the building materials, 2) to study the levels of the purchase decision of the building materials, 3) to compare the levels of the purchase decision of the building materials divided by personal factors, and 4) to compare the levels of the purchase decision of the building materials divided by factors of choosing the materials of customers in Amphur Lao Sua Kok, Ubon Ratchathani. The random sample was 246 customers living in Amphur Lao Sua Kok, Ubon Ratchathani. The instrument was the questionnaires. The data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test. Findings are as follows:

1. most customers purchased the building materials for the reconstruction. The prices were reasonable. The purchased goods were the building materials. They spent less than 10,000 baht once. Most of them purchased from Phinitkanchang Shop.

2. overall, the levels of the purchase decision were at a moderate level. The aspects of the products, prices and marketing promotion were at a moderate level. The distribution channels were at a high level.

3. the customers with different sexes, ages, education levels, jobs, monthly incomes and marital status had no significantly different decision at the level of .05.

4. the customers with various reasons of purchase had different levels of purchase decision. The kinds of goods made the different levels of the marketing promotion. The differences of each expense affected the purchase decision in all aspects at the significant level of .05.