

บทคัดย่อ

เรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของ
ลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้วิจัย : ยุติธรรม สุตะคาน

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ธรรมวิมล สุขเสริม

คำสำคัญ : กลยุทธ์ทางการตลาด, ร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ กลยุทธ์ทางการตลาด และความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี (2) เพื่อเปรียบเทียบความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และ (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานีที่ได้จากสูตรของเครจซี่และมอร์แกน จำนวน 385 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์ความแตกต่าง (t - test) สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน (F - test) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปัจจุบันอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ส่วนระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์ทางการตลาดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดและมีระดับความคิดเห็นมาก กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมีระดับความคิดเห็นมาก ส่วนระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี มีระดับความคิดเห็นโดยรวมที่ระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาปัจจุบันที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัด

อุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ตั้งของร้าน และด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอบึงมะม่วง จังหวัดอุบลราชธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ส่วนกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการกำหนดราคาไม่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอบึงมะม่วง จังหวัดอุบลราชธานี

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ABSTRACT

TITLE : FACTORS AFFECTING THE SERVICE DEMAND ON MODERN BUILDING
SUPPLY STORES OF CUSTOMERS IN PHIBUN MANGSAHAN DISTRICT,
UBONRATCHATHANI PROVICE

AUTHOR : YUDTITAM SUTAKAN

DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

ADVISOR : THUMWIMON SUKSERM, Ph.D.

KEYWORDS : MARKETING STRATEGY, MODERN BUILDING SUPPLY STORE

The purposes of this study were (1) to study demographic characteristics, marketing strategies, and the demand for modern building supply stores of customers in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province, and (2) to compare the needs of customers using modern building supply stores in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province, classified by demographics, and (3) to study influence of marketing strategies on customers' demand for modern building supply stores in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province. This is quantitative research. Participants were 385 customers in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province derived from Krejci and Morgan's formula, using convenience sampling. The instrument used for data collection was a questionnaire and statistics used were frequency, percentage, average, standard deviation, differential analysis statistics (t-test), One-way ANOVA (F-test), and multiple regression analysis.

The findings indicated that most respondents were male, aged between 36-45 years old, married, had a secondary education level, worked as private sector employees and received a monthly income of 10,001-15,000 baht. The level of opinions about the product quality marketing strategy was at the highest average and had a high opinion level. Promotional marketing strategies were at the lowest average, with a high level of opinion. The average opinion level of the customers' demand for modern building supply stores in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province was highest. The results of the hypothesis testing found that different occupations and monthly incomes significantly affected consumers' demand for modern building supply

stores in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province with a statistical significance at a 0.05 level. Diverse gender, age, marital status, and educational levels did not affect customer demand for modern building supply stores in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province. The marketing strategies consisting of product quality, store location, and promotion significantly affected the customers' demand for modern building supply stores in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province with a statistical significance at 0.01 and 0.05 levels. However, price did not affect the customers' demand for modern building supply stores in Phibun Mangsahan District, Ubon Ratchathani Province.

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี