

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณใน  
อำเภอฝักไ้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิษณุ โชติชนานุรักษ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มิถุนายน 2556

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณใน  
อำเภอฝักไ้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิษณุ โชติชนานุรักษ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มิถุนายน 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO USE GOLD SHOPS PHAK HAI  
IN PRANAKHON SI AYUTTHAYA PROVINCE

VISSANU CHOTTHANANURAK

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Master of Business Administration Degree in Business Administration  
Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

June 2013

วิษณุ โขตินานนุรักษ์. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ**  
**ในอำเภอฝักไ้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).**  
พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.  
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ศิริมณี จรรยา

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พฤติกรรมและค่านิยมการซื้อทองของผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอฝักไ้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2)เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมและค่านิยมการซื้อทองของลูกค้า เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอฝักไ้ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 248 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่าที ค่าแอลเอสดี โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านค้าทองรูปพรรณ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 - 35 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท พฤติกรรมและค่านิยมการซื้อทองของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ลูกค้าไม่มีร้านประจำในการซื้อทอง มีการเปรียบเทียบราคาทองก่อนซื้อ มาซื้อทองที่ร้านวันทำงานปกติ (จันทร์ - ศุกร์) โดยตัดสินใจซื้อทองเอง วัตถุประสงค์ของการซื้อทองเนื่องจากเห็นว่าราคาทอง ในขณะนั้นลดลงหรือไม่แพงเกินไป มีความถี่ในการมาซื้อทอง 7 - 12 เดือน/ครั้ง มีลักษณะการใช้บริการร้านทองเพื่อซื้อทองรูปพรรณให้ตนเองหรือเพื่อเป็นของขวัญ ของกำนัล โดยเลือกซื้อทองรูปพรรณเป็นสร้อยคอ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อทอง 10,001 - 20,000 บาท และมีค่านิยมในการซื้อทองรูปพรรณด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านพนักงานขาย โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง และ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าร้านค้าทองรูปพรรณ และพฤติกรรมและค่านิยมการซื้อทองต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอฝักไ้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

Vissanu Chotthananurak. (2013). **Factors Influencing the Decision to use Gold Shops**

**Phak Hai in Pranakhon Si Ayutthaya Province.** Thesis of Master of Business

Administration Degree. (General Management). Phranakhon Si Ayutthaya:

Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisory Committee:

Dr.Keerimanee Chanya.

## **ABSTRACT**

This research aims. The objectives are to 1) to study the customer. Behavior and values of consumers to buy gold. And factors affecting the use of gold shops Phak Hai in pranakhon si Ayutthaya province. District Office, 2) the factors affecting the decision to use the service by personal factors. And behavior and values of consumers to buy gold, gold store Phak Hai in pranakhon si Ayutthaya province. Questionnaire data collected from Indian stores Phak Hai in pranakhon si Ayutthaya province. District Office, 248 samples of data were analyzed using frequency, percentage, mean and standard deviation. ANOVA and t statistics, standard deviation, and the LSD. The statistical significance level of .05.

The results showed that: 1) personal factors of gold shops. Most of the women, aged 26 -35 years of undergraduate education. A partner. The average monthly income of 5,000 to 10,000 baht, behavior and values, buying gold, most consumers do not shop regularly to buy gold of gold comparing prices before buying. Buying gold at the normal working day (Monday - Friday) and decided to buy gold. The purpose of the acquisition of the gold. That the decline in the price of gold is too expensive. Frequency of buying gold, 7 to 12 months / time using the gold. To buy gold as a gift for yourself or for gifts. By buying a gold necklace with an average cost of buying gold from 10,001 to 20,000 and the value of buying gold for investment purposes. Factors affecting the use of gold shops. The product of price and physical characteristics. And the sales staff. With the overall level of the place of sale. The promotion and marketing services. Overall, it was medium 2) a person of Indian merchants. And behavior and values of consumers are buying gold, there are factors that affect the use of gold shops Phak Hai in pranakhon si Ayutthaya province.

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ ดร.ศิริมณี จรรยา ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ดร.กิติมา ทามาลี และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า ให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ทุกขั้นตอนพร้อมทั้งตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการจัดทำ และทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณลูกค้าร้านค้าทองรูปพรรณในอำเภอฝักไถ่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาทุกท่าน ที่ได้กรุณาเสียสละเวลา ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณเพื่อนๆร่วมรุ่นทุกท่าน และเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทุกท่านที่ได้ให้กำลังใจ พร้อมทั้งความร่วมมือ ประสานงาน และช่วยเหลือมาโดยตลอดจนการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์

ผู้วิจัยคงไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จในการศึกษาได้หากปราศจากครอบครัว ที่เป็นกำลังใจสำคัญเสมอมา ตั้งแต่เริ่มต้นการศึกษา จนกระทั่งการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีจึงขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

วิษณุ โชตินานุรักษ์