

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในร้านโชห่วย อำเภอโพธาราม จังหวัดกาญจนบุรี
ชื่อ-สกุล นักศึกษา	ชยพร พรหมคำชา
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิตา ยืนยง
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า 2) พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และ 3) ทักษะการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าต่อปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านโชห่วย อำเภอโพธาราม จังหวัดกาญจนบุรี งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีจำนวนประชากร 76,084 คน เป็นผู้บริโภคที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ในอำเภอโพธาราม จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 400 คน โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาร์เยอร์แมน เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มแบบสะดวก สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน สถิติวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และ ลักษณะสินค้าที่ชอบซื้อที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า ด้านความรู้สึกรู้สึกดีของผู้ซื้อ ด้านการรับรู้ป้ายราคาสินค้า และด้านทางเลือกซื้อสินค้าที่ติดป้ายราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ 3) ปัจจัยทักษะการตัดสินใจ ด้านการตัดสินใจ ด้านภาพลักษณ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าต่อปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านโชห่วย อำเภอโพธาราม จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ ปัจจัย การตัดสินใจ สินค้าอุปโภคบริโภค ร้านโชห่วย อำเภอโพธาราม จังหวัดกาญจนบุรี

Title	Factors affecting the decision to buy consumer goods in Cho Huai stores. Phon Phisai District, Nong Khai Province
Name	Yodchai Promkamsow
Advisor	Assistant Professor Dr.Nithima Yuenyong
Degree	Master of Business Administration
Year	2025

Abstract

The objectives of this research were to study 1) personal factors that influenced the decision to purchase products, 2) purchasing behavior that affected the decision to choose products, and 3) attitudes towards price labeling that influenced the decision to purchase products in a local grocery store in Phon Phisai District, Nong Khai Province. This study was quantitative research. The population was 76,084 people from person who were consumers aged 18 years and over in Phon Phisai District, Nong Khai Province, sampling size was 400 people which applied Taro Yamane' formula. The research instrument was a questionnaire used for data collection. The convenient sampling approach was used to choose the respondents. The statistics used for analysis were percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis and correlation coefficient.

The research results revealed that 1) personal factor such as gender, age, occupation, income and preferred product characteristics significantly affected the decision to purchase products at a statistical significance level of .05, 2) purchasing behavior such as buyers' perceptions, price labeling awareness and product alternatives with price labels significantly influenced the decision to purchase products at a statistical significance level of .05, and 3) attitude factors such as perception, decision-making and image related to product labeling significantly affected the decision to purchase products in a local grocery store in Phon Phisai District, Nong Khai Province statistical significance at the level of .05.

Keywords: Factors, Decisions, Consumer Products, Cho Huai Shop, Phon Phisai District, Nong Khai Province