

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี
ชื่อ-สกุล นักศึกษา	ศันสนีย์ เยาว์ธานี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.นฤมล ตีระพัฒนเกียรติ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และ 2) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีจำนวนประชากร 212,189 คน เป็นกลุ่มประชากรที่เคยซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ซึ่งคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 400 คน โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน่ เครื่องมือสำหรับงานวิจัยนี้เป็นแบบสอบถาม ใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มแบบสะดวก สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน สถิติวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ ปัจจัย การตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

Title	Factors Influencing Consumers' Purchase Decisions at Traditional Retail Stores in Photharam District, Ratchaburi Province
Name	Sansanee Yaotanee
Advisor	Dr. Naruemon Teerapattanakiat
Degree	Master of Business Administration
Year	2025

Abstract

The objectives of this research were to study 1) personal factors that influenced consumers' purchase decisions at traditional retail stores and 2) marketing mix factors that influenced consumers' purchase decisions at traditional retail stores in Photharam District, Ratchaburi Province. This study was quantitative research. The population was 212,189 people from consumers who had previously purchased products from traditional retail stores in Photharam District, Ratchaburi 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, hypothesis testing, multiple regression analysis and correlation coefficient statistics.

The research results revealed that 1) personal factors such as gender, age, education level, occupation and average monthly income significantly influenced consumers' purchase decisions at traditional retail stores statistical significance at a level of .05, and 2) the seven aspects of the marketing mix significantly influenced consumers' purchase decisions at traditional retail stores in Photharam District, Ratchaburi Province statistical significance at a level of .05.

Keywords: Factors, Purchasing decisions, Consumers from traditional retail stores, Photharam District, Ratchaburi Province