

52602311 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : ปัจจัย / พฤติกรรม / ร้านค้าทองคำรูปพรรณ

ฉกัทร ตันกิตติวัฒน์ : พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ
ในเขตเทศบาลนครนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ.ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต. 75 หน้า.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ
ร้านค้าทองคำรูปพรรณ ในเขตเทศบาลนครนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาพฤติกรรม
ผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณในเขตเทศบาลนครนครปฐม 2) เพื่อศึกษาปัจจัย
ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณในเขตเทศบาลนครนครปฐม
กลุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่พักอาศัยในเขตเทศบาลนครนครปฐม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการ
วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation:
S.D.) t-test , F-test (One Way ANOVA) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe)
ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 313 คน มีอายุ
31 – 40 ปี จำนวน 179 คน สถานภาพสมรส จำนวน 233 คน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน
290 มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท จำนวน 209 คน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป
จำนวน 151 คน ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ
ในเขตเทศบาลนครนครปฐม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับที่
1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ปัจจัย
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นลำดับสุดท้าย เมื่อ
ทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณในเขตเทศบาล
นครนครปฐมต่อลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้
เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณในเขตเทศบาลนคร
นครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมี
พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณในเขตเทศบาลนครนครปฐมไม่แตกต่างกัน

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

52602311 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : FACTORS / BEHAVIORS / GOLD ORNAMENT SHOPS

NAPAT TANKITTIWAT : CUSTOMERS' BEHAVIOR IN CHOOSING SERVICES OF GOLD ORNAMENT SHOP IN NAKHON PATHOM MUNICIPALITY AREA. THESIS ADVISOR : KREAGRIT AMPAVAT, Ph.D. 75 pp.

The objectives of this study "Consumer's Behavior in Choosing of gold ornament shops in Nakhonpathom Municipal area" were to study; 1) Consumer's Behavior in Choosing of gold ornament shops in Nakhonpathom Municipal area. 2) Factors effected to consumer's behavior in choosing of gold ornament shops in Nakhonpathom Municipal area.

This study covered 400 samples of people who live in Nakhonpathom Municipal area by using descriptive statistics such as percentage (Percentage) Average (Mean), standard deviation (Standard Deviation: SD) t-test, F-test (One Way ANOVA) and analysis by the Scheffe paired comparisons (Scheffe) at the .05 level of significance.

The result showed that most of the samples were female 313 people, aged 31-40 years, 179 were married, 233 people had graduated, 290 were employees with a monthly income of 30,000 baht 151 persons. The factors that influence consumer's behavior in choosing of gold ornament shops in Nakhonpathom Municipal area had an average of high level. The most effected factor is about the products, then service factor, others environmental factors, sale or distribution channel factor, price factor and promotion factor as the last sequence accordingly. When comparing the behavior of consumers in choosing of gold ornament shops in Nakhonpathom Municipal area, the different demographics as gender, age, marital status, occupation of consumers with an average income per month effected differently in consumer's behavior in choosing of gold ornament shops in Nakhonpathom Municipal area with significance at the level of .05. But different level of consumer's education found no difference of behavior in choosing of gold ornament shops in Nakhonpathom Municipal area



Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature

Academic Year 2012

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ ในเขตเทศบาลนครนครปฐม ครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาจาก ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งให้ความรู้ ข้อคิด คำแนะนำ คำปรึกษา พร้อมทั้งตรวจแก้ไขข้อบกพร่องจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ อีกทั้งขอกราบขอบพระคุณ ดร.กฤษฎา พัทธวานิช ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบปกป้องวิทยานิพนธ์ และดร.ธเนศ คิตรงูเรือง ที่กรุณาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ และขอขอบพระคุณ คุณแม่ และครอบครัวที่ให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน และเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่ง รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่ทำการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สามารถนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านค้าทองคำรูปพรรณ ในการนำไปประยุกต์ใช้และพัฒนาการให้บริการของกิจการให้ดียิ่งขึ้นไป

จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

