

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก
แบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน

ผู้เขียน

นางสาววรรณิ์ แสงกิติสุวัฒน์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน โดยกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ที่อาศัยอยู่หรือทำงานอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน และเคยซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-29 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท

สำหรับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อซื้อมาใช้เอง โดยจำนวนคนเฉลี่ยที่ไปซื้อสินค้าด้วยคือ 2 คน ประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยคือ เครื่องอุปโภคบริโภคครัวเรือน มักซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2 ชิ้น มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งจำนวน 51 – 100 บาท ส่วนใหญ่ซื้อเพราะใกล้บ้าน และสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ มีร้านสะดวกซื้ออยู่บริเวณใกล้เคียง ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัวจะช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยจะไปซื้อสินค้าคนเดียวบ่อยที่สุด มักซื้อสินค้าสัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าในวันอาทิตย์ โดยซื้อสินค้าในช่วงเวลา 16.01-19.00 น. ในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ จะซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเมื่อสินค้าที่ใช้อยู่หมดกะทันหัน รู้จักร้านเนื่องจากเป็นทางผ่านกลับบ้าน โดยลักษณะการซื้อ จะซื้อ

รายการเล็กๆ น้อยๆ ไม่ใช่ซื้อเป็นสินค้าหลัก มีสัดส่วนการซื้อสินค้าเฉลี่ยเมื่อเทียบกับการซื้อสินค้าทั้งหมดเท่ากับ 10 เปอร์เซ็นต์ ซื้อสินค้าเฉลี่ย 5-10 นาที มีลักษณะการเดินเลือกซื้อสินค้าเอง และจะชำระเงินด้วยเงินสด

สำหรับผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน พบว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน 3 อันดับแรก คือ ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน (ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย) เจ้าของร้านมีธรรมาศยที่ดีในการให้บริการ (ปัจจัยด้านบุคลากร) และเวลาเปิด-ปิดร้านสะดวกต่อการไปซื้อ (ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย) ตามลำดับ

Independent Study Title	Consumer Behavior Towards Buying Goods from Traditional Retail Stores in Mueang Lamphun District
Author	Miss Worrachat Saengkitisuwat
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine consumer behavior toward purchasing goods from traditional retail store in Mueang Lamphun district. The researcher selected 200 questionnaires to consumer who have lived or worked in Mueang Lamphun district and purchased goods from the traditional retail store for the last 6 months by using convenience sampling technique and analyzed by descriptive statistics to assess frequency, percentage and means.

The results found that most of the respondents were females, age between 20-29 years old, single, graduating bachelor's degree as the highest level of education, working in private company and having the average monthly remuneration in range of THB 5,001-10,000.

The consumer behavior towards purchasing goods from traditional retail store in Mueang Lamphun district found that most of the respondents purchased goods for themselves, the average customers visiting the store were 2 people, the most popular items were household products, the average purchasing were 2 items per time, and the average cost were THB 51-100.

Most of them decided to purchase at traditional retail store because the short distance from their house. On the contrary, the others preferred the convenience store nearby. The family members had the influence on their purchasing decision, most of them visited the store alone, purchasing frequency was approximately 3-4 times a week and purchasing time was Sunday from 16.01-19.00. In daily life, respondents purchased goods from hypermarket and purchased from traditional retail store when they found that their goods was out of stock. They familiar with the traditional retail store because it was located on their way back home. They were not considered

to buy products from traditional trade as the main store. The proportion of buying goods from traditional retail store was 10 percents from total purchasing. Besides, they spend 5-10 minute for purchasing time, finding goods by themselves, and paid by cash.

The results of the study of marketing mix factors effecting towards consumer behavior buying goods from the traditional retail store in Mueang Lamphun district indicated that 3 sub factors of marketing mix with highest mean score were location of the store/near their houses, living places/working place (Place), courtesy of seller (People) and business hours of the store convenience to buy (Place).