

ชื่อเรื่องการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ พฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคใน  
เขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวเจณี ต้นจันทร์พงศ์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์พรทิพย์ เขียรศิริวิทย์ ประธานกรรมการ  
รองศาสตราจารย์กาญจนา โชคถาวร กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ และ พฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยใช้ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างในแขวงนครพิงค์ จำนวน 213 ราย และแขวงศรีวิชัย จำนวน 187 ราย รวมเป็น 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ส่วนการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อใช้สถิติแบบถดถอย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างในแขวงนครพิงค์และแขวงศรีวิชัยส่วนใหญ่เป็น นักศึกษาเพศหญิง อายุเฉลี่ย 25 ปี รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในแขวงนครพิงค์ 3 อันดับแรก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของร้าน การมีบริการเคาน์เตอร์ เซอร์วิสของร้าน ด้านการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ เรียบร้อย และมีความรวดเร็ว และด้านราคาและภาพลักษณ์ขององค์กร ได้แก่ ลูกค้านำสามารถชำระค่า สินค้าด้วยบัตรเครดิต / เดบิต ราคาสินค้าสมเหตุสมผล และร้านสะดวกซื้อเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในแขวงศรีวิชัย 3 อันดับแรก คือ ด้านช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ตั้งของร้านอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก และร้านค้ามีความสะอาด ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ได้แก่ ร้านค้าเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และ ด้านการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ พนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และมีความสุภาพเรียบร้อย

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างทั้งสองแขวงส่วนใหญ่นิยมซื้อขนมและเครื่องดื่ม ครั้งละไม่เกิน 300 บาท มีความถี่ในการซื้อสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ในช่วงเวลา 18.01 – 24.00 น. รายการส่งเสริมการขายที่ชื่นชอบคือ การลดราคาสินค้า นอกจากนั้นยังใช้บริการชำระค่าไฟฟ้าและน้ำประปาผ่าน ร้านสะดวกซื้อ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพอใจต่อการใช้บริการจากร้านสะดวกซื้อใน ระดับมาก

<b>Independent Study Title</b>	Consumers' Behavior in Purchasing Goods from Convenience Stores in Chiang Mai Municipality	
<b>Author</b>	Miss Jatanee Tanchanpong	
<b>M.A.</b>	Political Economy	
<b>Examining Committee</b>	Associate Professor Porntip Tianteerawit	Chairperson
	Associate Professor Kanjana Choctawon	Member

### ABSTRACT

This Study had the objectives of examining the factors that affected the consumers' purchase and their behavior in buying goods from convenience stores in Chiang Mai Municipality. A questionnaire was used to collect information from two sample groups of consumers comprising 213 people from Khwaeng Nakhon Phing and 187 people from Khwaeng Sivichai, a total of 400 people. The analysis was done by descriptive statistics and the Likert Scale was used to study the factors that affected the decision to purchase.

The study found that consumers in Khwaeng Nakhon Phing and Khwaeng Sivichai were mostly female, with an average age of 25 years-old, a salary of 5,000 Baht who had about 4 family members. The three factors affecting their purchase from convenience stores in Khwaeng Nakhon Phing the most were the market promotion, the staff service and the price plus the image. The first factor involved advertisement and counter service, the second dealt with the quick services and politeness of the staff and the third factor related to their accepting credit/debit cards, reasonable prices and popularity. As for the three factors affecting their purchase the most were the distribution channels, that is the store's convenient location and cleanliness; the store image or popularity and the staff service which involved the prompt service and the polite manners of the staff.

Most of the consumers purchased snacks and drinks at a total value of 300 Baht or lower each time. The frequency of the purchasing was 2-3 times a week during 18.01-24.00 hrs. The most favorite sales promotion was giving discounts. The consumers

also paid their electric and water bills at the stores. Most of the consumers were satisfied with the convenience store's service at a high level.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved