

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายพงศ์ปณต มังฆะรัตน์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.พรทิพย์	เชียรธีรวิทย์	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์	พุทธวงษ์	อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อ ตลอดจนรายจ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งจำแนกตามข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจและสังคม และระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ลูกค้ายี่ห้อสินค้าจากเซเว่นอีเลฟเว่น จำนวน 200 คน และลูกค้ายี่ห้อสินค้าจากเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส จำนวน 200 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การให้น้ำหนักของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและระดับความพึงพอใจใช้สถิติทดสอบ และการทดสอบความแตกต่างของค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ใช้สถิติ One Way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสินค้าจากเซเว่นอีเลฟเว่น ส่วนใหญ่เป็นหญิงโสด อายุเฉลี่ย 26 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชนและนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ย 11,100 บาท/เดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากเซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุด คือปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ได้แก่ การลดราคา การมีของแถม รองลงมาคือ ด้านราคา ได้แก่ การคิดป้ายราคาที่สังเกตเห็นชัดเจนและปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ได้แก่ การเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อขนมและเครื่องดื่มครั้งละ 83 บาท/คน ช่วงเวลาที่นิยมซื้อคือ 14.01-18.00 น. ซื้อสัปดาห์ละ 1 ครั้ง แหล่งข้อมูลข่าวสารที่รับทราบมาจากโทรทัศน์และป้ายโฆษณาภายในร้าน กลุ่มตัวอย่างมี

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคามากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสินค้าจากเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส ส่วนใหญ่เป็นหญิงโสดอายุ 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและนักศึกษา รายได้เฉลี่ย 10,525 บาท/เดือน ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การลดราคา การมีของแถม รองลงมา คือ ด้านราคา ได้แก่ การมีป้ายราคา ที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน และ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ได้แก่ การเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ซื้อขนมและเครื่องดื่มครั้งละ 73 บาท/คน ช่วงเวลาที่นิยมซื้อคือ 14.01-18.00 น. ซื้อสัปดาห์ละ 1 ครั้ง แหล่งข่าวสารข้อมูลที่ได้รับทราบมาจากโทรทัศน์และป้ายโฆษณาภายในร้าน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดและราคามากที่สุด

รายจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการต่อครั้งที่กลุ่มตัวอย่างซื้อจากเซเว่นอีเลฟเว่น และเทสโก้ โลตัส เอ็กซ์เพรส มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสินค้าจากเซเว่นอีเลฟเว่นจ่ายครั้งละ 83 บาท ขณะที่ซื้อจากเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส จ่าย 73 บาทต่อคน เมื่อจำแนกรายจ่ายในการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อทั้ง 2 แห่ง ตามเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ผู้ที่มีรายประจำ และ ผู้ที่มีรายได้ในช่วง 15,000-30,000 บาท/เดือน ที่ซื้อสินค้าจากเซเว่นอีเลฟเว่น มีรายจ่ายมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ผู้ที่มีรายได้ประจำ และผู้ที่มีรายได้ในช่วง 15,000-30,000 บาท/เดือน ที่ซื้อสินค้าจากเทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Independent Study Title	Consumers' Behavior in Purchasing Goods and Services from Convenience Stores in Saraphi District, Chiang Mai Province
Author	Mr.Pongpanod Mangkarat
Degree	Master of Economics
Independent Study Advisory Committee	Assoc.Prof.Porntip Tianteerawit Advisor Asst.Prof.Dr.Piyaluk Buddhawongsa Co-advisor

ABSTRACT

This study aimed to examine factors and behavior associated with consumers' purchase of goods and services from convenience store as well as The expense per Shopping of buyers in different socioeconomic categories and to assess consumers' satisfaction with their purchase of good from convenience stores in Saraphi District area of Chiang Mai Province. Information was collected by questionnaire survey applied to 200 samples each of buyers from 7-elevent store and those from Tesco Lotus express store making. A total too samples, Analysis was based on descriptive statistics , weighted scores of factors affecting consumers' purchase, the results of Likert scale rating of consumers' satisfaction and One Way ANOVA to verify the difference in the expense level per shopping.

The study found the customers of 7-elevent store were generally characterized as single female, 26 years old on the average, bachelor's degree student/graduate, private business employee/student, and with 11,000 baht average monthly income. The most important factor inducing consumers to buy goods from 7-elevent store appeared to be marketing promotion such as price reduction and gift offer, followed by the factors of price for the clear price level, and the corporate image for it's being known among the general public. Most sampled buyers purchased

snack and beverage for 83 baht/person on the average per visit to the 7-eleven store, during 14.01-18.00 p.m., and shopped once a week. They learned about the store's information from television and advertisement signs within the store. They rated their satisfaction with the store services at moderate level and primarily with the marketing and price factors.

The sampled customers of Tesco Lotus express store were largely represented by single female, 25 years old with bachelor's degree education, private company employee/ student and with 10,525 bath average monthly income. Factors leading there to purchase goods at this store were exactly the same things as in the case of customers of 7-eleven store, Here at Tesco Lotus express store, most buyers purchased snack and beverage at 73 bath/person on the average per store visit which was generally during 14.01-18.00 p.m., and they did the buying here once a week on the average. They learned of the store information from television and in-house advertisement. The majority of the samples expressed their satisfaction with the store services as moderate and mostly with the marketing and price factors.

The total express per shopping was different statistically significant between shoppers at 7-eleven and these at Tesco Lotus express, 83 bath *versus* 73 bath per person per store visit. The total expense per shopping of customers classified by gender, education occupation and income also appeared different at statistically significant level between the two stores under study. Specifically, people characterized as female with bachelor's degree education, having fixed income in the range of 15,000-30,000 bath per month would have the tendency to spend more where shopping at 7-eleven compared to the purchase at Tesco Lotus express.