

ได้วิจัยสอนหนังสือพิเศษพิเศษ
.....นักศึกษา
.....อาจารย์ที่ปรึกษา
.....ประธานหลักสูตร
วันที่ 30 ก.ย. 2556



กิตติกร โกวิทศรียะ. (2556). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ
จากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระ
บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา :
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.กิตติมา ทามาถิ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าที่ร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 384 คนเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ ค่าแอลเอสดี และค่าไคสแควร์ โดยกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 18.01 น. - 24.00 น. ซื้อสินค้าและใช้บริการ 1 ครั้ง/วัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง 100 - 200 บาท ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตนเอง นิยมซื้อสินค้า ที่ห้างสรรพสินค้า ประเภทของสินค้าและบริการ คือ ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน การใช้บริการแคตตาล็อกเซอร์วิส คือ ชำระค่าไฟฟ้า มีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อ คือ เดินทางสะดวก/ใกล้บ้าน สื่อโฆษณาที่เข้าถึงผู้บริโภค คือ หนังสือพิมพ์ และขอการส่งเสริมการขาย แบบ แจกฟรี และมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และสิ่งแวดลอม ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยรวม ไม่แตกต่างกัน และช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการซื้อสินค้าและใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง ผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าและสถานที่ซื้อสินค้า ต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ไม่แตกต่างกัน 3) เพศ มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการ อายุ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสินค้าและใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง ผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้า และสถานที่ซื้อสินค้า สถานภาพสมรสและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง และผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง



Kittikorn Kowitissariya. (2013). **Consumers' Behaviors and Factors Affecting Decision in Buying Merchandise and Services from Convenience Stores at Khlong Luang in Pathumthani.**

An Independent Study for M.B.A. (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya:

Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor: Dr. Kittima Thamalee.

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study consumers' personal factors, behaviors in buying merchandise and services, and factors affecting decision in buying merchandise and services from the convenience stores; 2) compare the factors affecting decision in buying merchandise and services from the convenience stores classified by the consumers' personal factors and behaviors in buying merchandise and services; 3) investigate the relation between the personal factors and the behaviors in buying merchandise and services. The samples were 384 consumers. The research instrument was a questionnaire. The statistical analysis was performed in terms of frequency, percentage, standard deviation, t-test, F-test, LSD and Chi-square by specifying the statistically significant level at .05.

The findings revealed that the consumers were mostly female, married, obtained diplomas or higher vocational certificates, worked for companies and earned 10,001 - 15,000 baht a month. They worked during 06.01 pm - 12.00 pm, bought merchandise and used services once a day with the expenses of 100 - 200 baht. They decided to buy the merchandise by themselves, and preferred buying things at department stores. The aspects of merchandise and services were personal belongings: soap, and toothpaste, and etc. The counter services used were paying for electricity bills. The reasons of buying merchandise at the convenience stores were comfort of travelling and the stores were near their houses. The advertising media that they accessed were newspapers, and the marketing promotion they preferred was giving out free samples. Additionally, high levels of their decision in buying merchandise and services revealed on products, prices, places and environment, marketing promotion, personnel and service procedure; 2) Differences in the consumers' sex, age, marital status, education levels, occupation and incomes per month did not affect differences in their decision in buying merchandise and services. In addition, differences in the consumers' duration of time in using services, frequency in buying merchandise and using services, expenses per time, people involving in making decision to buy the merchandise and the places they bought the merchandise did not affect differences in their decision in buying merchandise and services; 3) Sexes related to duration of time in using the services. Ages related to frequency in buying merchandise and using services, expenses in buying per time, people involving in making decision in buying merchandise and places in buying. Marital status and occupation related to duration in using services, expenses per time and people involving in making decision. Education levels related to duration in using services and expenses per time; and incomes per month related to expenses in buying per time.



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจากบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่ได้ให้ความร่วมมือและช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ในการค้นคว้าอิสระจนสำเร็จเรียบร้อยด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ประธานกรรมการสอบ ดร.ศิริมณี จรรยา ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.ปฐมพงษ์ สุภเลิศ และกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ดร.กิติมา ทามาลี ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ช่วยเหลือ ให้ข้อเสนอแนะและแนะนำ อีกทั้งยังได้ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือ ประสานงานตลอดการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้บริ โภคที่มาซื้อสินค้าที่ร้านสะดวกซื้อในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ต่อการค้นคว้าอิสระเป็นอย่างดียิ่ง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวที่เป็นกำลังใจ และขอบคุณเพื่อนทุกคน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา จนทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

กิตติกร โกวิทอิสริยะ