

## บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง** : พฤติกรรมในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการเลือกร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชนอำเภอจอมทอง จังหวัด เชียงใหม่
- ผู้จัดทำ** : นางสาว ฉิชา ทองจำรูญ
- อาจารย์ที่ปรึกษา** : ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ
- หลักสูตร** : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- วันที่อนุมัติผลงาน** : ตุลาคม 2550
- จำนวนหน้า** : 121 หน้า

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคและปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการเลือกร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชน อำเภอ จอมทอง จังหวัด เชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคและศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด ที่ใช้ในการเลือกร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชนในอำเภอจอมทอง จังหวัด เชียงใหม่ มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น เลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวกและดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงวันที่ 10 กรกฎาคม 2550 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2550 โดยใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างและผ่านการทดสอบค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) พบว่ามีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.948

ผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 3,000 – 5,000 บาท และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 4 คน

ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าหมวดของใช้ส่วนตัว มากที่สุด โดยตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวเองและซื้อสินค้าเพื่อใช้ในครอบครัว ส่วนใหญ่นิยมเข้าไปซื้อสินค้าในช่วงเวลา 17.01 – 19.00 น. แต่ไม่สามารถกำหนดวันที่แน่นอนในการซื้อสินค้าได้ ทั้งนี้ขึ้นกับความจำเป็นหรือความต้องการในการใช้สินค้านั้นเป็นหลัก โดยทำการ

ซื้อสินค้ามากกว่า 1 ครั้งต่อวัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านขายของชำใกล้บ้าน เนื่องจากเหตุผลหลักคือ อยู่ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน สามารถเดินทางได้สะดวกโดยรถยนต์หรือใช้จักรยานใช้เวลาในการเดินทางน้อยกว่า 30 นาที ใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้า 10 – 30 นาที และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยครั้งละ 100 – 200 บาท โดยในการซื้อแต่ละครั้งจะใช้รูปแบบการบริการด้วยตัวเอง

ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการเลือกร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนปัจจัยด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ในเรื่องสถานที่ตั้งของร้านค้าปลีกสะดวกต่อการเดินทาง เจ้าของร้านมีอัตราซัคดี ผู้ขาย/พนักงานมีความซื่อสัตย์ ยิ้มแย้ม แจ่มใส สินค้ามีฉลากระบุวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุ มีเครื่องหมายรับประกันคุณภาพ เช่น อย. รวมถึงความสะดวก ภายในร้านค้าและความน่าเชื่อถือในการคิดเงิน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า จากการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนาอนุมานใช้ T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยทางด้านการบริการและปัจจัยทางด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน(กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,000 บาทและกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 6,000 บาท) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05