

## บทคัดย่อ

### วิชา บธ.851 : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาดที่ผู้บริโภคพิจารณาเลือกร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชนในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายคนัย ดาราหทัยกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2544
จำนวนหน้า	: 58 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยทางการตลาดที่ผู้บริโภคพิจารณาเลือกร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชนในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลการวิจัยเป็นข้อมูลปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดขนาดตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยประชากร (t - Test) และตารางไขว้ (Cross Tabulation)

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งผู้บริโภคออกเป็น 2 กลุ่ม คือผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าอุปโภค บริโภคจากร้านค้าทั่วไปในท้องถิ่น และผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านค้าทั่วไปในท้องถิ่น สาเหตุที่เลือกซื้อเนื่องจากสินค้าราคาถูกและใกล้บ้าน ส่วนผู้บริโภคที่ซื้อจากร้านไฮเปอร์มาร์เก็ต สาเหตุที่เลือกซื้อ เนื่องจากสินค้าราคาถูกและมีให้เลือกมาก

ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าทั่วไปในท้องถิ่น ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจะมีช่วงอายุ 15 - 20 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับ ปวช. ปวส. และอนุปริญญา อาชีพนักเรียน นักศึกษา รายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท พฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้า 1 ครั้งต่อวัน มีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 50 – 100 บาท มักจะซื้อสินค้าในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน หากสินค้าที่ซื้อต้องการไม่มี ก็จะซื้อยี่ห้ออื่นแทน

กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อจากร้านไฮเปอร์มาเก็ตและห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จะมีช่วงอายุ 31 – 35 ปี สถานภาพสมรสแล้ว การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง รายได้ 6,001 – 9,000 บาท ด้านพฤติกรรม ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อสินค้า 2 – 3 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 501 – 1,000 บาท มักจะซื้อสินค้าในช่วงเวลาไม่แน่นอน หากสินค้าที่ซื้อต้องการไม่มีก็จะเปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นแทน

การศึกษาปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายสินค้าผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยด้านสถานที่ ด้านกระบวนการขาย และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะร้านค้าทั่วไปในท้องถิ่นควรเพิ่มประเภทสินค้าในร้านให้หลากหลาย มีสินค้าให้เลือกหลายยี่ห้อ สินค้ามีความทันสมัย มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภค สร้างความประทับใจในด้านการให้บริการ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่นำมาขายเพื่อจะสามารถตอบข้อสงสัยและแนะนำผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าในร้านได้ มีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ รักษาความสะอาดภายในร้านและบริเวณ ภายนอกร้าน ส่งเสริมการตลาดโดยลดราคาสินค้าบางตัวเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าครบตามมูลค่าที่กำหนด มีการสะสมคะแนน เพื่อรับของสมนาคุณ ซึ่งทำให้มีผู้บริโภคมาซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น