

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการค้าปลีกสมัยใหม่ กับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอ เมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี
ชื่อนักศึกษา	นัฐภัตสรณ์ วงษ์มิ่งษ์
รหัสประจำตัว	55B53170224
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์วรุณี เขาวนัสสุขุม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการจากร้านสะดวกซื้อในอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการค้าปลีกกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อในอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านสะดวกซื้อในอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรดับเบิลยู จี โคอซัน ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสถิติ ไค-สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า

1) ผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อในอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษานุปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท พฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อในอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี พบว่าเหตุผลในการซื้อของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ คือ ซื้อมาใช้เอง ประเภทสินค้าที่ซื้อของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ คือ เป็นเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น น้ำอัดลม นมกล่อง น้ำผลไม้ ปริมาณการซื้อของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ คือ ซื้อต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้ง ผู้มีอิทธิพลในการซื้อของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ คือ ตนเอง เวลาที่ซื้อของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ คือ เวลา 06.00-10.00 น. สถานที่ในการซื้อของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ คือ ซื้อที่ เซเว่น อีเลฟเว่น และความถี่ในการซื้อของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ คือ ซื้อ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์

2) ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอเมืองสระบุรี ทุกปัจจัยไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีกที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี คือ ประเภทสินค้าที่ซื้อ ปริมาณการซื้อ ผู้มีอิทธิพลในการซื้อ และความถี่ในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การค้าปลีกสมัยใหม่ พฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ

Independent Study Title	Relationship between Modern Retailing Mix and Consumer Behavior of Customers at Convenience Stores in Mueng Saraburi District, Saraburi Province
Student	Natphatson Wongmahing
Student ID	55B53170224
Degree	Master of Business Administration
Field of Study	Business Administration
Independent Study Advisor	Associate Professor Warunee Chouwasukum

ABSTRACT

This research aimed to 1) study the buying behavior of customers at convenience stores in Mueng Saraburi district, Saraburi Province, 2) study the relationship between the customers' personal factors and their buying behavior at the convenient stores in Mueng Saraburi district, Saraburi Province, and 3) study the relationship between the modern retailing mix and the customers' buying behavior at the convenience stores in Mueng Saraburi district, Saraburi Province. The research population was the customers of the convenience stores in Mueng Saraburi district, Saraburi Province. The sample size was calculated using W.G. Cochran's formula. The sample comprised 400 customers. A questionnaire served as the main research tool. The statistics used for the data analysis were percentage, mean, and standard deviation, and relationship analysis was made using chi-square.

The research results are as follows:

1) The majority of the customers of the convenient stores in Mueng Saraburi district, Saraburi Province were women aged 21 - 30 years old. Most of them were single and had a diploma or equivalent certificate. They were self-employed or pursued a trading business and had a monthly income of 15,001 - 20,000 baht. Regarding the buying behavior of the customers at the convenience stores in Mueang Saraburi district, Saraburi Province, it was found that the main reason for buying was for personal usage. The customers of the convenient stores mostly bought commodities in the category of non- alcoholic beverages, such as soft drinks, and milk and juice boxes. The value of each of the customers' purchases totaled less than 500 baht. The person influencing their buying behavior was the customers themselves. In most cases, they bought commodities in the convenient stores between 06.00 - 10.00 a.m. The place where they made their purchases was 7 - 11 stores. As for the frequency, they bought commodities from the convenience stores 1 - 2 times per week.

2) As for the relationship between the customers' personal factors and their buying behavior at the convenience stores in Mueng Saraburi district, Saraburi Province, none of the factors had any relationship with the buying behavior at the statistical significance level of 0.05.

3) The retailing mix factors found to be related to the buying behavior of the customers at the convenience stores in Mueng Saraburi District, Saraburi Province were: commodity category, purchase value, person influencing the purchase and buying frequency at the statistical significance level of 0.05.

Keywords: Modern Retail, Consumer Behavior of Convenience Store Users



GRAD VRU