

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกรายย่อย
ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร

ผู้เขียน นางสาวอุษณีย์ ศาสติคุปต์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.วรรณีย์ สายประเสริฐ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วน
ประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกรายย่อยในอำเภอ
เมืองสมุทรสาคร โดยเก็บตัวอย่างจากผู้บริโภคที่ซื้อสินค้ารายย่อยที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร
จำนวน 300 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิง
พรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 29 ปีมีระดับ
การศึกษาขั้นสูงสุด คือ มัธยมศึกษา/ปวช มีอาชีพพนักงานบริษัทรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000
บาทสถานภาพโสด

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกรายย่อยในอำเภอเมืองสมุทรสาคร
พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกรายย่อยเพื่อซื้อมาใช้เอง โดยไปซื้อ
สินค้าด้วยตัวเอง ประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยคือ เครื่องดื่ม เช่น น้ำอัดลม นม น้ำเปล่า มักซื้อสินค้าโดย
เฉลี่ยต่อครั้ง คือ 3 ชิ้น มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งจำนวน 51 – 100 บาท ส่วนใหญ่ซื้อเพราะใกล้บ้าน และ
เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกรายย่อย คือ มีสินค้าให้เลือกน้อย ส่วน
ใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัวจะช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยจะไปซื้อสินค้าคนเดียวบ่อยที่สุด
มักซื้อสินค้าทุกวัน ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ โดยซื้อสินค้าในช่วงเวลา 16.01-19.00
น. ในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก จะซื้อ
สินค้าที่ร้านค้าปลีกรายย่อยเมื่อสินค้าที่ใช้อยู่หมดกะทันหัน รู้จักร้านค้าปลีกรายย่อยเนื่องจาก เป็น
ทางผ่านกลับบ้านโดยลักษณะการซื้อ จะเดินเลือกหาสินค้าเอง และจะชำระเงินด้วยเงินสด

ผลการศึกษาร่วมประสมการตลาดค้าปลีกที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกรายย่อยในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่า ส่วนประสมการตลาดค้าปลีกในด้านต่างๆ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน 3 อันดับแรก คือ เจ้าของร้านมีอภยาศัยที่ดีในการให้บริการ (ด้านบุคลากร) เจ้าของร้านรู้จักลูกค้า ทักทายได้อย่างถูกต้อง (ด้านบุคลากร) และราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย (ด้านราคา) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Consumer Behavior Towards Buying Goods from Small Retail Stores in Mueang Samut Sakhon District
Author	Ms. Ussanee Salikup
Degree	Master of Business Administration
Advisor	Lecturer Dr. Wanlanai Saiprasert

ABSTRACT

The purpose of this independent study is to examine behavior of consumers and retailing mix affecting purchasing of goods from small retail store in Mueang Samut Sakhon. A set of questionnaires was distributed to 300 consumer who purchased goods from small retail store using quota sampling technique and analyzed by descriptive statistics to assess frequency, percentage and means.

The results found that most of the respondents were females, age between 20-29 years old, single, secondary education/vocational as the highest level of education, working in private company and having the average monthly remuneration in range of THB 10,000-20,000.

The behavior of consumers towards buying goods from small retail stores in Mueang Samut Sakhon found that most of the respondents purchased goods for themselves, the average customers visiting the store were oneself, the most popular items were beverage products, the average purchasing were 3 items per time, and the average cost were THB 51-100. Most of them decided to purchase at small retail store because the short distance from their house. On the contrary, the others preferred the available to a few product. The family members had the influence on their purchasing decision, most of them visited the store alone, and purchasing frequency was approximately every day and purchasing time were Monday- Friday from 16.01-19.00. In daily life, respondents purchased goods from modern small retail store and purchased from small retail store

when they found that their goods was out of stock. Besides, they finding goods by themselves, and paid by cash.

The results of the study of retailing mix affecting consumer in buying goods from the small retail store in Mueang Samut Sakhon district indicated that 3 sub factors of retailing mix with highest mean score were courtesy of seller (People), the owner greeted recognized correctly (People) and price does not change (Price).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved