

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและการซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ กรณีศึกษาร้านสะดวกซื้อนอกระบบแฟรนไชส์และร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้เขียน	: ณิชฎฐ์ทิพย์ ธิงงทา, ปริญญา ดาวล้อม, พรทพยั สททศกคค
ประธานที่ปรึกษา	: รองศาสตราจารย์ ดร.สุททนนท พรมสมุวรรณ
ประเภทสารนิพนธ์	: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณทิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2550

บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมาย

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการซื้อสินค้า ในร้านสะดวกซื้อนอกระบบแฟรนไชส์และร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาค้นคว้าการซื้อสินค้า ในร้านสะดวกซื้อกรณีศึกษาร้านสะดวกซื้อนอกระบบแฟรนไชส์และร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือน พฤศจิกายน - ธันวาคม พ.ศ. 2549 จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง กระบวนการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการออกแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้า และส่วนที่ 3 ปัจจัยการซื้อสินค้าและบริการ

ผลการศึกษาค้นคว้า

ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อนอกระบบแฟรนไชส์และร้านเซเว่นอีเลฟเว่น คือ อายุ จะมีความสัมพันธ์กับมูลค่าของสินค้าที่ซื้อและความถี่ในการใช้บริการ ในส่วนอาชีพจะมีความสัมพันธ์กับมูลค่าของสินค้าที่ซื้ออย่างเดียว การศึกษามีความสัมพันธ์กับเวลาที่ให้บริการ

จากการศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อนอกระบบแฟรนไชส์พบว่า เพศหญิงและเพศชายมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาดแตกต่างกัน

การศึกษาระหว่างชั้นต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษากับระดับปริญญาตรีพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน รายได้ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่าง ในขณะที่ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการแตกต่างกัน แต่ไม่พบความแตกต่างเป็นรายคู่ จากการศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อร้านเซเว่นอีเลฟเว่น พบว่าด้านราคามีความแตกต่างกันระหว่างโสดกับสมรส

จากการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อระหว่างร้านสะดวกซื้อนอกระบบเฟรนไชส์กับร้านเซเว่นอีเลฟเว่น พบความแตกต่างทั้งด้านวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด