

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกจำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก และ 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก โดยใช้ตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test LSD และค่าไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก พบว่า สินค้าที่ซื้อเป็นประจำของผู้บริโภค ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน เช่น น้ำอัดลม นม เบียร์ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง สถานที่ที่สะดวกในการเลือกใช้บริการเป็นร้านค้าปลีกที่ใกล้บ้าน ระยะห่างจากร้านค้าปลีกที่เลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่จะมีระยะห่างน้อยกว่า 200 เมตร ส่วนเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก เพราะใกล้สถานที่ที่ต้องการจะซื้อ ความบ่อยครั้งในการใช้บริการ ส่วนใหญ่จะใช้บริการร้านค้าปลีก สัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง การใช้จ่ายในแต่ละครั้งในการซื้อสินค้า ประมาณ 51-100 บาท ข้อดีของร้านค้าปลีกที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคใช้บริการจะต้องสะดวกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ข้อเสียของร้านค้าปลีกที่ทำให้ผู้บริโภคไม่ใช้บริการ ส่วนใหญ่ คือ ไม่คิดป้ายราคาและช่วงเวลาที่ให้บริการร้านค้าปลีกเป็นประจำ คือ 18.01 – 24.00 น.

2. ระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก อยู่ในระดับ

ปานกลางเช่นเดียวกัน โดยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกต่ำกว่าทุกด้าน

3. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่มี สถานภาพ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก แตกต่างกัน ในด้านราคา ผู้บริโภคที่มี อาชีพ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก แตกต่างกัน ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย ส่วนผู้บริโภคที่มี รายได้ ต่อเดือน แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก แตกต่างกัน ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

4. เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก จำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก พบว่า ผู้บริโภคที่มีการเลือกสถานที่ที่สะดวกในการเลือกใช้บริการ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก แตกต่างกัน ในด้านราคา ผู้บริโภคที่มีความบ่อยครั้งในการใช้บริการและการใช้จ่ายแต่ละครั้งที่ใช้บริการ แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก แตกต่างกัน ในด้านสถานที่จัดจำหน่าย ส่วนผู้บริโภคที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีกเป็นประจำแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก แตกต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด

5. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก พบว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกสถานที่ที่สะดวกในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก ส่วนระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้บริการร้านค้าปลีก ส่วนอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกระยะห่างจากร้านค้าปลีกที่ใช้บริการ พฤติกรรมการใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และพฤติกรรมในการเลือกช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีกเป็นประจำของผู้บริโภค

ABSTRACT

174023

Research of behaviour and satisfaction of consumers in a selection of retail stores in Phranakhon Si Ayutthaya aims to 1) study behaviour of using services in retail stores; 2) study the level of satisfaction of services in retail stores; 3) compare the level of satisfaction of services in retail stores categorized by personal factors; 4) compare the level of satisfaction in a selection of retail stores categorized by behaviour in using services; and 5) explore the relationship between personal factors and behaviour in using services in retail stores of consumers in Phranakhon Si Ayutthaya province. Statistical analysis was performed using frequency, percentage, arithmetic means, standard deviation, t-test, f-test, LSD, and the Chi-square test.

The findings indicated that :

1. According to the behaviour of selecting retail stores, the most commonly bought products were cold drinks- e.g. soft drinks, milk, beer, and energy drinks. They chose to go to retail stores that were near home with a distance not over 200 meters. Frequency of use was mostly about 1-3 times per week, amount spent per visit around 51-100 baht. What attracted the consumers to use the retail stores was the short distance from home or office. The consumers mostly avoided the retail stores that had no fixed prices on products and that they only opened from 18.01-24.00.

2. The level of satisfaction of using services in retail stores in overall was medium. When considering each aspect, it was found that the consumers showed the level of satisfaction in retail stores in products, price, store location, and market promotion in a moderate level. The satisfaction of prices indicated the lowest average.

3. Regarding the comparison of the level of satisfaction to select the retail stores based on the consumer's behaviour, it was found that the consumers with different status showed different levels of satisfaction in choosing retail stores through prices. The consumers with different occupation had different levels of satisfaction in choosing retail stores through store locations. For those with different monthly salaries showed different levels of satisfaction in selecting retail stores through the 4 aspects- products, prices, store locations, and market promotion.

4. Concerning the comparison of the level of satisfaction to select the retail stores based on the behaviour in using services, it was found that the consumers who chose places that were convenient to them showed different levels of satisfaction in choosing retail stores through prices. The consumers who differed in frequency of visit and payment for each visit indicated different levels of satisfaction in choosing retail stores through places of selling. The consumers who had different times of visiting stores showed different levels of satisfaction in choosing retail stores through market promotion.

5. For the relationship between personal factors and behaviour in selecting retail stores, it was found that education level, occupation, and monthly income showed the relationship with behaviour in choosing the stores that were convenient them. Education level and monthly income showed the relationship with behaviour indicating frequency of visit to the stores. Age, status, education level, occupation, and monthly income showed the relationship with behaviour indicating the distance of the stores to their houses, behaviour indicating amount of payment for each visit, and behaviour indicating regular times that they visited the stores.