

ชื่อภาคนิพนธ์ : พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อ  
กรณีศึกษา : กรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
ชื่อผู้เขียน : มณฑิรา กิตติศักดิ์นาวิน  
ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม)  
ปีการศึกษา : 2545

---

การศึกษา พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อ กรณีศึกษา : กรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทร้านสะดวกซื้อ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษาปัจจัย ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทร้านสะดวกซื้อ

กรอบในการการศึกษาประกอบด้วยตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการซื้อสินค้า ซึ่งมีตัวชี้วัดเป็นความถี่ในการซื้อต่อเดือนและจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้ง และตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และทัศนคติต่อร้านสะดวกซื้อ

กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบบังเอิญประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มารับบริการที่ร้านสะดวกซื้อ จำนวน 200 คน เครื่องมือในการศึกษา คือ แบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการทอดแบบสอบถามให้กรอก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Correlation t-test และ F-test

#### ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 30 ปี มีสถานภาพโสด มีสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน

บริษัทเอกชน มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน

2. ทศนคติต่อร้านสะดวกซื้อในภาพรวมอยู่ในระดับดีปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ทศนคติต่อร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับดีปานกลางทั้ง 6 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยทศนคติสูงสุด คือ ด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

3. ร้านสะดวกซื้อที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการบ่อยที่สุด คือ 7-Eleven ด้วยเหตุผลที่ใกล้บ้าน โดยการเดินไปร้านสะดวกซื้อคนเดียว ช่วงเวลาที่ไปซื้อสินค้าอยู่ระหว่าง 18:01–24:00 น. ซื้อสินค้า 4–6 ครั้งต่อเดือน สินค้าที่ซื้อเป็นสินค้าประเภทอาหาร ของขบเคี้ยว ยา เป็นจำนวนเงิน 51 - 100 บาท ต่อครั้ง

4. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ได้แก่ เพศและสถานภาพสมรส โดยเพศชายซื้อสินค้าต่อเดือนมากกว่าเพศหญิง และคนโสดซื้อสินค้าต่อเดือนมากกว่าผู้ที่สมรสแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการซื้อสินค้าต่อเดือนและปัจจัยส่วนบุคคลทั้งหมดในการศึกษาค้างนี้ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินในการซื้อสินค้าต่อครั้ง

#### ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดให้มีห้องน้ำสะอาดไว้บริการลูกค้า
2. ควรรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิต โดยกำหนดเป็นมูลค่าขั้นต่ำในการรับชำระ
3. จัดหาที่จอดรถที่ใกล้ที่สุดไว้บริการลูกค้า
4. จัดให้มีตู้ ATM ไว้บริการ
5. เพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้มากขึ้น รวมทั้งรับประกันคุณภาพสินค้า
6. จัดพนักงานให้เพียงพอและฝึกอบรมมารยาทในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

The two objectives of the study were 1) to find out the purchasing behavior of consumers at convenience stores in Bangkok and nearby provinces, and 2) to identify the factors related to their purchasing behavior there.

The framework of the study included the dependent variable -- purchasing behavior -- which consisted of two indicators, i.e., frequency in making purchases per month and the amount of money spent each time ; and the independent variables -- that is, sex, age marital status, number of family members, education, occupation, income and attitude toward convenience stores.

A questionnaire was used to collect the data from 200 people who used the service of convenience stores in Bangkok and nearby provinces. These samples were selected by accidental sampling. Percentage, mean, standard deviation, Correlation, t-test and F-test were employed to analyze the data.

The findings were summed up below.

1. Most of the subjects were female. Their average age was 30. They were single and had 3-4 family members. They held a Bachelor's degree and worked for private firms. Their incomes were 10,000-20,000 baht a month.

2. The subjects' attitude toward convenience stores was found to be moderately positive ( $\bar{X} = 3.47$ ). When the individual dimensions were considered, it was found that the subjects had a moderately positive attitude for all the six dimensions, and distribution received the highest mean ( $\bar{X} = 3.67$ ).

3. The sample group used the service of 7-Eleven most often because it was near their houses and it was convenient to walk there alone. They went to buy things there during 6:01 – 12:00 pm. And 4-6 times a month. The goods they normally bought were foods, snacks and drugs. They usually spent 51-100 baht at a time.

4. The factors found to be significantly related to their purchasing behavior at convenience stores at the 0.05 level were sex and marital status. That is, the males made purchases there per month more than female ones. The singles made purchases there per month more than the married ones. On the other hand, age, number of family members, education, occupation, and income were found to have no relationship with frequency in making purchases per month. Also, all the background variables mentioned had no relationship with the amount spent each time at a convenience store, either.

### Recommenderations

1. Toilets should be available for the customers.
2. Paying by credit card should be possible. The minimum amount for purchasing by credit card should be set.
3. The store should have parking spaces near it to facilitate the customers.
4. An ATM should also be available near the store.
5. A larger selection of goods should be available and the goods quality should be guaranteed.
6. There should be enough staff and the staff should be continuously train to service the customers with polite manners.