

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ความต้องการของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการค้ำปลีก สำหรับร้านซุเปอร์มาร์เก็ต ในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านซุเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาการให้น้ำหนักความสำคัญของส่วนประสมการค้ำปลีกในความต้องการของลูกค้าร้านซุเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนพฤษภาคม 2549 โดยผู้เก็บข้อมูลกรอกแบบสอบถาม ด้วยตนเอง ทำการเก็บข้อมูลหน้าร้านค้ำปลีกแบบซุเปอร์มาร์เก็ต ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) แล้วนำเสนอด้วยตารางประกอบการแปลความหมายเชิงอธิบาย และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยสถิติไค-สแควร์ ค่าสถิติ คือ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพื่อให้ทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านซุเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ปัจจัยด้านเพศของลูกค้ามีความสัมพันธ์ วัน เวลาที่ใช้บริการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและ สินค้าที่นิยมซื้อ ปัจจัยด้านอายุมีความสัมพันธ์กับผู้ซื้อสินค้าที่ซื้อ วัน เวลาที่ใช้บริการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย สินค้าที่นิยมซื้อ การเตรียมตัวก่อนการซื้อ และซุเปอร์มาร์เก็ตที่ใช้บริการประจำ ปัจจัยด้านการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ วัน เวลาที่ใช้บริการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย สินค้าที่นิยมซื้อ การเตรียมตัวก่อนการซื้อ และซุเปอร์มาร์เก็ตที่ใช้บริการประจำ ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้ซื้อสินค้าที่ซื้อ ความถี่ วัน เวลาที่ใช้บริการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย สินค้าที่นิยมซื้อ การเตรียมตัวก่อนการซื้อ และซุเปอร์มาร์เก็ตที่ใช้บริการประจำ ปัจจัยด้านรายได้รวมต่อเดือนของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับผู้ซื้อสินค้าที่ซื้อ ความถี่ วัน เวลาที่ใช้บริการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย สินค้าที่นิยมซื้อ การเตรียมตัวก่อนการซื้อ และซุเปอร์มาร์เก็ตที่ใช้บริการประจำ ปัจจัยด้านสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับผู้ซื้อสินค้าที่ซื้อ ความถี่ วัน เวลาที่ซื้อ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย สินค้าที่นิยมซื้อ การเตรียมตัวก่อนการซื้อ และซุเปอร์มาร์เก็ตที่ใช้บริการประจำ ปัจจัยด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับผู้ซื้อสินค้าที่ซื้อ เวลาที่ใช้บริการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย สินค้าที่นิยมซื้อ การเตรียมตัวก่อนการซื้อ และซุเปอร์มาร์เก็ตที่ใช้บริการประจำ

สำหรับการให้น้ำหนักความสำคัญของลูกค้าร้านซุเปอร์มาร์เก็ต ในส่วนประสมการค้ำปลีก พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับ มากที่สุด กับปัจจัยด้านการคัดสรรสินค้าในส่วนประสมการค้ำปลีก และให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านการตั้งราคา ปัจจัยด้านการจัดตกแต่งร้าน ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง และปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านการสื่อสาร ตามลำดับ