

พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์
ของประชาชน ในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี

คุณารัตน์ หาญพานิช

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ปีการศึกษา 2550

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์
ของประชาชน ในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี

คุณารัตน์ หาญพานิช

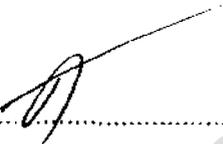
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ปีการศึกษา 2550

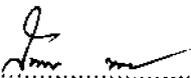
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

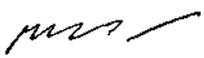
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี อนุมัติวิทยานิพนธ์ เรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า จากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ของประชาชน ในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี เสนอโดย นางคุณารัตน์ หาญพานิช เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป


.....รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา
(นายตระกูล จันทสุนทร)

วันที่ 27 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2550

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สมพร พวงเพ็ชร)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลชลี พวงเพ็ชร)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัชวีร์ ยิ้มพงษ์)


.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(นางกนกนภา เลี้ยงประยูร)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ของประชาชน ในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลชลี พวงเพชร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัชวรินทร์ ยิ้มพงษ์
ชื่อนักศึกษา	คุณารัตน์ หาญพานิช
สาขาวิชา	การจัดการทั่วไป
ปีการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ของประชาชน ในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี และ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ของประชาชน ในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพจำนวนสมาชิกในครอบครัวและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้มาเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ อำเภอเมืองจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 385 คนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.98 ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของฟิชเชอร์ (Fisher's Least Significant Difference : LSD) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ พบว่า ส่วนใหญ่ ผู้บริโภคเดินทางไปห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ โดยรถยนต์ส่วนตัว ใช้ระยะเวลาเดินทางไปห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ประมาณ 30 นาที - 1 ชั่วโมง มีเหตุผลในการไปใช้บริการห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ บ่อยที่สุดคือสินค้าราคาถูก ใช้บริการที่ห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ 1 ครั้ง / สัปดาห์ ใช้บริการในวันเสาร์ - อาทิตย์ ช่วงระยะเวลา 13.00-17.00 น. ใช้บริการอยู่ในห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์เป็นระยะเวลานาน 30 นาที - 1 ชั่วโมง ใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ 500 - 1,000 บาท ซื้อสินค้าในห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ไปเพื่อใช้ในครอบครัว โดยซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์แผนกซูเปอร์มาร์เก็ต และต้องการให้ห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์จัดบริการแผนกเฟอร์นิเจอร์

โดยได้รับข้อมูลข่าวสารของห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์จากป้ายหน้าห้าง และผู้บริโภคส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยเงินสด

2. ระดับของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ พบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละรายการของระดับของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ พบว่าอยู่ในระดับมาก 5 รายการ และมากที่สุด 1 รายการ โดยรายการที่มีระดับพฤติกรรมสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านปริมาณการซื้อ รองลงมาคือด้านการเลือกผลิตภัณฑ์ และด้านการเลือกตรา

3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัวและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Thesis Title The Shopping Behavior of People Patronizing CHAISAENG
Department Store in Mueang District, Sing Buri Province

Thesis Advisors Assoc. Prof. Dr. Kulchalee Phuangphet
Asst. Prof. Chawat Yimpong

Name Kunarat Hanpanich

Concentration General Management

Academic Year 2007

ABSTRACT

This research aims to 1) study the shopping behavior of people patronizing CHAISAENG department store in Mueang District, Sing Buri Province, and 2) compare the shopping behavior of the people patronizing CHAISAENG department store in Mueang District, Sing Buri Province as classified by sex, age, marital status, level of education, career, and monthly income. The samples used were 385 people who patronized CHAISAENG department store in Mueang District, Sing Buri Province. The instrument used to collect data was a questionnaire with a reliability value of 0.98. The data was analyzed by a ready-made program to calculate percentage, mean (\bar{X}), standard deviation (S.D.), t-test, F-test, and Fisher's Least-Significant Difference: LSD.

The findings of the research indicated that:

1. the shopping behavior at CHAISAENG department store: most consumers went there by private cars, spending 30 minutes to 1 hour in the department store. Their reason for shopping at the aforementioned store were the inexpensive goods available. They shopped for 30 minutes to 1 hour there once a week, usually on the weekend from 1 p.m.-5 p.m. and spent 500-1,000 baht on average per visit. They bought goods at the supermarket department and also utilized the furniture service division there. Their perceived information about the department store came from the cutout advertisement in front of the store. Most shoppers paid using cash.

2. the level of shopping behavior of people patronizing CHAISAENG department store in Mueang District, Sing Buri Province was rated at a high level, when considering each individual aspect of the behavior, five aspects were rated at a high level and one was rated at the highest. The three behavior ranging in descending order were product quantity, product choices, and logo choices.

3. regarding the comparison of the shopping behavior at the aforementioned store as classified by personal factors, the consumers of different sex, age, marital states, level of education, career, number of family members, and monthly income overall had different shopping behavior at the store with a statistically significant difference at a level of .001.

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี โดยมุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ของประชาชน ในอำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความรู้ ความเข้าใจ และความช่วยเหลือแนะนำอย่างดียิ่งของอาจารย์ที่ปรึกษารองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณี พวงเพชร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัชวรินทร์ ยัมพงษ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาและชี้แนะทางที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์สมพร พวงเพชร ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชชนก สอนสีดา ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันิดา เพิ่มศิริ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุธาสนี ศิริโกคาภิรมย์ และรองศาสตราจารย์สาคร สุขุมาลินทร์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบ ความถูกต้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สมพร พวงเพชร ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์กนกนภา เลี้ยงประยูร กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านที่ให้คำปรึกษาให้ข้อเสนอแนะ ในการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จสมบูรณ์

ท้ายที่สุดขอกราบขอบพระคุณ ครู อาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาให้ รวมทั้งขอขอบพระคุณเจ้าของตำรา เอกสาร งานวิจัยทุกเล่มที่ได้นำมาอ้างอิง

คุณารัตน์ หาญพานิช

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	7
สมมติฐานการวิจัย.....	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก.....	9
วิวัฒนาการการค้าในประเทศไทย.....	9
โครงสร้างธุรกิจค้าปลีกไทยในปัจจุบัน.....	10
สภาพการค้าธุรกิจค้าปลีกปัจจุบัน.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	17
แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค.....	18
ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	21
ส่วนประสมทางการตลาด.....	26
พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของประชาชน.....	36
การเลือกผลิตภัณฑ์.....	36
การเลือกตราหรือยี่ห้อ.....	37
การเลือกผู้ขาย.....	39
การเลือกเวลาในการซื้อ.....	40
ปริมาณการซื้อ.....	41
ลักษณะการซื้อ.....	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
งานวิจัยในประเทศ.....	44
งานวิจัยต่างประเทศ.....	47

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	50
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและหาค่าคุณภาพเครื่องมือ.....	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	113
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	113
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	113
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	113
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและหาค่าคุณภาพเครื่องมือ.....	114
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	115
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	115
สรุปผลการวิจัย.....	116
อภิปรายผล.....	119
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	120
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	120
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	121
บรรณานุกรม.....	122
ภาคผนวก.....	124
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	125
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	133
ภาคผนวก ค หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	135
ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์.....	141

สารบัญตาราง

		หน้า
ตาราง 1	ลักษณะของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ประเภทต่างๆ	13
ตาราง 2	โครงสร้างการถือหุ้นของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ของไทยก่อนและหลังการเปลี่ยนแปลง.....	14
ตาราง 3	จำนวนสาขาของดีสเคานท์สโตร์ตั้งแต่ปี พ.ศ.2537 – 2545.....	17
ตาราง 4	การกำหนดขนาดตัวอย่างในแต่ละวัน.....	51
ตาราง 5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพทั่วไป.....	59
ตาราง 6	พาหนะที่ใช้เดินทางไปห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	61
ตาราง 7	ระยะเวลาที่ใช้เดินทางไปห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	61
ตาราง 8	เหตุผลในการไปใช้บริการห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	62
ตาราง 9	ความถี่ในการไปใช้บริการห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	62
ตาราง 10	วันที่นิยมไปใช้บริการห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์	63
ตาราง 11	ช่วงเวลาที่ใช้บริการห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	63
ตาราง 12	ระยะเวลาในการเข้าไปใช้บริการในห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	64
ตาราง 13	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	64
ตาราง 14	สาเหตุหลักที่เข้ามาซื้อสินค้าในห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	65
ตาราง 15	แผนกสินค้าที่ได้รับความนิยมซื้อมากที่สุด 3 ลำดับแรกของห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	65
ตาราง 16	แผนกสินค้าที่ต้องการให้มีบริการเพิ่มเติมในห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	66
ตาราง 17	การได้รับข้อมูลข่าวสารของห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์.....	66
ตาราง 18	วิธีการชำระเงินในการใช้บริการห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์	67
ตาราง 19	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ด้านการเลือกผลิตภัณฑ์.....	67
ตาราง 20	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ด้านการเลือกตราสินค้า.....	68
ตาราง 21	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ด้านการเลือกผู้ขาย.....	69

ตาราง 22	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ด้านเวลาในการซื้อ.....	70
ตาราง 23	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ด้านปริมาณการซื้อ.....	70
ตาราง 24	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ด้านลักษณะการซื้อ.....	71
ตาราง 25	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ในภาพรวม.....	73
ตาราง 26	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำแนกตามเพศ.....	74
ตาราง 27	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำแนกตามอายุ.....	75
ตาราง 28	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ ด้านการเลือกผลิตภัณฑ์.....	76
ตาราง 29	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ ด้านการเลือกตราหรือยี่ห้อ.....	77
ตาราง 30	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ ด้านการเลือกผู้ชาย.....	77
ตาราง 31	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าห้างไชยแสงดีพาร์ทเมนท์สโตร์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ ด้านเวลาในการซื้อ.....	78
ตาราง 32	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ ด้านปริมาณการซื้อ.....	79
ตาราง 33	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากห้างไชยแสง ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการของฟิชเชอร์ ด้านลักษณะการซื้อ.....	79

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 กรอบแนวคิดของการศึกษา.....	7
ภาพ 2 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค).....	19
ภาพ 3 รูปแบบปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	22

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี