

บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษเสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาเชียงราย

โดย

นายปรมินทร์ นิมานนท์

พฤษภาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภร เกตุวราภรณ์

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาเชียงราย 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่อห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาเชียงราย และตั้งสมมติฐานการวิจัยว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีต่อห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาเชียงราย มีความแตกต่างกัน ข้อมูลที่ได้รวบรวมจากผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาเชียงราย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS/For Windows) ผลการวิจัยมีดังนี้

ผู้บริโภคที่มาเลือกซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี อาชีพนักเรียน /นักศึกษา มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี เป็นโสด จำนวนสมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 3 – 4 คน ยานพาหนะที่ใช้เดินทางมาห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ เป็นประจำคือ รถยนต์

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อสินค้าและบริการ ที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีเหตุผลคือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกมาก ความถี่ในการไปเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค จำนวน 2 ครั้ง ต่อเดือนในช่วงเวลา วันธรรมดาเวลา 18.01-24.00 น. การใช้จ่ายเงินเพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการใน 1 ครั้งอยู่ระหว่าง 501-1,000 บาท ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อเป็นประจำคือ ประเภทอาหารแห้งและเครื่องปรุงรส ผู้บริโภคต้องการให้มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในรูปแบบการลดราคามากที่สุด

ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมาเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ห้างสรรพสินค้า บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ โดยมีปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าและบริการแยกได้ ดังนี้ คือ ปัจจัยทางการตลาดโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยอื่น ๆ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ในด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านสังคมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ปัญหาที่ผู้บริโภคตอบมากที่สุดคือ ด้านราคา ในเรื่องราคาผลิตภัณฑ์บางอย่างราคาสูงกว่าราคาตามร้านขายส่งในตลาด ส่วนข้อเสนอแนะที่ผู้บริโภคตอบมากที่สุด คือด้านการจัดจำหน่าย ในเรื่องควรจัดผลิตภัณฑ์ให้เป็นหมวดหมู่ หาง่าย และน่าสนใจ

ปัจจัยส่วนบุคคลยกเว้น เพศ กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการในเรื่องความถี่ในการไปเลือกซื้อสินค้าและบริการมีความแตกต่างกัน

เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษากับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการในเรื่องช่วงเวลาที่ใช้ไปเลือกซื้อสินค้าและบริการมีความแตกต่างกัน

อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษากับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการในเรื่องการใช้จ่ายเงินเพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการ 1 ครั้ง มีการแตกต่างกัน

อายุ อาชีพ และรายได้กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการในเรื่องรายการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุดมีความแตกต่างกัน

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

CONSUMER BEHAVIOR IN MAKING DECISION TO PURCHASE GOODS AND SERVICE AT BIG-C SUPERCENTER, CHIANGRAI BRANCH

By

PORAMIN NIMANONT

May 2002

Chair man: Assistant Professor Suporn Ketwaraporn

Department / Faculty: Department of Agricultural Business Administration and Marketing, Faculty of Agricultural Business

The purposes of this research were 1) to find out consumer behavior in purchasing goods and services at Big C Supercenter in Chiangrai Branch ; 2) to find out the consumer's satisfaction in purchasing goods and services at Big C Supercenter in Chiangrai Branch . The research hypotheses were ;differences in personal factors i.e. gender, age, occupation, income and education cause differences in consumer behavior in purchasing goods and services at Big C Supercenter in Chiangrai Branch.

The data were collected by means of questionnaires from 400 consumers purchasing goods and services at Big C Supercenter in Chiangrai Branch and analysed with the micro computer by using the SPSS/PC⁺. The research findings were as follow:

Most of the consumers were single, female, aged 21 – 30 years, being students, held a bachelor degree, had an income less than 5,000 baht per month and 3 – 4 family members ,and went to the stores by car.

Most of the consumers purchased goods and services at Big C Supercenter as it had varieties of products. Purchasing frequency was twice a week, at working day time: 18.01–24.00 p.m. An average of each purchasing was 501 – 1,000 baht. The goods usually purchased were dried foods, seasoning and sauce; the promotions most wanted was the reduction of the price.

The factors affecting the consumers' decision on buying goods and services at a high level were product, price and place while promotion affected their decision at a moderate level. Overall influences of other factors were high; economy and culture affected the consumers' decision at a high level but social factors had a moderate level of influence. The consumers' most frequent problems were some goods have higher price than those in another market. They recommended to group the products for easy finding and interesting.

The cases were found to be correlated between personal factors and purchasing behavior, there are:

Personal factors, except gender with the frequency of purchasing.

Gender, age, occupation, income and education with time of purchasing.

Age, occupation, income and education with amount of money spent at each purchasing.

Age, occupation and income with promotion of purchasing.