

**การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านส่วนประสมการค้ำปลีก และพฤติกรรมการบริโภค  
ของลูกค้ำกับแนวโน้มการใช้บริการร้านสุวรรณ**

**The relationship between the Satisfaction Levels of Retail Mix and Consumer Behavior to  
Tendency Purchasing Products from Suwan Shop**

จิราภรณ์ สุวรรณ<sup>1</sup> และฐิติกานท์ สัจจะบุตร<sup>2</sup>

10.14456/JRGBSRANGSIT.2016.16

**บทคัดย่อ**

บทความนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านส่วนประสมการค้ำปลีก และพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้ำกับแนวโน้มการใช้บริการร้านสุวรรณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการร้านสุวรรณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านสุวรรณ เก็บแบบสอบถาม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ANOVA , T-test และ Pearson Correlation coefficient ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในส่วนประสมการค้ำปลีกแต่ละด้านพบว่า ลูกค้ำร้านสุวรรณ มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ด้านส่วนประสมการสื่อสารการตลาด ด้านการบริการลูกค้ำ ด้านนโยบายราคา และด้านการออกแบบร้านและการจัดวางสินค้า ตามลำดับ ด้านพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้ำร้านสุวรรณ พบว่ายอดซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 100 บาท ช่วงเวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ช่วงเย็น ช่วงวันที่มาใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ช่วงวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ความถี่ในการมาใช้บริการร้านสุวรรณในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมาสูงสุด 6 ครั้งขึ้นไป การทดสอบสมมติฐานพบว่าความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวโน้มการใช้บริการร้านสุวรรณ พบว่า ปัจจัยด้านเพศ และอาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการใช้บริการร้านสุวรรณไม่แตกต่างกัน การทดสอบความแตกต่างด้านพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้ำกับแนวโน้มการใช้บริการร้านสุวรรณ พบว่า ช่วงวันที่มาใช้บริการที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการใช้บริการร้านสุวรรณไม่แตกต่างกัน และทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจในส่วนประสมการค้ำปลีกมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการใช้บริการร้านสุวรรณ พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ำในส่วนประสมการค้ำปลีกทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มการใช้บริการร้านสุวรรณ

**คำสำคัญ:** ส่วนประสมการค้ำปลีก

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการตลาดค้าปลีก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

### **Abstract**

This quantitative research examined the relationship between the satisfaction levels of retail mix and consumer behavior to tendency purchasing products from Suwan Shop. This research aimed to study the correlation between the satisfaction levels of retail mix and consumer behaviors of tendency purchasing products from the shop. The subject group included 400 customers. Data were analyzed by descriptive statistics of mean, percentage, average value, ANOVA, standard deviation, T-test and Pearson Correlation Coefficient. The results showed that most of the respondents were female aged between 30-39 years old. They were married and held high school diploma. They were currently self-employed. Their monthly average salary ranged from 20,001-30,000 Baht. The analysis of the data showed that most of Suwan Shop customers had a high level of satisfaction in the location including the variety of products that the shop offered. The communication and marketing schemes that the shop used included the price and store design accordingly. In terms of consumer behavior, the average price paid by customer per visit to Suwan Shop was 100 Baht, and most often consumers came in the afternoon and evening to purchase the products on regular weekdays (Monday to Friday). The respondents came to the shop averagely 6 times per month. The statistic also showed that the factors that differentiated each consumer behaviors of purchasing products of Suwan Shop was their gender and occupation. The difference between the days that each type of consumer came to the shop also differentiated their purchasing behaviors. The hypothesis testing of the relationship between consumer behavior and satisfaction level of retail mix of Suwan Shop showed that most consumers were satisfied with the service of Suwan Shop. The findings also identified the correlation between the satisfaction levels of retailers and consumer behaviors of Suwan Shop.

**Key words:** Retail Mix