

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	4
ทฤษฎีส่วนประสมการค้ำปลีก	7
กลยุทธ์การตลาดในธุรกิจค้ำปลีก	9
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
ขอบเขตการศึกษา	14
วิธีดำเนินการศึกษาและเก็บข้อมูล	16
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	16
การวิเคราะห์ข้อมูล	16
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	17
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	17

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส	22
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส จำแนกตาม จำแนกตาม เพศ และอายุ	37
ส่วนที่ 4 ตัวแปรส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส	72
ส่วนที่ 5 ตัวแปรส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส จำแนกตามเพศ และอายุ	79
ส่วนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส	91
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ปัญหา และข้อเสนอแนะ	95
สรุปผลการศึกษา	95
อภิปรายผลการศึกษา	104
ข้อค้นพบ	108
ข้อเสนอแนะ	110
ข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้	112
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป	113
บรรณานุกรม	114
ภาคผนวก	115
แบบสอบถาม	116
ประวัติผู้เขียน	134

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 คำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ(7O's) เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	6
2.2 กลยุทธ์การตลาดค้าปลีก	8
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม จำนวนเที่ยวของการใช้บริการโดยสารรถไฟฟ้า บีทีเอส โดยเฉลี่ยในแต่ละสัปดาห์	22
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ (เที่ยวไป)	23
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ (เที่ยวกลับ)	24
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสถานีรถไฟฟ้าที่ใช้ขึ้นและลงเป็นประจำ	25
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้ประโยชน์อื่นใดนอกเหนือจากการใช้ประโยชน์เพื่อการเดินทาง	26
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสังเกตประเภทของร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส	27
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้เคยใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส	28
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามสาเหตุที่ไม่ได้ใช้บริการ	29
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามเหตุผลที่จะใช้บริการในอนาคตมากที่สุด	30
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามประเภทของร้านค้า	31
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าหรือบริการ บ่อยครั้งที่สุด	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการร้านค้าใน สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการร้านค้า	33
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตาม การจำนวนครั้งในการใช้บริการ โดยเฉลี่ยใน หนึ่งสัปดาห์	34
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามสถานีที่ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้ามาก ที่สุด	35
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการร้านค้าใน สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้ บริการ	36
4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามวิธีการชำระค่าสินค้า หรือ ค่าบริการ	36
4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม จำแนกตามการใช้ ประโยชน์ อื่นๆ จากสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส นอกเหนือจากการใช้ประโยชน์ จากการเดินทาง และเพศ	37
4.19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสังเกตประเภท ของร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส ที่ใช้บริการ และเพศ	38
4.20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้ประโยชน์ อื่น ๆ จากสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส นอกเหนือจากการใช้ประโยชน์จากการ เดินทาง และอายุ	39
4.21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการสังเกตประเภท ของร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส ที่ใช้บริการ และอายุ	40
4.22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการร้านค้าใน สถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามสาเหตุที่ไม่ได้ใช้บริการ และเพศ	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการร้านค้าใน สถานีในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามเหตุผลที่จะใช้บริการในอนาคต และเพศ	44
4.24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการร้านค้าใน สถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามสาเหตุที่ไม่ได้ใช้บริการ และอายุ	46
4.25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการร้านค้าใน สถานีในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามเหตุผลที่จะใช้บริการในอนาคต และอายุ	48
4.26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามประเภทของร้านค้าที่ใช้บริการ และเพศ	50
4.27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าหรือบริการบ่อยที่สุด และเพศ	52
4.28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ และเพศ	53
4.29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการเฉลี่ยในหนึ่งสัปดาห์ และเพศ	55
4.30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามสถานีที่ซื้อสินค้าและบริการมากที่สุด และเพศ	56
4.31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งในการใช้บริการ และเพศ	58
4.32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามวิธีการชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ และเพศ	59
4.33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามประเภทของร้านค้าที่ใช้บริการ และอายุ	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.34 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส จำแนกตามช่วงเวลาที่ย้อสินค้าหรือบริการบ่อยที่สุด และอายุ	62
4.35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ และอายุ	64
4.36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการเฉลี่ยในหนึ่งสัปดาห์ และอายุ	66
4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส จำแนกตามสถานีที่ย้อสินค้าและบริการมากที่สุด และอายุ	68
4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งในการใช้บริการ และอายุ	70
4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส จำแนกตามวิธีการชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ และอายุ	71
4.40 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปลีก ด้านสิ่งที่ย้ออำนวยความสะดวกทางกายภาพ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส	72
4.41 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปลีก ด้านสินค้า/การวางแผนขายสินค้า ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส	74
4.42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปลีก ด้านการกำหนดราคา ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส	75
4.43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปลีก ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดัก ด้านการบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ำในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส	77
4.45 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดัก ด้านการจัดองค์การ/บุคลากรที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ำในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส	78
4.46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดัก ด้านสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ำในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามเพศ	79
4.47 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดัก ด้านสินค้า/การวางแผนขายสินค้า ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ำในสถานีจำแนกตามเพศ	80
4.48 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดัก ด้านการกำหนดราคา ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ำในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามเพศ	81
4.49 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดัก ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ำในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามเพศ	82
4.50 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดัก ด้านการบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ำในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามเพศ	83
4.51 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดัก ด้านการจัดองค์การ/บุคลากรที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ำในสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามเพศ	84
4.52 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดัก ด้านสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้ำในสถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส จำแนกตามอายุ	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.53	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดิก ด้าน สินค้า/การวางแผนขายสินค้า ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ ร้านค้าในสถานีจำแนกตามอายุ	86
4.54	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดิก ด้าน การกำหนดราคา ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าในสถานี รถไฟฟ้่าบีทีเอส จำแนกตามอายุ	87
4.55	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดิก ด้าน การส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าใน สถานีรถไฟฟ้่าบีทีเอส จำแนกตามอายุ	88
4.56	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดิก ด้าน การบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส จำแนกตามอายุ	89
4.57	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดิก ด้าน การจัดองค์การ/บุคลากรที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านค้าใน สถานีรถไฟฟ้่าบีทีเอส จำแนกตามอายุ	90
5.1	สรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยลำดับที่ 1 และ 2 ของตัวแปรส่วน ประสมการค้ำปดิกในแต่ละด้านที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่าบีทีเอส จำแนกตามเพศ	100
5.2	สรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยลำดับที่ 1 และ 2 ของตัวแปรส่วน ประสมการค้ำปดิกในแต่ละด้านที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ ร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่าบีทีเอส จำแนกตามอายุ	101
5.3	สรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดิกที่มี ผลต่อการใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส มากที่สุด 10 อันดับ แรก	109
5.4	สรุปลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยของตัวแปรส่วนประสมการค้ำปดิกที่มี ผลต่อการใช้บริการร้านค้าในสถานีรถไฟฟ้่า บีทีเอส น้อยที่สุด 5 อันดับแรก	110