

ได้ตรวจสอบความถูกต้องแล้ว

..... นักศึกษา

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

..... ประธานหลักสูตร

วันที่ 2 ก.ย. 2556



ศรเชษฐ์ ธีราชัย. (2556). ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ศิริมณี จรรยา

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคและข้อมูลของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของผู้บริโภคในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) เปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และข้อมูลของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และ 5) เปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที และค่าเอฟ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ ระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง และรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ข้อดีของร้านค้าปลีก คือ สะดวกใกล้บ้าน/ที่ทำงาน และข้อเสียของร้านค้าปลีก คือ ไม่ติดป้ายราคา ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมทุกวัน เหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพราะใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน สถานที่ที่สะดวกในการเลือกซื้อ มีระยะห่างจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมน้อยกว่า 200 เมตร ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ คือ สินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ 17.01 น. - 21.00 น. และใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง 51-100 บาท

ทัศนคติของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ มีข้อเสียของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต่างกัน มีระดับทัศนคติในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมแตกต่างกันในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านทำเลที่ตั้ง ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว และข้อดีของร้านค้าปลีกแตกต่างกัน มีระดับทัศนคติในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยรวมไม่แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรม ในด้านความถี่ของการมาใช้บริการ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ บริเวณที่ซื้อสินค้าเป็นประจำ ช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก จำนวนเงินในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง และระยะห่างจากร้านค้าปลีกต่างกัน มีทัศนคติในการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้งและด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน



Surachet Thirachai. (2013). **Consumers' Attitudes towards Traditional Retailer Shops at Phranakhon Si Ayutthaya District in Phranakhon Si Ayutthaya.** An Independent Study for M.B.A. (Business Administration). Phranakhon Si Ayutthaya: Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor: Dr. Khirimanee Chanya.

ABSTRACT

The purposes of this research were to: 1) study consumers' personal factors and information of traditional retailer shops; 2) investigate the consumers' behaviors in selecting to use the traditional retailer shops' services; 3) seek the consumers' attitudes towards the shops; 4) compare the consumers' attitudes in selecting to use the shops' services classified by personal factors and information of the traditional retailer shops; 5) compare the consumers' attitudes in selecting to use the retailer shops' services. The samples were 385 people buying stuff at the traditional retailer shops and living at Phranakhon Si Ayutthaya District. The research instrument was a questionnaire. The statistical analysis was performed in terms of frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test. The statistically significant level was specified at .05.

The findings revealed that the consumers were mostly female, in the ages during 26-35 years old, married, graduated with bachelor's degrees, worked as company employees and earned 101,001 – 20,000 baht per month. They had at least 5 family members and had lived in the area for at least 5 years. For the advantage of the retailer shops, it was comfortable due to being near houses / workplaces. Regarding the disadvantage, it did not stick the price labels. With regard to selecting to use the shops' services, they were near the consumers' houses and workplaces, and the shops they bought stuff was less than 200 meters away from their houses. The stuff they bought comprised consumer goods. The time they bought the stuff was during 05.01 – 9.00 pm with the expenses of 51–100 baht each time. The consumers' attitudes in selecting to use the shops' services were at high levels on products; but moderate levels revealed on prices, shops location and marketing promotion. Differences in the consumers' personal factors on incomes per month, length of time living in the area and ideas involving disadvantages of the shops affected differences in their selecting to use the shops' services. Differences in the consumers' sexes, ages, marital status, education levels, number of family members and ideas involving advantages of the retailer shops did not affect differences in their selecting to use the shops' services. Differences in the consumers' behaviors on frequency in using services, reasons in buying stuff, aspects of stuff bought, areas they often buying the stuff, period in buying, expenses spent each time and distance of the shops from their houses did not affect differences in their attitudes in selecting to use the services on products, prices, shops location and marketing promotion.



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาและการให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งจาก ดร.ศิริมณี จรรยา ซึ่งเป็นประธานที่ปรึกษาการค้นคว้า ดร. สานติ เล็กมณี ประธานการสอบ การค้นคว้าอิสระ และรองศาสตราจารย์สุจิตรา จันทนา ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและ ข้อคิดเห็นในการปรับปรุงถ้อยคำ ถ้อยคำ เพื่อให้ผู้อ่านหรือให้ผลงานมีความเข้าใจง่ายขึ้น ซึ่งทำให้ การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ผู้วิจัยขอขอบคุณลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณบิดามารดาที่ให้อำนาจใจในการทำการค้นคว้าอิสระ และพี่ๆ เพื่อนๆ ที่เรียน ระดับปริญญาโท รุ่น 9 สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ที่ให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

สุรเชษฐ์ ธีราชัย