

ชื่อเรื่องการค้าปลีกแบบอิสระ      ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอ  
โพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผู้เขียน      นางสาวนุชน้อย กิติคุณานนท์

ปริญญา      บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าปลีกแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิ ลงกานี

ประธานกรรมการ

อาจารย์เอก บุญเจือ

กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การค้าปลีกแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี โดยใช้วิธีการกำหนดโควตาจากผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรีที่อาศัยอยู่ใน 18 ตำบล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า อาชีพข้าราชการ มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท สถานภาพสมรส

ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าในอำเภอโพธารามมีร้านค้าปลีก คิดว่าสินค้าที่ขายประเภทของใช้ส่วนตัว ของใช้ทั่วไป เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ผงซักฟอก น้ำยาล้างห้องน้ำ มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอโพธารามจากสื่อที่เป็นป้ายร้านค้า มากที่สุด ด้านราคาสินค้าเมื่อเทียบกับร้านค้าสินค้ามาตรฐาน พบว่า มีราคาพอๆกัน ด้านคุณภาพสินค้า พบว่า คุณภาพพอๆกับร้านค้าสินค้ามาตรฐานเช่นกัน

ด้านความรู้สึก ความพึงพอใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความชอบ และความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการค้าปลีก เรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร

การค้าปลีก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ คุณภาพของสินค้า

ปัจจัยย่อยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ การให้บริการของพนักงานขาย

ปัจจัยย่อยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรการค้าปลีก ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อย ที่มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับแรกคือ มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น

ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แน่นอน ร้านค้าปลีกที่ชอบไปใช้บริการบ่อยที่สุด คือร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา เนื่องจากราคาสินค้าถูก สินค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ครีมนำรุงผิว แป้ง ฯลฯ เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เพราะ ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า คือ 17.01 – 21.00 น. จำนวนที่ซื้อต่อครั้ง คือ 101 – 500 บาท การมาใช้บริการซ้ำ คือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง การส่งเสริมการขายที่สนใจ คือ การลดราคาสินค้า ถ้ามีการส่งเสริมการขายจะมีการซื้อสินค้าเพิ่ม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคาสินค้ามากกว่าด้านการบริการ และมีความเห็นว่าในอนาคตร้านค้าปลีกในอำเภอโพธารามจะมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย

**Independent Study Title** Consumers Attitude Towards Retail Stores in  
Photharam District, Ratchaburi Province

**Author** Miss Nuchnoi Kiticunanont

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assistant Professor Dr. Ravi Lonkani Chairperson

Lecturer Ek Bunchua Member

**ABSTRACT**

This independent study aimed to study the attitude of consumer towards retail stores in Photharam District, Ratchaburi Province. Questionnaires were used to collect data from 400 people, who lived in 18 sub-districts and used the retail stores. The data were analyzed by using descriptive statistic, i.e. frequency, percentage and mean

From the study, it was found that the majority of respondents was female, age between 21-30, married, with bachelor degree or equivalent, government employees, and had monthly income between 5,001-10,000 baht.

The cognitive element, it revealed that the respondents had known the existence of retail stores in Photharam District. They had known that personal consumer products were sold such as soaps, toothpastes, shampoos, detergents, cleaning products, etc. The media that most influenced their awareness was the stores' sign board. In comparison between retail stores and discount stores, they believed that both price and quality were at the same level.

The affective element, regarding the satisfaction towards retail marketing mix, it revealed that the respondents were satisfied in order by Personality factor, Product factor, Place factor, Promotion factor and Price factor

Product factor – the respondents rated their satisfactions at a high level of average score. The most satisfied sub factor was the product quality.

Price factor – the respondents rated their satisfactions at a high level of average score. The most satisfied sub factor was the reasonable price.

Place factor – the respondents rated their satisfactions at a high level of average score. The most satisfied sub factor was the retail stores' location that are near to home or office

Promotion factor – the respondents rated their satisfactions at a high level of average score. The most satisfied sub factor was the service of sales staffs.

Personality factor – the respondents rated their satisfactions at a high level of average score. The most satisfied sub factor was the stores' friendliness and close-tie to local neighborhood.

On the behavior element, the study showed that the frequency of visiting the retail stores was uncertain. The most visited stores by respondents were Photharam Store and its branches, with reasons of lower price. The majority of products bought from retail stores were personal products (such as soaps, toothpaste, shampoos, lotion, powder, etc.) with reason of closed location to home and office. The most visited time frame was 5.01 pm to 9.00 pm. Average spending amount each time was 100-500 baht. The respondents would return to retail stores once a week. The most effective promotion was price discount and they were willing to buy more if there were such promotion. The respondents gave more weigh to price than service. Regarding the future of retail stores in Photharam District, they believed that there would be slight decline.