

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอโพธาราม และมาใช้บริการร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำนวนทั้งหมด 400 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.00 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 27.00 รองลงมา อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 25.50 การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 47.75 รองลงมา คือ อนุปริญญา / ปวส. ร้อยละ 16.25 อาชีพข้าราชการ ร้อยละ 36.25 รองลงมา คือ พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 14.75 รายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 33.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 23.25 และมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 65.25

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผลจากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 ราย จำแนกตามองค์ประกอบของทัศนคติ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรู้จัก ความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ความพึงพอใจ และด้านพฤติกรรม มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผลการศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าในอำเภอโพธารามมีร้านค้าปลีก และมีสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ สินค้าประเภทผลการศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่าในอำเภอโพธารามมีร้านค้าปลีก และมีสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ สินค้าประเภทของใช้ส่วนตัว

ของใช้ทั่วไป เช่น สมูท ยาสีฟัน ยาสระผม ผงซักฟอก น้ำยาล้างห้องน้ำ ฯลฯ ของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ชา กาแฟ ฯลฯ เครื่องเขียน แบบพิมพ์ เช่น ดินสอ ปากกา สมุด ฯลฯ และอื่นๆ ได้แก่ ขนมอบัสต บัตรเติมเงินโทรศัพท์ สื่อที่ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าปลีกในอำเภอโพธารามโดย สังกัดจากป้ายร้านค้า มีความคิดเห็นว่า ร้านค้าปลีกกับร้านค้าปลีกมีราคาพอๆกัน และสินค้ามีคุณภาพพอๆกัน

2.2 ด้านความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้า สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยมีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีการคิดป้ายราคาสินค้า มีคู่มือส่วนลดเงินสด และสามารถใช้บัตรเครดิตได้ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมากด้าน สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เวลาเปิดร้าน เวลาปิดร้าน ความสะอาดของร้าน มีบริเวณไว้บริการที่จอดรถ และมีบริการส่งสินค้า ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางด้าน การให้บริการของพนักงานขาย กิริยามารยาทของพนักงานขาย การแนะนำสินค้าของพนักงาน เอกสารแนะนำร้านค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของแถม และการโฆษณาร้านค้าปลีก ตามลำดับ

ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมากด้านมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นที่รวมสินค้าหลากหลายมาให้บริการใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน บรรยากาศภายในร้านน่าซื้อ ตามลำดับ

2.3 ด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แน่นอน ร้านค้าปลีกที่ชอบไปใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา ร้านที่ชอบไปใช้บริการบ่อยที่สุด เพราะ ราคาสินค้าถูก สินค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประเภทของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม รองลงมา คือ ของใช้ภายในครัว อาหารสำเร็จรูป เช่น ข้าวสาร น้ำปลา มะขาม กุ้งสำเร็จรูป ของใช้ทั่วไป เช่น ผงซักฟอก น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน เครื่องดื่ม เช่น น้ำหวาน น้ำผลไม้ ชา กาแฟ และอื่นๆ ได้แก่ ขนมปังสด บั๊ครเติมเงินโทรศัพท์ ตามลำดับ เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เพราะ ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / ตลาดสด ราคาสินค้า ไม่แพงบางครั้งถูกกว่า มีความคุ้นเคยเชื่อถือมานาน ตามลำดับ ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า คือ 17.01–21.00 น. 14.01 – 17.00 น. และ 11.01 – 14.00 น. ตามลำดับ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าปลีกต่อครั้ง คือ 101 – 500 บาท ไม่เกิน 100 บาท และ 501 – 800 บาท ตามลำดับ การมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง และน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ตามลำดับ การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ คือ การลดราคา แจกของแถม และคูปองลดเงินสด ตามลำดับ เมื่อมีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อสินค้า การเลือกแหล่งที่ซื้อสินค้า ถ้าราคาสินค้าพอๆ กันจะเลือกซื้อ แล้วแต่โอกาส ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้ามากกว่าด้านการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม ในอนาคตอาจลดลงเล็กน้อย

ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้

3.1 ทศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 71 สรุปข้อมูลทัศนคติด้านความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ทัศนคติ	เพศชาย	เพศหญิง
ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของสินค้า	คุณภาพของสินค้า
ความพึงพอใจด้านราคา	ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ
ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้บริการของพนักงานขาย	การให้บริการของพนักงานขาย
ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์องค์กรร้านค้าปลีก	มีความเป็นกันเอง รู้จักกับคนในท้องถิ่น	มีความเป็นกันเอง รู้จักกับคนในท้องถิ่น
ความพึงพอใจด้านความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก	ความถี่ในการใช้บริการไม่แน่นอน	ความถี่ในการใช้บริการไม่แน่นอน
ร้านค้าปลีกที่ชอบใช้บริการบ่อยที่สุด	ร้านโพธารามสโตร์ รวมถึงสาขา	ร้านโพธารามสโตร์ รวมถึงสาขา
ร้านที่ชอบใช้บริการบ่อยเพราะ	ราคาสินค้าถูก	ราคาสินค้าถูก
จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	101 – 500 บาท	101 – 500 บาท
เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จะสนใจซื้อสินค้าเพิ่มหรือไม่	สนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพิ่ม	สนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพิ่ม
การให้ความสำคัญของการให้บริการที่ดีและราคาสินค้า	ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า	ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า

จากตารางที่ 71 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก เหมือนกัน

ความพึงพอใจด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก เหมือนกัน

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศ

หญิงมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน เป็นอันดับแรกเหมือนกัน

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรกเหมือนกัน

ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น มากเป็นอันดับแรกเหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความถี่ในการมาใช้บริการ ร้านค้าปลีกไม่แน่นอน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ชอบไปใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุดคือร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา สาขาที่ชอบไปใช้บริการ เพราะ ราคาสินค้าถูก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าร้านค้าปลีกคือ 101 – 500 บาท เมื่อมีการส่งเสริมการขายผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง จะสนใจซื้อสินค้าเพิ่ม เหมือนกัน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าถ้าราคาสินค้าที่ร้านค้าปลีกเท่ากันหรือแพงกว่านิดหน่อย เมื่อเทียบกับร้านดิสน์เคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าแล้วแต่โอกาส มากที่สุดคือไม่เฉพาะเจาะจงว่าจะซื้อจากร้านค้าปลีก หรือร้านดิสน์เคาน์สโตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้ามากกว่าด้านการบริการ

3.2 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 72 สรุปข้อมูลทัศนคติด้านความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ทัศนคติ	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50ปี	51 ปีขึ้นไป
ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	คุณภาพของสินค้า	คุณภาพของสินค้า	สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	คุณภาพของสินค้า
ความพึงพอใจด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	กิจกรรมการขายของพนักงานชาย	การให้บริการของพนักงานชาย	การให้บริการของพนักงานชาย	กิจกรรมการขายการให้บริการของพนักงานชาย	กิจกรรมการขายของพนักงานชาย
ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์องค์กรร้านค้าปลีก	ความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น	ความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น	ความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น	การจัดตกแต่งหน้าร้าน	ความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น
ความพึงพอใจด้านความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก	สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน
ร้านค้าปลีกที่ชอบใช้บริการบ่อยที่สุด	ร้านโพธาราม สโตร์รวมถึงสาขา	ร้านโพธาราม สโตร์รวมถึงสาขา	ร้านโพธาราม สโตร์รวมถึงสาขา	ร้านโพธาราม สโตร์รวมถึงสาขา	ร้านโพธาราม สโตร์รวมถึงสาขา
ร้านที่ชอบใช้บริการบ่อยเพราะ	ราคาสินค้าถูก	ราคาสินค้าถูก	ราคาสินค้าถูก	ราคาสินค้าถูก	ราคาสินค้าถูก
จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	ไม่เกิน 100 บาท และ 101-500บ.	101 – 500 บาท	101 – 500 บาท	101 – 500 บาท	101 – 500 บาท
เมื่อมีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อเพิ่มหรือไม่	สนใจซื้อสินค้าเพิ่ม	สนใจซื้อสินค้าเพิ่ม	สนใจซื้อสินค้าเพิ่ม	สนใจซื้อสินค้าเพิ่ม	สนใจซื้อสินค้าเพิ่ม
การให้ความสำคัญของการบริการที่ดีและราคาสินค้า	ด้านราคาสินค้า	ด้านราคาสินค้า	ด้านราคาสินค้า	ด้านราคาสินค้า	ด้านราคาสินค้า

จากตารางที่ 72 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อสินค้าที่มีให้เลือกหลายประเภท เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อสินค้าที่มีให้เลือกหลายขนาด เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก

ความพึงพอใจด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ไม่เกิน 20 ปี ถึง 50 ปี มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และมีหลายระดับราคาให้เลือก เป็นอันดับแรก

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ไม่เกิน 20 ปี ถึง 30 ปี และ อายุ 41 ปี ถึง 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก สรุป ทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน มากเป็นอันดับแรก

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมขายของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 41 - 50 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย โดยรวมอยู่ในระดับ

ปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อกิจการมารยาทของพนักงานขาย และการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก

ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการตกแต่งหน้าร้าน เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก

ความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ไม่เกิน 20 ปี มีความถี่ในการใช้บริการ สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง และอายุ 21 ปี ถึง 51 ปี ขึ้นไป มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่แน่นอน ร้านค้าปลีกที่ชอบใช้บริการบ่อยที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงอายุ ชอบใช้บริการที่ร้าน โพลารามส โตร์รวมถึงสาขา บ่อยที่สุด สาเหตุ เพราะ ราคาสินค้าถูก ด้านจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ไม่เกิน 20 ปี ซื้อสินค้าครั้งละ ไม่เกิน 100 บาท และ 101 – 500 บาท อายุ 21 ปี ถึง 51 ปี ขึ้นไปซื้อสินค้าครั้งละ 101 – 500 บาท เมื่อมีการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงอายุ จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เหมือนกัน มีความคิดเห็นว่าถ้าราคาสินค้าที่ร้านค้าปลีกเท่ากัน หรือแพงกว่า นิดหน่อย เมื่อเทียบกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าแล้วแต่โอกาส มากที่สุด คือไม่เฉพาะเจาะจงว่าจะซื้อจากร้านค้าปลีก หรือร้านดิสเคาน์สโตร์ ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้ามากกว่าด้านการบริการ

3.3 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 73 สรุปข้อมูลทัศนคติด้านความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ทัศนคติ	ไม่เกิน5,000 บ.	5,000-10,000 บ.	10,001-20,000บ.	20,001-30,000บ.	มากกว่า30,000บ.
ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของสินค้า	คุณภาพของสินค้า	คุณภาพของสินค้า	คุณภาพของสินค้า	คุณภาพของสินค้า
ความพึงพอใจด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	กิจกรรมการขายของพนักงานขาย	เอกสารแนะนำร้านค้า และการให้บริการs	การให้บริการของพนักงานขาย	การให้บริการของพนักงานขาย	กิจกรรมการขายของพนักงานขาย
ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์องค์กรร้านค้าปลีก	เป็นที่รวมสินค้าหลายหลายมาให้บริการ	มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น	บรรยากาศในร้านน่าซื้อ	มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น	มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น
ความพึงพอใจด้านความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน	ไม่แน่นอน
ร้านค้าปลีกที่ชอบใช้บริการบ่อยที่สุด	ซีเจ. รวมถึงสาขา	โพธารามสโตร์ รวมถึงสาขา	ร้านค้าอื่นๆ ทั่วไป	ซีเจ. รวมถึงสาขา	โพธารามสโตร์ รวมถึงสาขา
ร้านที่ชอบใช้บริการบ่อยเพราะ	ราคาสินค้าถูก	ราคาสินค้าถูก	ราคาสินค้าถูก	ราคาสินค้าถูก	ราคาสินค้าถูก
จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	101 – 500 บาท	101 – 500 บาท	101 – 500 บาท	101 – 500 บาท	101 – 500 บาท
เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จะสนใจซื้อสินค้า	สนใจซื้อสินค้า	สนใจซื้อสินค้า	สนใจซื้อสินค้า	สนใจซื้อสินค้า	สนใจซื้อสินค้า
การให้ความสำคัญของการให้บริการที่ดีและราคาสินค้า	ราคาสินค้า	ราคาสินค้า	ราคาสินค้า	ราคาสินค้า	ราคาสินค้า

จากตารางที่ 73 ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ถึงมากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก เหมือนกัน

ความพึงพอใจด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ถึง 30,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก เหมือนกัน

ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ถึง 10,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก

ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมขายของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อเอกสารแนะนำร้านค้า และการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขายและกิจกรรมขายของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก

ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการเป็นที่รวมสินค้าหลากหลายมาให้บริการใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ของ องค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี

ความพึงพอใจต่อการมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อการมีบรรยากาศภายในร้าน นำซื้อสินค้า เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจต่อการมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจ ต่อการมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก

ความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่แน่นอนเหมือนกัน ร้านค้าปลีกที่ชอบใช้บริการบ่อยที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท ชอบใช้บริการที่ร้านซีเจ.รวมถึงสาขา บ่อยที่สุด รายได้ 5,001 – 10,000 บาท ชอบใช้บริการที่ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา บ่อยที่สุด รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ชอบใช้บริการที่ร้านค้าอื่นๆทั่วไป บ่อยที่สุด รายได้ 20,001 – 30,000บาท ชอบใช้บริการที่ร้านซีเจ.รวมถึงสาขา บ่อยที่สุด รายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป ชอบใช้บริการที่ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา บ่อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ชอบใช้บริการที่ร้านค้าปลีกบ่อย สาเหตุ เพราะ ราคาสินค้าถูก ด้านจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับรายได้ ซื้อสินค้าครั้งละ 101 – 500 บาท เมื่อมีการส่งเสริมการขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับรายได้ จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เพิ่มเหมือนกัน และมีความคิดเห็นว่าถ้าราคาสินค้าที่ร้านค้าปลีกเท่ากัน หรือแพงกว่านิดหน่อย เมื่อเทียบกับร้านดิสคานต์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าแล้วแต่โอกาส มากที่สุด คือไม่เฉพาะเจาะจงว่าจะซื้อจากร้านค้าปลีก หรือร้านดิสคานต์สโตร์ และให้ความสำคัญด้านราคาสินค้ามากกว่าด้านการบริการ เหมือนกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ได้ใช้ทฤษฎีทัศนคติซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

1. องค์ประกอบของทัศนคติด้านสติปัญญา (Cognitive component) เช่นถ้าต้องการวัดทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ต้องแน่ใจว่าผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่จะถูกวัดทัศนคตินั้นมีความรู้เรื่องที่ต้องการจะวัดเป็นอย่างดี

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้ว่ามีร้านค้าปลีก และรู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้า สินค้าที่มีจำหน่าย เช่น ของใช้ส่วนตัว ได้แก่ สบู่ ยาสีฟัน ฯลฯ ของใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ข้าวสาร อาหารแห้ง ฯลฯ เครื่องเขียน แบบพิมพ์ และอื่น ๆ ได้แก่ บัตรเติมเงิน โทรศัพท์ ขนมห้างสด หลอดไฟ ฯลฯ ความรู้ด้านราคา และคุณภาพสินค้า ที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกพบว่า มีราคาและคุณภาพ พอๆ กับร้านค้าปลีกอื่น เช่น โลตัส บิ๊กซี

2. องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึก (Affective component) อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการค้าปลีก (Retailing Mix) ของ William H. Bolen ได้กล่าวถึงซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และภาพลักษณ์ขององค์กรค้าปลีก (Personality) รวมทั้งวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการศึกษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นอันดับแรก คือ คุณภาพของสินค้า รองลงมา คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท หลายขนาด หลายยี่ห้อ และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พงศา นวมครุฑ (2544) และอนุศักดิ์ อุดแจ่ม (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้าน การมีสินค้าให้เลือกตรงตามความต้องการ มีสินค้าหลายประเภท คุณภาพของสินค้า แต่สอดคล้องกับการศึกษาของ พิรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านคุณภาพของสินค้า รองลงมา คือ สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท หลายขนาด หลายยี่ห้อ และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า

ด้านราคา (Price) จากการศึกษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาคือ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีการคิดป้ายราคาสินค้า มีอุปถองส่วนลดเงินสด และสามารถใช้บัตรเครดิตได้ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พงศา นวมครุฑ (2544) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้าน การมีป้ายราคาสินค้าที่สังเกตเห็นได้ชัด การมีสินค้าถูกกว่าร้านอื่น ๆ และอนุศักดิ์ อุดแจ่ม (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมาก ในด้านมีหลายระดับราคาให้เลือก แสดงว่าผู้บริโภคที่ซื้อ

สินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และซื้อจากตลาดนัดมีความไม่เหมือนกับผู้บริโภคที่ซื้อจากร้านค้าปลีกขนาดเล็กแต่สอดคล้องกับการศึกษาของพีรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านราคาสินค้า การติดป้ายแสดงราคา มีหลายระดับราคาให้เลือกเช่นกัน แสดงว่าผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครให้ความสำคัญด้านราคาเหมือนผู้บริโภคในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก คือ สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน รองลงมา คือ เวลาเปิดร้าน เวลาปิดร้าน ความสะอาดของร้านค้าปลีก มีบริเวณไว้บริการที่จอดรถ และมีบริการส่งสินค้า ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พงศา นวมครุฑ (2544) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านการมีรถเข็น และตะกร้าไว้ให้บริการ จัดร้านสะอาด และอนุศักดิ์ อุดแจ่ม (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านเวลาเปิดขายของในตลาดนัด สถานที่ตั้งของตลาดนัด สอดคล้องกับของพีรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านสถานที่ตั้งร้าน และเวลาเปิดร้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก คือ การให้บริการของพนักงานขาย รองลงมา คือ กิริยามารยาทของพนักงานขาย การแนะนำสินค้าของพนักงานขาย เอกสารแนะนำร้านค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของแถม และการโฆษณาร้านค้าปลีก ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พงศา นวมครุฑ (2544) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านแผ่นพับรายการสินค้าราคาพิเศษ และอนุศักดิ์ อุดแจ่ม (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านความเป็นกันเองของพ่อค้า แม่ค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ พีรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านการให้บริการของพนักงานขาย

ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรค้าปลีก (Personality) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก คือ มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น รองลงมา คือ เป็นที่รวมสินค้าหลากหลายมาให้บริการใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน บรรยากาศภายในร้านน่าซื้อสินค้า การจัดตกแต่งหน้าร้านและมีสินค้าประเภทคนรุ่นเก่า เช่น ยาสิฟนิเวศนิยม รุ่งอรุณ แป้งน้ำ ฯลฯ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอนุศักดิ์ อุดแจ่ม (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ในด้านเป็นที่รวมสินค้าหลากหลายมาให้บริการใกล้บ้าน และการซื้อของในตลาดนัดเป็นการเที่ยวหรือพักผ่อน

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรมที่จะแสดงออก (Conative or Behavioral Component)
จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมหรือการแสดงออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบใช้

บริการที่ร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา โดยมีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แน่นอน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากในด้านมีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีกสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง

ร้านค้าปลีกที่ชอบไปใช้บริการบ่อย เพราะ ราคาสินค้าถูก สินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ครีมนำรุงผิว แป้ง ฯลฯ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ สินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป ของใช้ภายในครัว เช่น น้ำมันพืช น้ำปลา ฯลฯ เหตุผลที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก คือ ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / ตลาดสด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก คือ ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / ตลาดสด ช่วงเวลาที่ซื้อ คือ 17.01 - 21.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าคือ 17.01 - 20.00 น. จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง คือ 101 - 500 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าครั้งละ 51-100 บาทการมาใช้บริการซ้ำสัปดาห์ละ 1 ครั้ง การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ คือ การลดราคาสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสนใจการส่งเสริมการขายคือการลดราคาสินค้า แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ พงศา นวมครุฑ (2544) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญการส่งเสริมการขายคือด้านแผ่นพับรายการสินค้าราคาพิเศษ ถ้ามีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อสินค้าเพิ่ม ถ้าราคาสินค้าในร้านค้าปลีกใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าแล้วแต่โอกาสไม่เฉพาะเจาะจงที่ร้านใดร้านหนึ่ง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคาสินค้ามากกว่าด้านบริการ และมีความเห็นว่า ร้านค้าปลีกในอำเภอโพธารามจะได้รับความนิยมนลดลงเล็กน้อยในอนาคต ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิรพล รักษา (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นว่า ร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในอนาคต และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอนุศักดิ์ อุตแจ่ม (2547) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่า ตลาดนัดในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จะได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากจุดประสงค์การไปซื้อสินค้าที่ตลาดนัดไม่เหมือนกับการไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกกล่าวคือผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการไปตลาดนัดเป็นการไปเที่ยวพักผ่อน นัดพบซื้อสินค้าทั่วไปเช่น เสื้อผ้า อาหารสดและให้บริการตามวัน เวลา แต่เมื่อต้องการซื้อสินค้าใช้ส่วนตัวจะเลือกไปซื้อที่ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ขณะที่เมื่อไปร้านค้าปลีกในท้องถิ่นจะเป็นการซื้อสินค้าใช้ส่วนตัว อาหารแห้ง และมีทางเลือกไปร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ซึ่งคิดว่าราคาถูกกว่าร้านขนาดเล็กในท้องถิ่น

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษา ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 21 – 30 มากที่สุด ร้อยละ 27 การศึกษาส่วนมากปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 47.75 อาชีพข้าราชการมากที่สุดร้อยละ 36.25 มีรายได้ช่วง 5,001 – 10,000 บาท นอกจากสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกประเภทของใช้ในชีวิตประจำวันของใช้ส่วนตัวแล้ว ยังมีบัตรเติมเงินโทรศัพท์ที่จำหน่ายอีกด้วย ร้อยละ 6.00 ด้านราคาและคุณภาพของสินค้าเมื่อเทียบกับร้านดิสเคาน์ส โตร์ พบว่ามีราคาและคุณภาพพอกๆ กัน โดยราคาพอกๆ กัน ร้อยละ 50.50 คุณภาพพอกๆ กัน ร้อยละ 77.50 การเลือกซื้อสินค้าเมื่อเทียบราคาใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์ส โตร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อจากร้านที่แล้วแต่โอกาส ไม่เฉพาะเจาะจงว่า จะต้องซื้อจากร้านค้าปลีกหรือร้านร้านดิสเคาน์ส โตร์ ร้อยละ 57.50 โดยร้านค้าปลีกที่ชอบไปใช้บริการบ่อยเพราะ ราคาสินค้าถูก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคา มากกว่าการบริการ ร้อยละ 67.75 โดยด้านความกระตือรือร้นและการบริการ ร้อยละ 6.25 การมาใช้บริการซ้ำที่ร้านค้าปลีก พบว่ามาใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 10.00 ด้านการส่งเสริมการขายจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ สนใจซื้อ ร้อยละ 84.25 และไม่สนใจซื้อ ร้อยละ 3.25 ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคิดเห็นว่าความนิยมเพิ่มขึ้นมาก ร้อยละ 15.50 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 20.50 และลดลงเล็กน้อย ร้อยละ 29.00

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพอใจอันดับสุดท้ายคือ การกิน หรือเปลี่ยนสินค้า

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพอใจน้อยที่สุด คือสามารถใช้บัตรเครดิตได้ และจากข้อเสนอแนะพบว่าลูกค้าอยากให้มีการใช้บัตรเครดิตได้ทุกสาขาโดยไม่มีเงื่อนไข เช่น การกำหนดจำนวนเงินที่ซื้อต้องซื้อถึง 500 บาทจึงใช้บัตรได้

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจน้อยที่สุดด้านบริการส่งสินค้า และการมีบริเวณที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจน้อยที่สุดด้านการโฆษณาร้านค้าปลีก

ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจมากด้านมีความเป็นกันเองกับคนในท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก ในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคมีความรู้จัก ความเข้าใจ ความรู้สึก ความพึงพอใจ ในด้านส่วนประสมการตลาด ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้เราสามารถนำผลจากการศึกษา มาแก้ไขปรับปรุงร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม ให้ตรงตามความต้องการผู้บริโภคได้มากขึ้น

ด้านผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจมากในด้านคุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของสินค้า และพอใจปานกลางในด้านการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ดังนั้นจึงควรเน้นสินค้าต้องมีคุณภาพเหมาะสมราคาที่ถูกค้ารับรู้ได้ ความหลากหลายของสินค้า ควรมีการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และการกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับการหมุนเวียนสินค้าอย่างรัดกุม การใช้หลัก FIFO (First in First Out) สินค้ามาก่อนขายก่อน มาที่หลังขายทีหลังอาจใช้ตัวเลขกำกับเพื่อไม่ให้สินค้าค้างนาน จัดประเภทสินค้าหมุนเวียนเร็ว และหมุนเวียนซ้ำเพื่อบริหารจำนวนสต็อกสินค้า ควรตรวจสอบสภาพสินค้าจากหีบห่อ ภายนอกก่อนนำออกขาย ตรวจสอบสินค้าหมดอายุ เพื่อลดการคืน เปลี่ยนสินค้าและเสนอแนะให้มีสินค้าแปลกๆ ใหม่ๆ ให้เลือกมากขึ้น

ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก ราคาต้องถูก ต้องเหมาะสมกับคุณภาพ มีหลายระดับราคาให้เลือก มีการติดป้ายราคาที่ชัดเจน ร้านค้าปลีกควรใช้นโยบายราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพ ให้ลูกค้ารับรู้ว่าเป็นสินค้าคุณภาพ เหมือนกันมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้ามากกว่าด้านการบริการ โดยผู้มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคามากกว่าผู้มีรายได้สูง ซึ่งชี้ให้เห็นว่ายิ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่ำมากเท่าไร การให้ความสำคัญด้านราคาจะยิ่งมากตามไปด้วย ด้านการใช้บัตรเครดิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะ เนื่องจากมีการกำหนดการซื้อต้องไม่ต่ำกว่า 500 บาทจึงใช้บัตรได้ ถ้าร้านค้าประมาณค่าใช้จ่ายเช่นค่าส่วนลดให้ธนาคารร้อยละ 1.50 – 2.50 บาทค่าโทรศัพท์ต่อครั้งอยู่ที่เท่าไรเทียบกับกำไรที่ได้และความสะดวกสบายด้านเงินสด ด้านภาพลักษณ์เปรียบเทียบกันว่าอยู่ที่เท่าไรและนำไปตัดสินใจในการให้บัตรเครดิตลดจกนการกำหนดวงเงินการใช้บัตรและปริมาณการใช้ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจมากด้านสถานที่ตั้งร้านค้าปลีก ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ร้านค้าควรเพิ่มความเป็นกันเองกับลูกค้ารวมไปด้วยซึ่งเป็นข้อได้เปรียบของร้านค้าปลีก นอกจากนี้เราต้องใส่ใจเรื่อง ความสะอาดร้านค้า สินค้า และเสนอแนะให้มีบริเวณที่จอดรถให้เพียงพอและปลอดภัย

ด้านส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้มีการ โฆษณาร้านค้าปลีก การส่งเสริมการขายลดราคา แจกของแถมบ่อย ๆ มีเอกสารแนะนำร้านค้า ตลอดจนการให้บริการ

การแนะนำสินค้าของพนักงานขาย เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้ามากขึ้น เพิ่มการซื้อซ้ำ เพิ่มจำนวนที่ซื้อต่อครั้ง ลูกค้ากลุ่มสูงอายุซึ่งสะดวกที่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านมากกว่า เนื่องจากการเดินทางร้านค้าควรให้ความสำคัญ เป็นกันเองมากขึ้น เช่นกล่าวทักทาย เรียกชื่อ พุดคุย เพื่อความเป็นกันเองแนะนำลูกหลาน เพื่อนให้มาซื้อสินค้าด้วย และเสนอแนะให้จัดรายการสินค้า ราคาถูก มีของแถม ของแจกทุกวัน อยากให้พนักงานมีการอบรมและมีการบริการที่ดีกว่านี้ สนใจลูกค้ามากกว่านี้ การส่งเสริมการขายที่สนใจมากคือ การลดราคาสินค้า และที่ลูกค้าสนใจน้อยคือ การส่งชิงโชค ดังนั้นถ้าจะส่งเสริมการขายให้ได้ผล ควรใช้วิธีการลดราคาสินค้า เพราะลูกค้าจะสนใจซื้อเพิ่มมากกว่าใช้วิธีการส่ง ชิงโชค

ด้านภาพลักษณ์ร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจมากที่สุด แต่มีข้อที่ควรระวังคือ บรรยากาศในร้านต้องทำให้รู้สึกว่ายากเข้าไปซื้อสินค้าในร้าน การจัดเรียงสินค้า โดยเฉพาะร้านที่มีสินค้าหลากหลายมาก ๆ ทั้งยี่ห้อ รุ่น ขนาด ประเภท ทั้งของเก่าของใหม่ จะต้องมีการจัดเรียงที่ดี เป็นระเบียบ เป็นพวก เป็นหมู่ อย่าให้ลูกค้ารู้สึกว่าเข้ามาซื้อสินค้าในร้านขายของเก่าที่มีสินค้าวางกองทับถมกัน ควรมีการตกแต่งหน้าร้าน บริเวณร้านค้าด้วยให้ดูดี จากภายนอกด้วย คุณแล้วอยากเข้ามาซื้อสินค้า รู้สึกภูมิใจที่ได้เข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก มีการจัดตกแต่งดี ไม่แตกต่างกับร้านคิสเคาน์สโตร์ใหญ่ ๆ เช่น บิ๊กซี โลตัส เลย

ผลจากการศึกษาพบว่า ในด้านสื่อที่ทราบร้านค้าปลีกมากที่สุดคือ จากป้ายร้านค้า และจากวิทยุน้อย เราสามารถเพิ่มการโฆษณาทางวิทยุเพิ่มได้อีก

ผลจากการศึกษาพบว่า ในด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าในช่วงเวลา 17.01–21.00 น. มากที่สุดเนื่องจากเป็นช่วงเวลาเลิกงาน เสร็จจากงานประจำวัน ฯลฯ ดังนั้นในช่วงเวลาดังกล่าวร้านค้าควรมีความพร้อมที่จะให้บริการทั้งด้านสินค้า พนักงานบริการ สถานที่จอดรถ และช่วงเวลาซื้อสินค้าน้อยคือ ช่วงเวลา 6.00 – 8.00 น.

2. ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตสินค้าที่ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก

ด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้า พบว่าช่วงเวลาที่ผู้บริโภคใช้บริการมากคือช่วงเวลา 17.01 – 21.00 น. ผู้ผลิตสามารถร่วมจัดรายการเพื่อส่งเสริมการขาย แนะนำสินค้าใหม่ให้ผู้บริโภคทดลองใช้ โดยการแจกฟรี

ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าเมื่อมีการชำรุด ไม่พอใจสามารถนำมาแลกเปลี่ยน คืนได้ภายใน 7 วันนับจากวันที่ซื้อ มีการรับประกันคุณภาพสินค้า สินค้าต้องมีวันที่ผลิต หมดอายุ ชื่อ ที่อยู่ผู้ผลิต สินค้าก่อนนำออกขายผู้ผลิตควรมีการตรวจสอบ และสินค้าควรมีความหลากหลาย เช่น ประเภท ชนิด รุ่น ขนาด มิให้เล็กลงเนื่องจากผู้บริโภคพึงพอใจด้านความหลากหลายของสินค้า เช่น ยาสิฟัน ใกล้ชิดขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ แพ็คคู่ราคาประหยัด ขนาดพกพา

ด้านราคา การกำหนดราคาเป็นปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงการยอมรับของตลาดเป้าหมายและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ผลิตนำเสนอสินค้าราคาพิเศษวันเว้นจัตรายการที่ร้านค้าปลีก เพื่อดึงดูดผู้บริโภค เช่น ทุกวันที่ 10, 20, 30 ของทุกเดือนตั้งราคาสินค้าพิเศษ เช่น 39 บาท 99 บาท 3 ชิ้น 100 บาท การตั้งราคาในลักษณะนี้เป็นการใช้จิตวิทยาเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสินค้านั้นราคาไม่แพง ยอมรับได้ เช่น บริษัท ยูนิลีเวอร์ไทยโฮลด์ลิ่ง จำกัด ทุกวันที่ 10 นำสินค้าครีมพอนด์ ซิตราโลชั่น วาสลีนมาจัตรายการ ทุกวันที่ 20 นำผงซักฟอกบริสซายควบน้ำยาปรับผ้านุ่มคอมฟอร์ท ในราคาพิเศษ ทุกวันที่ 30 นำสบู่ลัคส์ ครีมอาบน้ำลัคส์ น้ำยาล้างจานซันไลต์ มาจัตรายการ ผู้บริโภค รับรู้ วันที่ 10 เตรียมซื้อครีมพอนด์ เป็นต้น

ด้านช่องทางจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่ร้านค้าปลีกขนาดเล็กได้เปรียบ เนื่องจากใกล้บ้าน / ที่ทำงาน ลูกค้าสะดวกสบายในการมาซื้อสินค้า บริษัท ผู้ผลิต แนะนำ สนับสนุนและส่งเสริมให้ร้านค้าปลีกมีการส่งสินค้าทางอินเทอร์เน็ต เพื่อความรวดเร็ว ใช้ระบบคอมพิวเตอร์บันทึกสินค้าคงเหลือทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มลดสินค้าเชื่อมข้อมูลสินค้าคงเหลือกับบริษัท ผู้ผลิต โดยตรง เพื่อจัดส่งสินค้าให้ทันรอบการจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด การโฆษณาาร่วมกัน(Cooperative Advertising) โดยเป็นการร่วมกันระหว่างร้านค้าปลีกและผู้ผลิตสินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546ข: 534) แจกแผ่นพับโดยพิมพ์บริษัทจัตรายการร่วมกับร้านค้าปลีก (พิมพ์ชื่อร้านค้าปลีก) จัตรายการแลกซื้อสะสมแต้ม แจกของแถม รายการพิเศษในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคหนาแน่น เพิ่มคะแนนสะสมแต้มเป็นสองเท่าในช่วงเวลาที่ลูกค้าหนาแน่นน้อยเพื่อกระจายลูกค้า

3. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้าปลีก เช่นกระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) ฯลฯ ควรมีการสนับสนุนร้านค้าปลีกรายย่อยในท้องถิ่น ดังนี้

3.1 ให้สิทธิพิเศษ เช่นในด้านภาษี ให้เสียในอัตราพิเศษสำหรับร้านค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่น เพื่อเป็นการลดต้นทุนวิธีหนึ่ง

3.2 การกำหนดเขต พื้นที่ ในการตั้งร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยพื้นที่ตั้งของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จะไม่ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับร้านค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่น

3.3 การกำหนดจำนวนร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในแต่ละพื้นที่ของทุกจังหวัด ต่อจำนวนประชากร เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง ระหว่างร้านค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่นกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่

3.4 มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่เจ้าของกิจการ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในการบริหารงานร้านค้า การลงทุน การบริการ การพนักงาน การตัดสินใจ ดำเนินกิจการ การบริหารจัดการการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือ การจัดหาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค แนะนำแหล่งสินค้าราคาถูก มีการปรับปรุงกิจการอย่างต่อเนื่อง ให้ข้อมูลข่าวสารทางการตลาดให้เจ้าของกิจการทราบ เป็นต้น

3.5 รัฐบาลขอความร่วมมือธนาคารพาณิชย์ในการปล่อยสินเชื่อแก่ธุรกิจ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำกว่าปกติ แนะนำแหล่งเงินทุน เพื่อเพิ่มสภาพคล่องในธุรกิจ

3.6 ศึกษา ผลักดัน เพื่อนำกฎหมายต่อต้านการผูกขาด (Anti trust) มาใช้ ทั้งนี้ต้องพร้อมกันกับการสร้างสำนึกถึงภัยของการผูกขาดทั้งในทางสังคมและเศรษฐกิจด้วย

3.7 มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้ผู้บริโภค ตระหนักถึงความสำคัญและประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเช่น ได้รับความเป็นกันเอง โดยใช้สื่อโฆษณาหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ โทรทัศน์ วิทยุ ปลูกกระแสให้นิยมไทย อุดหนุนคนไทย กระจายเสียงตามสายในท้องถิ่น โดยให้หน่วยงานราชการในท้องถิ่นกระจายเสียงในตอนเช้าและตอนเย็น.