

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
สถานที่ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	13
ระยะเวลาในการศึกษา	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน	19
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน	33
ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	39
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามเพศ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	77
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	78
สรุปผลการศึกษา	78
อภิปรายผล	98
ข้อค้นพบ	103
ข้อเสนอแนะ	105
บรรณานุกรม	108
ภาคผนวก	110
แบบสอบถาม	111
ประวัติผู้เขียน	121

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
สูงสุด	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันจากร้านค้าประเภทใด	19
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันจากร้านค้าประเภทใดบ่อยที่สุด	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ใดที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	20
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความบ่อยในการซื้อสินค้า	21
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้า	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการซื้อสินค้ามากที่สุด	22
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนชิ้นของการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	23
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	23
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักร้านค้าที่ใช้บริการ	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเกณฑ์ในการเลือกร้านค้า	24
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อสินค้าเพื่อใคร	25
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า	25
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการซื้อสินค้า	25
21	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนคนโดยเฉลี่ยที่ไปซื้อสินค้าด้วย	26
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อสินค้า	26
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อสินค้าบ่อยที่สุด	27
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้า	27
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด	28
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุการเลือกซื้อสินค้า	28
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเลือกซื้อสินค้า	29
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสัดส่วนการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยเมื่อเทียบกับการซื้อสินค้าทั้งหมด	29
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาเฉลี่ยในการเลือกซื้อสินค้า	30
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการเลือกซื้อสินค้า	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่ทำให้ไม่เลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	31
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน	31
33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึกหลังการเลือกซื้อสินค้า	32
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการกลับมาซื้อสินค้า	32
35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	33
36 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	34
37 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	35
38 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	36
39 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก ด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	36
40 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก ด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	38
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการเลือกประเภทร้านค้า จำแนก ตามเพศ	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความถี่ในการซื้อสินค้า จำแนกตามเพศ	40
43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของสินค้ามากที่สุด จำแนกตามเพศ	41
44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามปริมาณการซื้อสินค้า (จำนวนชิ้น) จำแนกตามเพศ	42
45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ในการซื้อสินค้า จำแนกตามเพศ	43
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามวันที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด จำแนกตามเพศ	44
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้า บ่อยที่สุด จำแนกตามเพศ	45
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการเลือกประเภทร้านค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความถี่ในการซื้อสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	47
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทของสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	49
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามปริมาณการซื้อสินค้า (จำนวนชิ้น) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	51
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ในการซื้อสินค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	53
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามวันที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
55	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามเพศ	59
56	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามเพศ	60
57	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามเพศ	61
58	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามเพศ	62
59	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามเพศ	63
60	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามเพศ	64
61	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
62	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
63	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	69
64	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
65	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
66	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการแนะนำสินค้าหรือบริการตามการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
67	แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆเพิ่มเติมของการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
68	แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H	78
69	แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H	79
70	แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน	82
71	แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามเพศ	83
72	แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	84
73	แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	85
74	แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	86
75	แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
76	แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88
77	แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89
78	แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
79	แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามเพศ	91
80	แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย	92
81	แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
82 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย	94
83 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย	95
84 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย	96
85 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย	97
86 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า จากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน ตามค่าเฉลี่ยใน 10 อันดับแรก	101