

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านค้ำปลีกดั้งเดิม

ผู้เขียน

นางสาวปาณิชา เทพทำพันธุ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

รศ.พรทิพย์ เชียรธีรวิทย์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร.ปิยะลักษณ์ พุทธวงศ์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านค้ำปลีกดั้งเดิมของผู้บริโภค ผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้ำปลีกสมัยใหม่ต่อร้านค้ำปลีกดั้งเดิม ผู้บริโภค และชุมชน ตลอดจนการปรับตัวของร้านค้ำปลีกดั้งเดิมหลังจากมีการขยายตัวของร้านค้ำปลีกสมัยใหม่ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริโภคที่อาศัยในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 250 ราย ผู้ประกอบการร้านค้ำปลีกดั้งเดิมจำนวน 50 ราย และตัวแทนชุมชนจำนวน 5 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การให้น้ำหนักความพอใจแบบลิเคิทสเกล และการใช้แบบจำลองโพรบิท

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส อายุเฉลี่ย 39 ปี สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและอนุปริญญา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,860 บาท กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้าในระดับมาก โดยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก และยังเห็นด้วยเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อตามความจงรักภักดีต่อร้านค้ำปลีกดั้งเดิมในระดับมาก โดยเห็นว่าเป็นการสนับสนุนการค้าในชุมชน ในการประมาณการปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านค้ำปลีกดั้งเดิมโดยใช้แบบจำลองโพรบิท พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 9 ตัว คือ เพศชาย อายุ สถานภาพโสด จำนวนปีที่ศึกษา รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว การอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล การตัดสินใจซื้อที่

มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า และการตัดสินใจซื้อตามความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม มีอิทธิพลต่อสัดส่วนการใช้จ่ายในร้านค้าปลีกดั้งเดิมเมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยปัจจัยเพศชาย อายุ และการตัดสินใจซื้อตามความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมมีอิทธิพลต่อสัดส่วนการใช้จ่ายในร้านค้าปลีกดั้งเดิมเมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน ส่วนปัจจัยสถานภาพโสด จำนวนปีที่ศึกษา รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว การอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล และการตัดสินใจซื้อที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า มีอิทธิพลต่อสัดส่วนการใช้จ่ายในร้านค้าปลีกดั้งเดิมเมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดในทิศทางตรงข้าม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อสินค้าประเภทของใช้ในชีวิตประจำวันจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมทั้งก่อนและหลังมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ค่าใช้จ่ายในการซื้อลดลงจาก 226 บาทต่อครั้งเหลือ 156 บาทต่อครั้ง และความถี่ในการซื้อสินค้าลดลงจาก 10 ครั้งต่อเดือนเหลือ 8 ครั้งต่อเดือน หลังมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 49 ปี ดำเนินกิจการมาแล้วเฉลี่ย 11 ปี สถานประกอบการตั้งอยู่ในชุมชน ยอดขายต่อวันอยู่ในช่วง 2,001 – 4,000 บาท สินค้าที่ลูกค้านิยมซื้อคืออาหารแห้งและเครื่องปรุงรส ผู้ค้าปลีกดั้งเดิมมีความคิดเห็นว่าเมื่อมีการเปิดกิจการของร้านค้าปลีกสมัยใหม่แล้ว ทำให้ลูกค้าและยอดขายส่วนใหญ่ของผู้ค้าปลีกดั้งเดิมลดลงร้อยละ 10 กำไรลดลงร้อยละ 5 ทำให้ผู้ค้าปลีกดั้งเดิมส่วนใหญ่ต้องทำการปรับตัวโดยดำเนินกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ การนำสินค้าที่มีคุณภาพดีมาจำหน่าย และการจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่ รองลงมาใช้กลยุทธ์ด้านราคาคือ การขายสินค้าหลากหลายยี่ห้อเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อตามราคาที่ตนพอใจ และการคิดป้ายแสดงราคาสินค้า

Independent Study Title Factors Affecting Consumers' Decision to Choose
Traditional Trade Service

Author Ms. Panicha Teptampan

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof. Porntip Tianteerawit Advisor

Asst.Prof.Dr. Piyaluk Buddhawongsa Co-advisor

ABSTRACT

This study has the objectives to understand the factors determining the consumers' choice to shop at traditional retail stores; to examine the impacts of modern trade growth on traditional retail stores, consumers, and the local community; and to learn about the traditional retail stores' adaptations to the modern trade expansion phenomenon. Questionnaire survey was conducted to get information from the pertinent groups covering 250 samples of consumers who were residents of Chiang Mai Province, 50 samples of operators of traditional retail stores, and five individuals representing the local community members. The analysis was based on the results of descriptive statistics, Likert rating scale of satisfaction level, and Probit regression model application.

The study on consumers found the majority of the samples could be described as being female, married, 39 years old on the average, with high school or diploma level education, private company employee, and having 12, 860 baht average monthly income. They agreed highly with the statement that quality of goods is the primary factor determining purchase decision because the quality of goods is the first thing consumer considers and also agreed highly with the notion

that loyalty towards traditional retail stores could influence purchase decision since the shopping there can help support the local community's trading business.

The effects of the likely factors determining the choice to shop at traditional retail stores were estimated by Probit regression model. The specified independent variables included male gender, age, single in marital status, number of years studying, income, family size, municipal area resident, purchase decision considering quality of goods, and purchase decision for the reason of loyalty to the traditional retail stores; and the dependent variable was set to be the proportion of money spent for shopping at traditional retail stores in total income. At 0.01 statistically significant level, it was found that the male gender, age, and loyalty towards traditional retail stores affected positively the share of spending at traditional retail stores in the total income; while the factors of being single, education, income, family size, municipal residency, and focus on quality of goods appeared to relate inversely with the dependent variable.

Most of the samples reported their buying daily consumer goods from traditional retail stores both before and after the arrival of modern trade; however, in the light of modern retail stores, their spending at traditional retail stores reduced from 226 baht to 156 baht per shopping and their frequency in visiting the traditional retail stores decreased from 10 to 8 times per month.

Among the samples representing traditional retail business operators, the majority were female, 49 years old on average, and had been running their shops for 11 years. Their retail stores were located in community areas, with daily sale volume of 2,001 – 4,000 baht, and their popularly sold items were various dried foods and seasonings. They were of the opinion that their sale volume as well as customers reduced by 10 % and profit dropped by 5 % after the arrival of modern trade. Consequently, most of them had to make adjustments most commonly by adopting the product strategy like selling good quality products and displaying products in category arrangement, followed by the use of price strategy like the offer of more diverse choices of goods at varying prices for consumers to choose and the price labelling.