

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อในอนาคตของร้านค้าปลีกดั้งเดิม  
ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร สำเร็จลงได้ด้วยความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากสถาบันวิจัยและ  
พัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งได้อนุเคราะห์เงินอุดหนุนงานวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณ  
อาจารย์ดร.วิทยา เมฆขำ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ดร.ไสว ศิริทองถาวร และเจ้าหน้าที่  
ทุกท่านของสถาบันวิจัยและพัฒนาที่ให้ความอนุเคราะห์อย่างยิ่ง

เนื้อหาสาระ ประโยชน์ และคุณความดีของงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้  
สถาบันการศึกษาแห่งนี้และทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

## สารบัญ

### หน้า

กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
ประเภทของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย.....	5
พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	9
ความพึงพอใจในการซื้อ.....	12
ความตั้งใจซื้อในอนาคต.....	14
ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีก.....	14
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	25
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
แนวทางที่ใช้ในการศึกษา.....	27
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4 ผลการวิจัย .....	32
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	32
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	43
5 สรุปผลการวิจัย.....	49
สรุปผลการวิจัย.....	49
อภิปรายผล.....	51
ข้อเสนอแนะ.....	52
บรรณานุกรม.....	54
ภาคผนวก.....	62

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ส่วนแบ่งการตลาดของจำนวนร้านค้าปลีกดั้งเดิมและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในประเทศไทย.....	2
2 เกณฑ์การแปลผลระดับค่าเฉลี่ยของปัจจัย.....	30
3 ข้อมูล เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	32
4 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา.....	34
5 ผลสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภค ด้านทำเลที่ตั้ง.....	34
6 ผลสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภค ด้านคุณภาพบริการ.....	35
7 ผลสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภค ด้านความเสี่ยง.....	36
8 ผลสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภค ด้านความเพลิดเพลินในการซื้อ.....	37
9 ผลสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภค ด้านความคุ้มค่าเงิน.....	38
10 ผลสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภค ด้านความพึงพอใจในการซื้อ.....	38
11 ผลสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภค ด้านความตั้งใจซื้อในอนาคต.....	39
12 สรุปผลสำรวจระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อบริษัทในด้านต่าง ๆ.....	40
13 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่นำเข้าสู่สมการการทำนายความพึงพอใจในการซื้อ....	41
14 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่นำเข้าสู่สมการการทำนายความตั้งใจซื้อในอนาคต....	42
15 ทักษะเจ้าของร้านค้าปลีกดั้งเดิมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการซื้อ.....	43

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีก.....	17
2	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	25
3	ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างตามกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	43