

**การสำรวจปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกเพื่อ
สุขภาพและความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น**
**EXPLORING DEMOGRAPHIC FACTORS AFFECTING MARKETING MIX OF HEALTHY
AND BEAUTY RETAIL SHOP IN MUEANG DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE**

เพชรลดา ประสงค์ผล ¹

นพมาศ สุวชาติ ²

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น รวมถึงศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและปัญหาอุปสรรค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม เขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน ด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้เฉลี่ย พบว่า เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-25 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี และ ประกอบอาชีพเป็น นักเรียน/ นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้า พบว่า ซื้อสินค้าเพื่อการอาบน้ำ 20% ด้านการส่งเสริมการตลาด เลือกใช้โปรโมชั่น ซื้อ1แถม1 47% วัตถุประสงค์หลักที่เข้ามาใช้บริการ คือ ซื้อสินค้าภายในร้าน 64% สาเหตุหลักที่เข้ามาใช้บริการ เพราะ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ 41% บุคคลที่มีผลในการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวเอง72% ช่วงเวลาที่เข้าไปใช้บริการ คือ ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. 38% ความถี่ในการซื้อสินค้า ประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน 71% ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่า 500 บาท 61% ด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม พบว่า สินค้ามีคุณภาพ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ทำเลที่ตั้งเหมาะสม การส่งเสริมการขายที่มีโปรโมชั่นดึงดูดใจ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ภายในร้านสะอาดเรียบร้อย ขั้นตอนการชำระเงินสะดวกรวดเร็ว เป็นปัจจัยทางการตลาดที่ผู้บริโภคเลือกมากที่สุด ปัญหาและอุปสรรค คือ พนักงานมีมากเกินไป 13%

คำสำคัญ : ร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม พฤติกรรมการซื้อ ผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This independent study aimed to Exploring demographic factors affecting marketing mix of healthy and beauty retail shop in Mueang district, Khonkaen province .The factors include demographic characteristics, consumer behavior,factors affecting buying decision and problems of service.The sample used in Independent Study consists of 400 consumers who were buy products healthy and beauty retail shop in Mueang District, KhonKaen. In terms of demographic characteristics, the factor includes gender, age, occupation,educational background and monthly income. It found that the majority of the respondents are female, with average ages between 21-25 years, holding bachelor's degree, working as a students, and with the average income of Baht less than or equal 10,000 per month in terms of consumer behavior mostly; purchased toiletries products 20%, most type of promotion was get 1 buy 1 47%. The purpose of purchase was to buy products 64% because products were available at here 41%.Reference group was myself 72%; accessed on deparment store and around 6.01-8.00 p.m.38%; had an average frequency of use at approximately 1-2 times within month 71% and had an average expenditure a time at Baht less than or equal 500 61%. The factors affecting buying decision of Healthy and beauty retail shop were shown hereafter are product quality, product good value for money , suitable location sale, interesting promotional campaigns, neat uniform staff, clean store and process payments quickly. Problem ; most employees 13% .

Keywords : Healthy and beauty retail shop, consumer behavior, consumers , marketing mix .

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ในปัจจุบันวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ เน้นการใช้ชีวิตที่สะดวก รวดเร็วทันสมัย และขนาดของครอบครัวที่เปลี่ยนมาเป็นขนาดเล็ก จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยนิยมซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกที่ใกล้บ้าน ซึ่งธุรกิจค้าปลีกนี้ได้อยู่ในวิถีชีวิตของคนไทยเป็นระยะเวลานาน จนได้พัฒนาเป็นการค้าในระบบธุรกิจ ในอดีตรูปแบบของธุรกิจค้าปลีกมีขนาดเล็ก ลักษณะเป็นห้องแถวมีพื้นที่แออัด ไม่มีการตกแต่งร้าน ส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค การจัดสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ ไม่ทันสมัย ต่อมารูปแบบของธุรกิจ ค้าปลีกได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทั้งนี้ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากต่างชาติที่ส่งผลถึงการค้าของประเทศไทย ทำให้ประเทศไทยมีการพัฒนารูปแบบมาเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และยังได้มีการพัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชนที่มีจำนวนมากขึ้น

แนวความคิดทางการตลาดสมัยใหม่จะมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมีความคาดหวังมากขึ้นที่จะได้รับการเสนอขายสินค้าหรือบริการในแบบเฉพาะของตนเอง และเข้าถึงสินค้าบริการได้ง่ายขึ้น ดังนั้น การทำธุรกิจ ค้าปลีก จำเป็นต้องวางแผนล่วงหน้า กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า และหาความแตกต่างในตัวสินค้าให้มีความโดดเด่นที่ต่างจากคู่แข่ง เพื่อให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจซื้อสินค้า ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อประกอบไปด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ จึงกล่าวได้ว่าการตลาดเริ่มต้นที่ผู้บริโภคและสิ้นสุดลงที่การตัดสินใจซื้อ ฉะนั้นผู้บริโภคจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในยุคปัจจุบัน [1]

โดยเป้าหมายของการวิจัยนี้ คือทำอย่างไรให้ร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามมีลูกค้าเพิ่มขึ้นและทำอย่างไรให้ร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามมีการพัฒนาตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและพัฒนาธุรกิจค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น คือ ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันตัดสินใจซื้อสินค้าภายในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามสินค้าแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันตัดสินใจซื้อสินค้าภายในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามสินค้าแตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่างกันตัดสินใจซื้อสินค้าภายในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามสินค้าแตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันตัดสินใจซื้อสินค้าภายในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามสินค้าแตกต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันตัดสินใจซื้อสินค้าภายในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามสินค้าแตกต่างกัน

โดยกำหนดให้

H0 แสดงถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกัน

H1 แสดงถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าแตกต่างกัน ในระดับนัยสำคัญ 0.05

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
4. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการของร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินงาน

รูปแบบในการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคทั้งหมด 4 สาขา ได้แก่ เซ็นทรัลพลาซ่า แพร่พลาซ่า ดิกคอม และโลตัสเอ็กซ์ทรีา รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

ประชากร คือ ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง เลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) และเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลเฉพาะผู้ที่เคยซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran [2] เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม 4 ตอน จำนวน 43 ข้อ โดยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัยด้วยวิธี Reliability Analyze ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.94

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS 10)

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบสมมติฐาน เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรต้นที่มีผลต่อตัวแปรตามด้วยวิธี Independent Samples T- test และ One way ANOVA

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค พบว่า เป็นเพศหญิง 68.8% อายุระหว่าง 21-25 ปี 45.3% ซึ่งส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 69.5% และ ประกอบอาชีพ เป็น นักเรียน/นักศึกษา 48.3% มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 35%

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม พบว่า ซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อการอาบน้ำ 20% ด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่เลือกใช้โปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 47% วัตถุประสงค์หลักที่เข้ามาใช้บริการ คือ ซื้อสินค้าภายในร้าน 64% สาเหตุหลักที่เข้ามาใช้บริการ เพราะมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ 41% บุคคลที่มีผลในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วย ตัวเอง 72% ช่วงเวลาส่วนใหญ่เข้าไปใช้บริการ คือ ช่วงเวลา 18.01-20.00 น. 38% ความถี่ในการซื้อสินค้า ประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน 71% โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท 61%

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ส่วนใหญ่ผู้บริโภคไม่พบปัญหาในการใช้บริการ แต่ปัญหาที่พบมากที่สุดได้แก่ พนักงานมีจำนวนมากเกินไป 13% รองลงมาคือ ปัญหาการบริการล่าช้า 3% และสินค้าไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย 3%

ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 5 ปัจจัยย่อยต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 27 ย่อย ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีความแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือไม่ หากแตกต่างกันแสดงว่ายอมรับ ยอมรับ H1 หากไม่แตกต่างแสดงว่ายอมรับ H0

สรุป

การสำรวจปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น แบ่งตามส่วนประสมทางการตลาด ผู้วิจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับสินค้ามีคุณภาพ ผู้ประกอบการจึงควรเลือกสินค้าที่มาจากจำหน่ายให้มีคุณภาพ ผ่าน อย. และรับรองจากสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อสร้างมาตรฐานและความสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ผู้ประกอบการจึงต้องนำสินค้าที่มาจากจำหน่ายให้มีคุณภาพดี ได้มาตรฐานเหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้ ปัจจัยสถานที่จัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับลักษณะทำเลที่ตั้งเหมาะสม ผู้ประกอบการจึงควรทำการขยายเปิดสาขาเพิ่ม หรือ เปิดร้านใหม่ ในทำเลที่เข้าถึงง่าย สะดวกซื้อ อยู่ในเขตชุมชน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อ 1 แถม 1 ที่ดึงดูดใจ ผู้ประกอบการจึงควรจัดทำโปรโมชั่นใหม่ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเรียกลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเก่า ปัจจัยด้านบุคลากร ให้ความสำคัญกับพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ผู้ประกอบการจึงควรมีแบบชุดยูนิฟอร์มที่เรียบร้อย เมื่อพนักงานสวมใส่แล้วดูมีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ให้ความสำคัญกับภายในร้านสะอาดเรียบร้อย ผู้ประกอบการจึงควรหมั่นตรวจเช็คความสะอาด เรียบร้อย ภายในร้านอย่างสม่ำเสมอ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ให้ความสำคัญกับขั้นตอนการชำระเงินสะดวกรวดเร็ว ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงจัดหาพนักงานที่มีประสบการณ์ หากธุรกิจมีขนาดใหญ่ขึ้นอาจจะเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้มีหลายทางมากยิ่งขึ้น เช่น บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต เป็นต้น แบ่งตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ เพศชาย ควรจัดโซนสินค้าเพิ่มขึ้นและให้มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพศหญิง ควรจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าสำหรับผู้หญิงอย่างสม่ำเสมอ ด้านอายุ การทำสื่อโฆษณาต้องมีเนื้อหาโดนใจวัยรุ่น และเลือกขยายสาขาใกล้สถานศึกษา รวมถึงปรับปรุงให้มีขนาดป้ายราคา ตัวหนังสือที่ใหญ่ชัดเจนขึ้นเพื่อผู้สูงอายุ ด้านการศึกษา ควรผลิตสื่อโฆษณาที่มีความเข้าใจได้ง่าย ราคาสินค้าในที่ไม่แพงมากเกินไป ด้านอาชีพ ทางร้านจึงควรจัดให้มีสินค้าที่มีความหลากหลายในด้านราคาและคุณภาพเพื่อรองรับคนในหลายอาชีพที่มีความต้องการไม่ตรงกัน รายได้ ร้านค้าปลีกเพื่อสุขภาพและความงามจึงจะต้องมีสินค้าครบครันและบริการที่ดี รักษามาตรฐาน เพื่อรับรองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายทางด้านรายได้

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้ความดีจากบุคคลหลายๆท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.นพมาศ สุวชาติ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา คณาจารย์คณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่เจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจทุกท่าน เพื่อนๆนักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านสมาชิกในครอบครัวทุกๆ คนที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กับวิจัยครั้งนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] สุตาพร กุณทลบุตร. (2552). **หลักการตลาดสมัยใหม่**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] สิทธิ อีรสรณ์. (2551). **เทคนิคการเขียนบทความวิชาการ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าใน ร้านค้าปลีก เพื่อสุขภาพและความงาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	ผู้บริโภครู้สึกว่าสำคัญ	ระดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สินค้ามีคุณภาพ	มาก
ปัจจัยด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่	ทำเลที่ตั้งเหมาะสม	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อ1แถม1	มากที่สุด
ปัจจัยด้านบุคลากร	พนักงานแต่งกายเรียบร้อย	มาก
ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ	ภายในร้านสะอาดเรียบร้อย	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ขั้นตอนการชำระเงินสะดวกรวดเร็ว	มาก

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้า	สมมติฐานที่ 1 เพศ	สมมติฐานที่ 2 อายุ	สมมติฐานที่ 3 ที่3การศึกษา	สมมติฐานที่ 4 อาชีพ	สมมติฐานที่ 5 รายได้
ด้านผลิตภัณฑ์					
สินค้าที่จำหน่ายมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
สินค้านี้มีคุณภาพได้มาตรฐาน	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0
สินค้านี้มีความหลากหลายครบถ้วน	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0
สินค้าแสดงป้ายบอกชัดเจน	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
ด้านราคา					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0
ราคาสินค้าที่จำหน่ายมีราคาถูกกว่าที่อื่น	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย					
ลักษณะทำเลที่ตั้งเหมาะสม	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
การจัดวางสินค้าดึงดูดความสนใจในการซื้อ	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
การจัดผังร้านเป็นหมวดหมู่	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1
มีสาขาเพียงพอต่อความต้องการ	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
สื่อโฆษณาดึงดูดใจ	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1
มีการส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อ1แถม1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0
มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1
มีสินค้าทดลองใช้ เช่น เครื่องสำอาง	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
มีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีบัตรสมาชิก	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0
ด้านบุคลากร					
พนักงานแนะนำสินค้าและสาธิตได้ดี	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
พนักงานพูดจาไพเราะ สุภาพ อ่อนน้อม	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
ด้านบุคลากร					
พนักงานมีความกระตือรือร้น	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1
จำนวนพนักงานมีความเหมาะสม	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ภายในร้านสะอาดเรียบร้อย	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
พื้นที่ภายในร้านเหมาะสมต่อการจัดวางของ	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1
อากาศภายในร้านถ่ายเทสะดวก	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0
แสงสว่างภายในร้านเพียงพอ	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1
ด้านกระบวนการให้บริการ					
ขั้นตอนการชำระเงินสะดวกรวดเร็ว	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0
ช่องชำระสินค้าหลายทาง เงินสด บัตรต่างๆ	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1
กระบวนการบริการรวดเร็ว น่าประทับใจ	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H1	ยอมรับ H0	ยอมรับ H0