

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอผลการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

t แทน ค่าสถิติทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

* แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

p-value แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)

ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และ ขนาดครอบครัว

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย ร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคนิยมเข้าไปใช้บริการ ความถี่ในการซื้อสินค้า ช่วงเวลาในการซื้อสินค้า เวลาที่ใช้ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง โดยเฉลี่ย เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้า ประเภทของสินค้าที่ซื้อ ลักษณะของการซื้อสินค้า

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีก ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการซื้อ กับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ในด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และขนาดของครอบครัว มาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ โดยข้อมูลที่ได้สามารถจำแนกได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	79	27.43
หญิง	209	72.57
รวม	288	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	50	17.36
25 – 35 ปี	102	35.42
36 – 45 ปี	96	33.33
46 ปีขึ้นไป	40	13.89
รวม	288	100.00
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	43	14.93
พนักงานบริษัท	66	22.92
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	65	22.57

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	82	28.47
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	32	11.11
รวม	288	100.00
4. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	46	15.97
10,000 – 20,000 บาท	115	39.93
20,001 – 30,000 บาท	88	30.56
สูงกว่า 30,000 บาท	39	13.54
รวม	288	100.00
5. ขนาดของครอบครัว		
ต่ำกว่า 3 คน	148	51.39
4-6 คน	104	36.11
7-9 คน	36	12.50
10 คน ขึ้นไป	-	-
รวม	288	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน (ร้อยละ 72.57) รองลงมาเพศชาย จำนวน 79 คน (ร้อยละ 27.43) มีอายุอยู่ระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 102 คน (ร้อยละ 35.42) รองลงมา คือ อายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 96 คน (ร้อยละ 33.33) และต่ำสุดอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 40 คน (ร้อยละ 13.89) ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 82 คน (ร้อยละ 28.47) รองลงมา คือ พนักงานบริษัท จำนวน 66 คน (ร้อยละ 22.92) และต่ำสุดแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 32 คน (ร้อยละ 11.11) มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 115 คน (ร้อยละ 39.93) รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 88 คน (ร้อยละ 30.56) และต่ำสุดรายได้สูงกว่า 30,000 บาท จำนวน 39 คน (ร้อยละ 13.54) และขนาดของครอบครัว ต่ำกว่า 3 คน จำนวน 148 คน (ร้อยละ 51.39) รองลงมา คือ 4-6 คน จำนวน 104 คน (ร้อยละ 36.11) และต่ำสุด 7-9 คนจำนวน 36 คน (ร้อยละ 12.50)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค ที่เข้ามาใช้บริการร้านค้าปลีกต่าง
ในเขต อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค ที่เข้ามาใช้บริการร้านค้าปลีกต่าง
ในเขต อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม มาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ และ
ร้อยละ โดยข้อมูลที่ได้สามารถจำแนกได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค

พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
1. ร้านค้าปลีกที่ผู้บริโภคนิยมเข้าไปใช้บริการ		
ในแต่ละเดือน		
1-2 ครั้ง	126	43.75
3-4 ครั้ง	118	40.97
5-6 ครั้ง	36	12.50
7 ครั้งขึ้นไป	8	2.78
รวม	288	100.00
2. ความถี่ในการซื้อสินค้า		
1-2 ครั้ง	94	53.82
3-4 ครั้ง	30	32.64
5-6 ครั้ง	9	10.42
7 ครั้งขึ้นไป	155	3.13
รวม	288	100.00
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก		
เวลา 08.30-12.30 น.	80	27.78
เวลา 12.31-16.30 น.	65	22.57
เวลา 16.31-19.30 น.	110	38.19
เวลา 19.31-24.00 น.	33	11.46
รวม	288	100.00

พฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
4. เวลาที่ใช้ในการซื้อ		
ประมาณ 15 นาที	131	45.49
ประมาณ 20 นาที	102	35.42
มากกว่า 25 นาที	25	8.68
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	30	10.42
รวม	288	100.00
5. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก		
เฉลี่ยต่อครั้งๆ		
ต่ำกว่า 200 บาท	135	46.88
201-500 บาท	108	37.50
501 – 1,000 บาท	30	10.42
1,000 บาท ขึ้นไป	15	5.21
รวม	288	100.00
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก		
ราคาถูก	24	8.33
อยู่ใกล้บ้าน	103	35.76
ใช้บริการกันมานาน	87	30.21
สนิทกับเจ้าของร้าน	74	25.69
รวม	288	100.00
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก		
ของใช้ส่วนตัว	34	11.81
ของใช้ในครัวเรือน	61	21.18
เครื่องสำอาง	41	14.24
เครื่องดื่ม	96	33.33
ของขบเคี้ยว	56	19.44
รวม	288	100.00

พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
8. ลักษณะของการซื้อสินค้า		
ซื้อตามโฆษณา	95	32.99
ซื้อเพราะตราสินค้า	133	46.18
ซื้อเพราะความเคยชิน	42	14.58
ซื้อตามคำแนะนำ	18	6.25
รวม	288	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน 1-2 ครั้ง จำนวน 126 คน (ร้อยละ 43.75) รองลงมา คือ 3-4 ครั้ง จำนวน 118 คน (ร้อยละ 40.97) ต่ำสุด คือ 7 ครั้งขึ้นไป จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2.78) จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ประมาณ 15 นาที จำนวน 131 คน (ร้อยละ 45.49) รองลงมา ประมาณ 20 นาที จำนวน 102 คน (ร้อยละ 35.42) ต่ำสุด คือ มากกว่า 25 นาที จำนวน 25 คน (ร้อยละ 8.68) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก เวลา 16.30-19.30 น. จำนวน 110 คน (ร้อยละ 38.19) รองลงมา เวลา 08.30-12.30 น. จำนวน 80 คน (ร้อยละ 27.78) ต่ำสุด คือ เวลา 19.30-24.30 น. จำนวน 33 คน (ร้อยละ 11.46) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน 1-2 ครั้ง จำนวน 155 คน (ร้อยละ 53.82) รองลงมา 3-4 ครั้ง จำนวน 94 คน (ร้อยละ 32.64) ต่ำสุด คือ 7 ครั้งขึ้นไป จำนวน 9 คน (ร้อยละ 3.13) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ ต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 135 คน (ร้อยละ 46.88) รองลงมา 201-500 บาท จำนวน 108 คน (ร้อยละ 37.50) ต่ำสุด คือ 1,000 บาทขึ้นไป จำนวน 15 คน (ร้อยละ 5.21) มีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกเพราะอยู่ใกล้บ้าน จำนวน 103 คน (ร้อยละ 35.76) รองลงมา ใช้บริการกันมานาน จำนวน 87 คน (ร้อยละ 30.21) ต่ำสุด คือ ราคาถูก จำนวน 24 คน (ร้อยละ 8.33) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก เครื่องดื่ม จำนวน 96 คน (ร้อยละ 33.33) รองลงมา ของใช้ในครัวเรือน จำนวน 61 คน (ร้อยละ 21.18) ต่ำสุด คือ ของใช้ส่วนตัว จำนวน 34 คน (ร้อยละ 11.81) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ซื้อเพราะตราสินค้า จำนวน 135 คน (ร้อยละ 46.18) รองลงมา ซื้อตามโฆษณา จำนวน 95 คน (ร้อยละ 32.99) ต่ำสุด คือ ซื้อตามคำแนะนำ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 6.25)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีก

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีกในเขต อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ โดยข้อมูลที่ได้สามารถจำแนกได้ดังตารางที่ 6-9

ตารางที่ 6 ความถี่และร้อยละ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีก ด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
1. คุณภาพสินค้า		
เป็นสินค้ามีมาตรฐานทั่วไป	198	68.75
เป็นสินค้าที่นิยมทั่วไป	90	31.25
รวม	288	100.00
2. การจัดวางสินค้า		
จัดประเภทสินค้าเป็นหมวดหมู่	213	73.96
ไม่มีการแยกประเภทสินค้า	75	26.04
รวม	288	100.00
3. ประเภท และสินค้า		
มีสินค้าครบตามต้องการ	117	40.63
มีเพียงสินค้าบางอย่าง	171	59.38
รวม	288	100.00
4. ปริมาณสินค้า		
สินค้าปริมาณมากพอตามต้องการ	229	79.51
สินค้าปริมาณน้อยไม่พอกับความต้องการ	59	20.49
รวม	288	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีกด้านผลิตภัณฑ์ ได้แบ่งตามด้านคุณภาพสินค้าในร้านค้าปลีก คือ สินค้ามีมาตรฐานทั่วไป จำนวน 198 คน (ร้อยละ 68.75) รองลงมาสินค้าที่นิยมทั่วไป จำนวน 90 คน (ร้อยละ 31.25) ด้านการจัดวางสินค้า คือ จัดประเภทสินค้าเป็นหมวดหมู่ จำนวน 213 คน (ร้อยละ 73.96) รองลงมาไม่มีการแยกประเภทสินค้า จำนวน 75 คน (ร้อยละ 26.04) ด้านประเภท และสินค้า คือ มีเพียงสินค้าบางอย่าง จำนวน 171 คน (ร้อยละ 59.38) รองลงมา สินค้าครบตามต้องการ จำนวน 117 (ร้อยละ 40.63) และปริมาณสินค้า คือ สินค้าปริมาณมากพอตามต้องการ จำนวน 229 คน (ร้อยละ 79.51) รองลงมา สินค้าปริมาณน้อยไม่พอกับความต้องการ จำนวน 59 คน (ร้อยละ 20.49)

ตารางที่ 7 ความถี่และร้อยละ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีก ด้านราคา

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
1. ราคาของสินค้าร้านค้าปลีก กับ ร้านซูเปอร์สโตร์		
ราคาสูงมากกว่าร้านซูเปอร์สโตร์	93	32.29
ราคาปานกลางร้านซูเปอร์สโตร์	83	28.82
ราคาเท่ากับร้านซูเปอร์สโตร์	112	38.89
ราคาถูกร้านซูเปอร์สโตร์	-	-
รวม	288	100.00
2. การคิดราคาต่อสินค้า		
คิดตามราคาป้าย	173	60.07
คิดราคามีส่วนลดให้	73	25.30
คิดลดราคาไว้แล้ว	-	-
คิดราคาตามป้ายมีคู่ปองลด	42	14.58
รวม	288	100.00

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
3. การรับประกันสินค้า		
มีรับประกันสินค้าหมดอายุ	58	20.14
รับประกันสินค้าใหม่	230	79.86
รวม	288	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามราคาของสินค้าร้านค้าปลีก กับ ร้านซูเปอร์สโตร์ทั่วไป คือ ราคาเท่ากับร้านทั่วไป จำนวน 112 คน (ร้อยละ 38.89) รองลงมาราคาสูงกว่าร้านทั่วไป จำนวน 93 คน (ร้อยละ 32.29) ต่ำสุดราคาปานกลาง จำนวน 83 คน (ร้อยละ 28.82) การคิดราคาค่าสินค้า คือ คิดตามราคาป้าย จำนวน 173 คน (ร้อยละ 60.07) รองลงมาคิดราคามีส่วนลดให้ จำนวน 73 คน (ร้อยละ 25.30) ต่ำสุด คิดราคาตามป้ายมีอุปถองลด จำนวน 42 คน (ร้อยละ 14.58) และการรับประกันสินค้า คือ รับประกันสินค้าใหม่ จำนวน 230 คน (ร้อยละ 79.86) รองลงมาไม่มีรับประกันสินค้าหมดอายุ จำนวน 58 คน (ร้อยละ 20.14)

ตารางที่ 8 ความถี่และร้อยละ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีก ด้านการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่าย	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
1. เหตุผลที่ใช้บริการ		
ใกล้ที่พัก	208	72.22
ใกล้เขตชุมชน	50	17.36
เดินทางสะดวก	30	10.42
รวม	288	100.00
2. การจัดสถานที่จอดรถ		
มีที่จอดรถสะดวก	198	68.75

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่าย	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
บริเวณที่จอดรถกว้างขวาง	60	20.83
มีบริการในการจอดรถ	30	10.42
รวม	288	100.00
3. การจัดสินค้า		
จัดวางสินค้าหยิบจับง่าย	104	36.11
จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่	184	63.89
รวม	288	100.00
4. การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ		
ร้านค้าปลีกมีเครื่องปรับอากาศ	224	77.78
ร้านค้าปลีกไม่มีเครื่องปรับอากาศ	64	22.22
รวม	288	100.00
5. ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสม		
ตั้งแต่ 06.30 น. ถึง 18.00 น.	58	20.14
ตั้งแต่ 08.30 น. ถึง 20.00 น.	109	37.85
ตั้งแต่ 06.30 น. ถึง 20.00 น.	121	42.01
รวม	288	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ คือ โกดังที่พึก จำนวน 208 คน (ร้อยละ 72.22) รองลงมาใกล้เขตชุมชน จำนวน 50 คน (ร้อยละ 17.36) ท่าสุดเดินทางสะดวก จำนวน 30 คน (ร้อยละ 10.42) การจัดสถานที่จอดรถคือ มีที่จอดรถสะดวก จำนวน 198 คน (ร้อยละ 68.75) รองลงมา บริเวณที่จอดรถกว้างขวาง จำนวน 60 คน (ร้อยละ 20.83) ท่าสุดมีบริการในการจอดรถ จำนวน 30 คน (ร้อยละ 10.42) การจัดสินค้า คือ จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ จำนวน 184 คน (ร้อยละ 63.89) รองลงมา จัดวางสินค้าหยิบจับง่าย จำนวน 104 คน (ร้อยละ 36.11) การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ คือ ร้านค้าปลีกมีเครื่องปรับอากาศ จำนวน 224 คน (ร้อยละ 77.78) รองลงมา ร้านค้าไม่มีเครื่องปรับอากาศ จำนวน

64 คน (ร้อยละ 22.22) และระยะเวลาการให้บริการเหมาะสม คือ ตั้งแต่ 06.30 น. ถึง 20.00 น. จำนวน 121 คน (ร้อยละ 42.01) รองลงมาตั้งแต่ 08.30 น. ถึง 20.00 น. จำนวน 109 คน (ร้อยละ 37.85) ต่ำสุดตั้งแต่ 06.30 น. ถึง 18.00 น. จำนวน 58 คน (ร้อยละ 20.14)

ตารางที่ 9 ความถี่และร้อยละ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของ
ผู้บริโภคร้านอาหารค้าปลีก ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสม ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
1. การให้ส่วนลด หรือ คุปอง		
จัดให้มีคุปองสะสม	212	73.61
มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก	76	26.39
รวม	288	100.00
2. การทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อ		
ควรมีบัตรสมาชิกสะสมแต้ม	225	78.13
สามารถนำใบเสร็จมาเป็นส่วนลด	63	21.88
รวม	288	100.00
3. การให้บริการกรณีพิเศษ		
ควรมีบริการส่งของถึงรถปริมาณมาก	59	20.49*
ควรมีตะกร้าให้ผู้บริโภคใส่ของ	48	16.67
ควรมีบริการดูผ้าให้ผู้บริโภค เพื่อลดโลกร้อน	181	62.85
รวม	288	100.00
ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสม ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน (n = 288)	ร้อยละ
4. ความรู้ของพนักงานขาย		
สามารถแนะนำสินค้าให้ตรงกับผู้บริโภค	179	62.15
มีความรู้ในการแนะนำสินค้าน้อย	109	37.85
รวม	288	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการให้ส่วนลด หรือ ฎบอง คือ จัดให้มีฎบองสะสม จำนวน 212 คน (ร้อยละ 73.61) รองลงมา มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก จำนวน 76 คน (ร้อยละ 26.39) การทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อ คือ มีบัตรสมาชิกสะสมแต้ม จำนวน 225 คน (ร้อยละ 78.13) รองลงมาสามารถนำไปเสริมมาเป็น ส่วนลด จำนวน 63 คน (ร้อยละ 21.88) การให้บริการกรณีพิเศษ คือ ควรให้บริการฎบองให้ ผู้บริโภค เพื่อลดโลกร้อน จำนวน 181 คน (ร้อยละ 62.85) รองลงมา ควรให้บริการส่งของถึงรถ ปริมาณ จำนวน 59 คน (ร้อยละ 20.49) ต่ำสุด ควรมีตะกร้าให้ผู้บริโภคใส่ของ จำนวน 48 คน (ร้อยละ 16.67) และความรู้ของพนักงานขาย คือ สามารถแนะนำสินค้าให้ตรงกับผู้บริโภค จำนวน 179 คน (ร้อยละ 62.15) รองลงมา มีความรู้ในการแนะนำสินค้าน้อย จำนวน 109 คน (ร้อยละ 37.85)

ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า กับ ส่วนประสมทางการตลาด ของผู้บริโภคร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผู้ศึกษาได้นำผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด กับ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ทดสอบสมมุติฐาน ที่กำหนดไว้ โดยวิเคราะห์ข้อมูล ตามแบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 ด้วยการ ใช้ χ^2 test for Independent โดยดูน้ำหนักความสัมพันธ์ จากค่า C (Contingency coefficient) ซึ่งค่าที่ได้จะต้องอยู่ระหว่าง $0 \leq C \leq 1$ แล้วสรุปออกมาเป็น ค่า ทดสอบความสัมพันธ์ (χ^2 test for Independent) ค่าสัมประสิทธิ์ตารางการณ์จร (Contingency Oefficient : C) ค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยข้อมูลที่ได้สามารถจำแนกได้ตามรายละเอียดใน ตารางที่ 10 ถึงตารางที่ 25 ดังนี้

ตารางที่ 10 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านพฤติกรรม
ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด
มหาสารคาม จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	คุณภาพสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	เป็นสินค้ามี มาตรฐานทั่วไป	เป็นสินค้าที่ นิยมทั่วไป		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=19.500$
1-2 ครั้ง	92(86.63)	34 (39.38)	126	df=3
3-4 ครั้ง	79(81.13)	39(36.88)	118	p=0.000*
5-6 ครั้ง	27(24.75)	9(11.25)	36	CE<5=5.289
7 ครั้งขึ้นไป	0(5.50)	8(2.50)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=0.230$
ประมาณ 15 นาที	90(90.06)	41(40.94)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	69(70.13)	33(31.88)	102	p=0.977
มากกว่า 25 นาที	18(17.19)	7(7.81)	25	CE<5=0.046
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	21(20.63)	9(9.38)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=0.230$
เวลา 08.30-12.30 น.	56(55.00)	24(25.00)	80	df=3
เวลา 12.31-16.30 น.	46(44.69)	19(20.31)	65	p=0.948
เวลา 16.31-19.30 น.	74(75.63)	36(34.38)	110	CE<5=0.256
เวลา 19.31-24.00 น.	22(22.69)	11(10.31)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=21.262$
1-2 ครั้ง	114(107.94)	43(49.06)	155	df=3
3-4 ครั้ง	62(63.25)	30(28.75)	94	p=0.000*
5-6 ครั้ง	22(20.63)	8(9.38)	30	CE<5=7.430
7 ครั้งขึ้นไป	0(6.19)	9(2.81)	9	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	คุณภาพสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	เป็นสินค้ามี มาตรฐานทั่วไป	เป็นสินค้าที่ นิยมทั่วไป		
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ				$\chi^2=0.590$
ต่ำกว่า 200 บาท	95(92.81)	40(42.19)	135	df=3
201-500 บาท	72(74.25)	36(33.75)	108	p=0.899
501 - 1,000 บาท	20(20.63)	10(9.38)	30	CE<5=0.047
1,000 บาท ขึ้นไป	11(10.31)	4(4.69)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=1.504$
ราคาถูก	16(16.50)	8(7.50)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	72(70.81)	31(32.19)	103	p=0.681
ใช้บริการกันมานาน	56(59.81)	31(27.19)	87	CE<5=0.159
สนิทกับเจ้าของร้าน	54(50.88)	20(23.13)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=5.230$
ของใช้ส่วนตัว	29(23.38)	5(10.63)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	40(41.94)	21(19.06)	61	p=0.264
เครื่องสำอาง	26(28.19)	15(12.81)	41	CE<5=1.198
เครื่องดื่ม	65(66.00)	31(30.00)	96	
ของขบเคี้ยว	38(38.5)	18(17.5)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=4.112$
ซื้อตามโฆษณา	66(65.31)	29(29.69)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	87(91.44)	46(41.56)	133	p=0.250
ซื้อเพราะความเคยชิน	29(28.88)	13(13.13)	42	CE<5=0.997
ซื้อตามคำแนะนำ	16(12.38)	2(5.63)	18	
รวม	198	90	288	

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพสินค้า ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.000$) และความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.000$) ส่วนจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.977$) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.948$) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ ($p=0.899$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.681$) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.264$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.250$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรม ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการจัดวางสินค้า

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การจัดวางสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	จัดประเภทสินค้า เป็นหมวดหมู่	ไม่มีการแยก ประเภทสินค้า		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=17.308$
1-2 ครั้ง	106(93.19)	20(32.81)	126	df=3
3-4 ครั้ง	77(87.27)	41(30.73)	118	p=0.001*
5-6 ครั้ง	22(26.63)	14(9.38)	36	CE<5=5.207
7 ครั้งขึ้นไป	8(5.92)	0(2.08)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=12.845$
ประมาณ 15 นาที	104(96.89)	27(34.11)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	78(75.44)	24(26.56)	102	p=0.005*
มากกว่า 25 นาที	12(18.49)	13(6.51)	25	CE<5=7.688
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	19(22.19)	11(7.81)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=1.006$
เวลา 08.30-12.30 น.	62(59.17)	18(20.83)	80	df=3
เวลา 12.30-16.30 น.	46(48.07)	19(16.93)	65	p=0.800
เวลา 16.30-19.30 น.	80(81.35)	30(28.65)	110	CE<5=0.161
เวลา 19.30-24.00 น.	25(24.41)	8(8.59)	33	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การจัดวางสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	จัดประเภทสินค้า เป็นหมวดหมู่	ไม่มีการแยก ประเภทสินค้า		
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=13.362$
1-2 ครั้ง	128(116.11)	29(40.89)	157	df=3
3-4 ครั้ง	59(68.04)	33(23.96)	92	p=0.004*
5-6 ครั้ง	18(22.19)	12(7.81)	30	CE<5=5.101
7 ครั้งขึ้นไป	8(6.66)	1(2.34)	9	
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง				$\chi^2=0.568$
ต่ำกว่า 200 บาท	100(99.84)	35(35.16)	135	df=3
201-500 บาท	78(79.88)	30(28.13)	108	p=0.904
501 - 1,000 บาท	23(22.19)	7(7.81)	30	CE<5=0.153
1,000 บาท ขึ้นไป	12(11.09)	3(3.91)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=4.428$
ราคาถูก	21(17.75)	3(6.25)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	79(76.18)	24(26.82)	103	p=0.219
ใช้บริการกันมานาน	59(64.34)	28(22.66)	87	CE<5=2.071
สนิทกับเจ้าของร้าน	54(54.73)	20(19.27)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=23.054$
ของใช้ส่วนตัว	33(25.15)	1(8.85)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	50(45.11)	11(15.89)	61	p=0.000*
เครื่องสำอาง	21(30.32)	20(10.68)	41	CE<5=7.295
เครื่องคั้ม	70(71.00)	26(25.00)	96	
ของขบเคี้ยว	39(41.42)	17(14.58)	56	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การจัดวางสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	จัดประเภทสินค้า เป็นหมวดหมู่	ไม่มีการแยก ประเภทสินค้า		
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=3.434$
ซื้อตามโฆษณา	69(70.26)	26(24.74)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	100(98.36)	33(34.64)	133	p=0.329
ซื้อเพราะความเคยชิน	28(31.06)	14(10.94)	42	CE<5=0.318
ซื้อตามคำแนะนำ	16(13.31)	2(4.69)	18	
รวม	213	75	288	

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดวางสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดวางสินค้า ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.001$) จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.005$) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.004$) และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.000$) ส่วนช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.800$) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ ($p=0.904$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.219$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.329$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์
กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอ
เมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามประเภท และสินค้า

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ประเภท และสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	มีสินค้าครบตาม ต้องการ	มีเพียงสินค้า บางอย่าง		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=3.833$
1-2 ครั้ง	50(51.19)	76(74.81)	126	df=3
3-4 ครั้ง	54(47.94)	64(70.06)	118	p=0.280
5-6 ครั้ง	10(14.63)	26(21.38)	36	CE<5=0.366
7 ครั้งขึ้นไป	3(3.25)	5(4.75)	8	
2. จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=2.937$
ประมาณ 15 นาที	53(53.22)	78(77.78)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	38(41.44)	64(60.56)	102	p=0.401
มากกว่า 25 นาที	14(10.16)	11(14.84)	25	CE<5=0.029
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	12(12.19)	18(17.81)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=9.107$
เวลา 08.30-12.30 น.	39(32.50)	41(47.50)	80	df=3
เวลา 12.30-16.30 น.	27(26.41)	38(38.59)	65	p=0.028*
เวลา 16.30-19.30 น.	45(44.69)	65(65.31)	110	CE<5=6.283
เวลา 19.30-24.00 น.	6(13.41)	27(19.59)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=7.999$
1-2 ครั้ง	69(63.78)	88(93.22)	157	df=3
3-4 ครั้ง	40(37.38)	52(54.63)	92	p=0.046*
5-6 ครั้ง	7(12.19)	23(17.81)	30	CE<5=5.616
7 ครั้งขึ้นไป	1(3.66)	8(5.34)	9	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ประเภท และสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	มีสินค้าครบตาม ต้องการ	มีเพียงสินค้า บางอย่าง		
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งฯ				$\chi^2=27.286$
ต่ำกว่า 200 บาท	65(54.84)	70(80.16)	135	df=3
201-500 บาท	27(43.88)	81(64.13)	108	p=0.000*
501 – 1,000 บาท	12(12.19)	18(17.81)	30	CE<5=0.242
1,000 บาท ขึ้นไป	13(6.09)	2(8.91)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=66.676$
ราคาถูก	16.00(9.75)	8.00(14.25)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	65(41.84)	38(61.16)	103	p=0.000*
ใช้บริการกันมานาน	7(35.34)	80(51.66)	87	CE<5=22.068
สนิทกับเจ้าของร้าน	29(30.06)	45(43.94)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=16.992$
ของใช้ส่วนตัว	10(13.81)	24(20.19)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	27(24.78)	34(36.22)	61	p=0.002*
เครื่องสำอาง	15(16.66)	26(24.34)	41	CE<5=3.645
เครื่องดื่ม	30(39.00)	66(57.00)	96	
ของขบเคี้ยว	35(22.75)	21(33.25)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=46.442$
ซื้อตามโฆษณา	60(38.59)	35(56.41)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	43(54.03)	90(78.97)	133	p=0.000*
ซื้อเพราะความเคยชิน	3(17.06)	39(24.94)	42	CE<5=15.677
ซื้อตามคำแนะนำ	11(7.31)	7(10.69)	18	
รวม	117	171	288	

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านประเภท และสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านประเภท และสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.028$) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.046$) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ($p=0.000$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.000$) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.002$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.000$) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.208$) และจำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.401$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามปริมาณสินค้า

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ปริมาณสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	สินค้าปริมาณมาก พอตามต้องการ	สินค้าปริมาณ น้อยไม่พอกับ ความต้องการ		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=5.574$
1-2 ครั้ง	93(100.19)	33(25.81)	126	df=3
3-4 ครั้ง	101(93.83)	17(24.17)	118	p=0.134
5-6 ครั้ง	28(28.63)	8(7.38)	36	CE<5=2.149
7 ครั้งขึ้นไป	7(6.36)	1(1.64)	8	
2. จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=1.095$
ประมาณ 15 นาที	101(104.16)	30(26.84)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	82(81.10)	20(20.90)	102	p=0.778
มากกว่า 25 นาที	21(19.88)	4(5.12)	25	CE<5=0.985
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	25(23.85)	5(6.15)	30	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ปริมาณสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	สินค้าปริมาณมาก พอตามต้องการ	สินค้าปริมาณ น้อยไม่พอกับ ความต้องการ		
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=1.584$
เวลา 08.30-12.30 น.	61(63.61)	19(16.39)	80	df=3
เวลา 12.30-16.30 น.	55(51.68)	10(13.32)	65	p=0.663
เวลา 16.30-19.30 น.	87(87.47)	23(22.53)	110	CE<5=0.059
เวลา 19.30-24.00 น.	26(26.24)	7(6.76)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=5.105$
1-2 ครั้ง	120(124.84)	37(32.16)	157	df=3
3-4 ครั้ง	80(73.15)	12(18.85)	92	p=0.164
5-6 ครั้ง	23(23.85)	7(6.15)	30	CE<5=0.094
7 ครั้งขึ้นไป	6(7.16)	3(1.84)	9	
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง				$\chi^2=4.685$
ต่ำกว่า 200 บาท	112(107.34)	23(27.66)	135	df=3
201-500 บาท	85(85.88)	23(22.13)	108	p=0.196
501 - 1,000 บาท	23(23.85)	7(6.15)	30	CE<5=3.845
1,000 บาท ขึ้นไป	9(11.93)	6(3.07)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=0.544$
ราคาถูก	20(19.08)	4(4.92)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	82(81.90)	21(21.10)	103	p=0.909
ใช้บริการกันมานาน	70(69.18)	17(17.82)	87	CE<5=0.345
สนิทกับเจ้าของร้าน	57(58.84)	17(15.16)	74	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ปริมาณสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	สินค้าปริมาณมาก พอตามต้องการ	สินค้าปริมาณ น้อยไม่พอกับ ความต้องการ		
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=13.159$
ของใช้ส่วนตัว	25(27.03)	9(6.97)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	40(48.50)	21(12.50)	61	p=0.011*
เครื่องสำอาง	32(32.60)	9(8.40)	41	CE<5=9.127
เครื่องคั้ม	84(76.33)	12(19.67)	96	
ของขบเคี้ยว	48(44.53)	8(11.47)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=0.073$
ซื้อตามโฆษณา	76(75.54)	19(19.46)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	106(105.75)	27(27.25)	133	p=0.995
ซื้อเพราะความเคยชิน	33(33.40)	9(8.60)	42	CE<5=0.065
ซื้อตามคำแนะนำ	14(14.31)	4(3.69)	18	
รวม	229	59	288	

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านปริมาณสินค้า ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านปริมาณสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก (p=0.011) ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน (p=0.134) จำนวนเวลาที่ใช้ไปใช้บริการร้านค้าปลีก (p=0.778) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก (p=0.663) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน (p=0.164) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ (p=0.196) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก (p=0.909) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า (p=0.995) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา กับ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามราคาของสินค้า กับร้านซูเปอร์สโตร์ทั่วไป

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ราคาของสินค้า กับ ร้านซูเปอร์สโตร์ทั่วไป			รวม	สถิติทดสอบ
	ราคาสูงกว่า ร้านทั่วไป	ราคา ปานกลาง	ราคาเท่ากับ ร้านทั่วไป		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน					$\chi^2=10.074$
1-2 ครั้ง	40(40.69)	33(36.31)	53(49.00)	126	df=6
3-4 ครั้ง	35(38.10)	43(34.01)	40(45.89)	118	p=0.122
5-6 ครั้ง	13(11.63)	6(10.38)	17(14.00)	36	CE<5=0.824
7 ครั้งขึ้นไป	5(2.58)	1(2.31)	2(3.11)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก					$\chi^2=4.159$
ประมาณ 15 นาที	46(42.30)	34(37.75)	51(50.94)	131	df=6
ประมาณ 20 นาที	30(32.94)	35(29.40)	37(39.67)	102	p=0.655
มากกว่า 25 นาที	8(8.07)	8(7.20)	9(9.72)	25	CE<5=0.638
มากกว่า 30 นาทีขึ้นไป	9(9.69)	6(8.65)	15(11.67)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก					$\chi^2=2.763$
เวลา 08.30-12.30 น.	24(25.83)	24(23.06)	32(31.11)	80	df=6
เวลา 12.30-16.30 น.	25(20.99)	16(18.73)	24(25.28)	65	p=0.838
เวลา 16.30-19.30 น.	36(35.52)	31(31.70)	43(42.78)	110	CE<5=0.035
เวลา 19.30-24.00 น.	8(10.66)	12(9.51)	13(12.83)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน					$\chi^2=10.612$
1-2 ครั้ง	48(50.70)	45(45.25)	64(61.06)	157	df=6
3-4 ครั้ง	25(29.71)	30(26.51)	37(35.78)	92	p=0.101
5-6 ครั้ง	14(9.69)	8(8.65)	8(11.67)	30	CE<5=3.356
7 ครั้งขึ้นไป	6(2.91)	0(2.59)	3(3.50)	9	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ราคาของสินค้า กับ ร้านซูเปอร์สโตร์ทั่วไป			รวม	สถิติทดสอบ
	ราคาสูงกว่า ร้านทั่วไป	ราคา ปานกลาง	ราคาเท่ากับ ร้านทั่วไป		
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ					$\chi^2=3.845$
ต่ำกว่า 200 บาท	40(43.59)	38(38.91)	57(52.50)	135	df=6
201-500 บาท	35(34.88)	31(31.13)	42(42.00)	108	p=0.698
501 - 1,000 บาท	12(9.69)	8(8.65)	10(11.67)	30	CE<5=2.757
1,000 บาท ขึ้นไป	6(4.84)	6(4.32)	3(5.83)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=5.919$
ราคาถูก	5(7.75)	8(6.92)	11(9.33)	24	df=6
อยู่ใกล้บ้าน	31(33.26)	28(29.68)	44(40.06)	103	p=0.432
ใช้บริการกันมานาน	28(28.09)	23(25.07)	36(33.83)	87	CE<5=4.350
สนิทกับเจ้าของร้าน	29(23.90)	24(21.33)	21(28.78)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=25.934$
ของใช้ส่วนตัว	10(10.98)	15(9.80)	9(13.22)	34	df=8
ของใช้ในครัวเรือน	23(19.70)	14(17.58)	24(23.72)	61	p=0.001*
เครื่องสำอาง	16(13.24)	14(11.82)	11(15.94)	41	CE<5=0.220
เครื่องดื่ม	18(31.00)	25(27.67)	53(37.33)	96	
ของขบเคี้ยว	26(18.08)	15(16.14)	15(21.78)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า					$\chi^2=7.296$
ซื้อตามโฆษณา	32(30.68)	26(27.38)	37(36.94)	95	df=6
ซื้อเพราะตราสินค้า	48(42.95)	40(38.33)	45(51.72)	133	p=0.294
ซื้อเพราะความเคยชิน	7(13.56)	13(12.10)	22(16.33)	42	CE<5=1.549
ซื้อตามคำแนะนำ	6(5.81)	4(5.19)	8(7.00)	18	
	93	83	112	288	

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของสินค้า กับ ร้าน ซูเปอร์สโตร์ทั่วไปที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของสินค้า กับ ร้าน ซูเปอร์สโตร์ทั่วไปที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อจำนวน 1 ซื้อมาได้แก่ ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.001$) ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกใน แต่ละเดือน ($p=0.122$) จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.655$) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีก ($p=0.838$) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.101$) จำนวนเงินที่ซื้อ สินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ ($p=0.698$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.432$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.294$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา กับ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการคิดราคาค่าสินค้า

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การคิดราคาค่าสินค้า			รวม	สถิติทดสอบ
	คิดตาม ราคาป้าย	คิดราคา มีส่วนลด ให้	คิดราคา ตามป้าย มีอุปสงค์		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน					$\chi^2=15.095$
1-2 ครั้ง	72(75.69)	34(31.94)	20(18.38)	126	df=6
3-4 ครั้ง	68(70.88)	32(29.91)	18(17.21)	118	p=0.020*
5-6 ครั้ง	31(21.63)	3(9.13)	2(5.25)	36	CE<5=1.006
7 ครั้งขึ้นไป	2(4.81)	4(2.03)	2(1.17)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก					$\chi^2=17.646$
ประมาณ 15 นาที	94(78.69)	24(33.20)	13(19.10)	131	df=6
ประมาณ 20 นาที	54(61.27)	28(25.85)	20(14.88)	102	p=0.007*
มากกว่า 25 นาที	9(15.02)	11(6.34)	5(3.65)	25	CE<5=5.126
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	16(18.02)	10(7.60)	4(4.38)	30	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การคิดราคาค่าสินค้า			รวม	สถิติทดสอบ
	คิดตาม ราคาป้าย	คิดราคา มีส่วนลด ให้	คิดราคา ตามป้าย มีอุปองลด		
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก					$\chi^2=38.363$
เวลา 08.30-12.30 น.	63(48.06)	14(20.28)	3(11.67)	80	df=6
เวลา 12.30-16.30 น.	27(39.05)	31(16.48)	7(9.48)	65	p=0.000*
เวลา 16.30-19.30 น.	65(66.08)	21(27.88)	24(16.04)	110	CE<5=13.613
เวลา 19.30-24.00 น.	18(19.82)	7(8.36)	8(4.81)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน					$\chi^2=10.988$
1-2 ครั้ง	88(94.31)	46(39.80)	23(22.90)	157	df=6
3-4 ครั้ง	54(55.26)	23(23.32)	15(13.42)	92	p=0.089
5-6 ครั้ง	26(18.02)	2(7.60)	2(4.38)	30	CE<5=1.239
7 ครั้งขึ้นไป	5(5.41)	2(2.28)	2(1.31)	9	
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งฯ					$\chi^2=6.792$
ต่ำกว่า 200 บาท	83(81.09)	34(34.22)	18(19.69)	135	df=6
201-500 บาท	63(64.88)	29(27.38)	16(15.75)	108	p=0.341
501 - 1,000 บาท	15(18.02)	10(7.60)	5(4.38)	30	CE<5=0.207
1,000 บาท ขึ้นไป	12(9.01)	0(3.80)	3(2.19)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=13.329$
ราคาถูก	20(14.42)	3(6.08)	1(3.50)	24	df=6
อยู่ใกล้บ้าน	59(61.87)	31(26.11)	13(15.02)	103	p=0.038*
ใช้บริการกันมานาน	48(52.26)	27(22.05)	12(12.69)	87	CE<5=3.532
สนิทกับเจ้าของร้าน	46(44.45)	12(18.76)	16(10.79)	74	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การคิดราคาสินค้า			รวม	สถิติทดสอบ
	คิดตาม ราคาป้าย	คิดราคา มีส่วนลด ให้	คิดราคา ตามป้าย มีอุปถด		
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=20.850$
ของใช้ส่วนตัว	17(20.42)	7(8.62)	10(4.96)	34	df=8
ของใช้ในครัวเรือน	43(36.64)	11(15.46)	7(8.90)	61	p=0.008*
เครื่องสำอาง	19(24.63)	15(10.39)	7(5.98)	41	CE<5=0.449
เครื่องดื่ม	67(57.67)	22(24.33)	7(14.00)	96	
ของขบเคี้ยว	27(33.64)	18(14.19)	11(8.17)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า					$\chi^2=7.741$
ซื้อตามโฆษณา	56(57.07)	28(24.08)	11(13.85)	95	df=6
ซื้อเพราะตราสินค้า	83(79.89)	27(33.71)	23(19.40)	133	p=0.258
ซื้อเพราะความเคยชิน	22(25.23)	12(10.65)	8(6.13)	42	CE<5=0.007
ซื้อตามคำแนะนำ	12(10.81)	6(4.56)	0(2.63)	18	
	173	73	42	288	

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการคิดราคาของสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการคิดราคาของสินค้าทั่วไปที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.020$) จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.007$) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.000$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.038$) และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.008$) ส่วนพฤติกรรมด้านความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.089$) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ($p=0.341$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.258$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการรับประกันสินค้า

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การรับประกันสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	มีรับประกันสินค้า หมดอายุ	รับประกัน สินค้าใหม่		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=9.627$
1-2 ครั้ง	25(25.38)	101(100.63)	126	df=3
3-4 ครั้ง	17(23.76)	101(94.24)	118	p=0.022*
5-6 ครั้ง	13(7.25)	23(28.75)	36	CE<5=2.807
7 ครั้งขึ้นไป	3(1.61)	5(6.39)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=2.702$
ประมาณ 15 นาที	22(26.38)	109(104.62)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	24(20.54)	78(81.46)	102	p=0.440
มากกว่า 25 นาที	4(5.03)	21(19.97)	25	CE<5=1.217
มากกว่า 30 นาทีขึ้นไป	8(6.04)	22(23.96)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=1.668$
เวลา 08.30-12.30 น.	13(16.11)	67(63.89)	80	df=3
เวลา 12.30-16.30 น.	13(13.09)	52(51.91)	65	p=0.644
เวลา 16.30-19.30 น.	26(22.15)	84(87.85)	110	CE<5=686
เวลา 19.30-24.00 น.	6(6.65)	27(26.35)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=5.492$
1-2 ครั้ง	32(31.62)	125(125.38)	157	df=3
3-4 ครั้ง	14(18.53)	78(73.47)	92	p=0.137
5-6 ครั้ง	8(6.04)	22(23.96)	30	CE<5=1.208
7 ครั้งขึ้นไป	4(1.81)	5(7.19)	9	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การรับประกันสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	มีรับประกันสินค้า หมดอายุ	รับประกัน สินค้าใหม่		
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ				$\chi^2=7.617$
ต่ำกว่า 200 บาท	23(27.19)	112(107.81)	135	df=3
201-500 บาท	29(21.75)	79(86.25)	108	p=0.055
501 – 1,000 บาท	6(6.04)	24(23.96)	30	CE<5=0.108
1,000 บาท ขึ้นไป	0(3.02)	15(11.98)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=1.130$
ราคาถูก	6(4.83)	18(19.17)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	23(20.74)	80(82.26)	103	p=0.770
ใช้บริการกันมานาน	16(17.52)	71(69.48)	87	CE<5=1.035
สนิทกับเจ้าของร้าน	13(14.90)	61(59.10)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=11.591$
ของใช้ส่วนตัว	14(6.85)	20(27.15)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	8(12.28)	53(48.72)	61	p=0.021*
เครื่องสำอาง	7(8.26)	34(32.74)	41	CE<5=1.774
เครื่องดื่ม	18(19.33)	78(76.67)	96	
ของขบเคี้ยว	11(11.28)	45(44.72)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=1.078$
ซื้อตามโฆษณา	21(19.13)	74(75.87)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	24(26.78)	109(106.22)	133	p=0.782
ซื้อเพราะความเคยชิน	10(8.46)	32(33.54)	42	CE<5=0.074
ซื้อตามคำแนะนำ	3(3.63)	15(14.38)	18	
รวม	198	90	288	

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการรับประกันสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการรับประกันสินค้า ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.022$) และจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.021$) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.440$) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.644$) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.137$) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ($p=0.055$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.770$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.782$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	เหตุผลที่ใช้บริการ			รวม	สถิติทดสอบ
	ใกล้ที่พัก	ใกล้เขต ชุมชน	เดินทาง สะดวก		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน					$\chi^2=14.898$
1-2 ครั้ง	99(91.00)	14(21.88)	13(13.13)	126	df=6
3-4 ครั้ง	74(85.22)	31(20.49)	13(12.29)	118	p=0.021*
5-6 ครั้ง	29(26.00)	5(6.25)	2(3.75)	36	CE<5=0.355
7 ครั้งขึ้นไป	6(5.78)	0(1.39)	2(0.83)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก					$\chi^2=9.414$
ประมาณ 15 นาที	101(94.61)	20(22.74)	10(13.65)	131	df=6
ประมาณ 20 นาที	74(73.67)	19(17.71)	9(10.63)	102	p=0.152
มากกว่า 25 นาที	15(18.06)	4(4.34)	6(2.60)	25	CE<5=6.344
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	18(21.67)	7(5.21)	5(3.13)	30	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	เหตุผลที่ใช้บริการ			รวม	สถิติทดสอบ
	ใกล้ที่พัก	ใกล้เขต ชุมชน	เดินทาง สะดวก		
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก					$\chi^2=113.611$
เวลา 08.30-12.30 น.	80(57.78)	0(13.89)	0(8.33)	80	df=6
เวลา 12.30-16.30 น.	30(46.94)	25(11.28)	10(6.77)	65	p=0.000*
เวลา 16.30-19.30 น.	90(79.44)	15(19.10)	5(11.46)	110	CE<5=36.107
เวลา 19.30-24.00 น.	8(23.83)	10(5.73)	15(3.44)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน					$\chi^2=18.504$
1-2 ครั้ง	113(113.39)	25(27.26)	19(16.35)	157	df=6
3-4 ครั้ง	59(66.44)	24(15.97)	9(9.58)	92	p=0.005*
5-6 ครั้ง	30(21.67)	0(5.21)	0(3.13)	30	CE<5=1595
7 ครั้งขึ้นไป	6(6.50)	1(1.56)	2(0.94)	9	
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ					$\chi^2=72.800$
ต่ำกว่า 200 บาท	128(97.50)	7(23.44)	0(14.06)	135	df=6
201-500 บาท	59(78.00)	30(18.75)	19(11.25)	108	p=0.000*
501 - 1,000 บาท	11(21.67)	10(5.21)	9(3.13)	30	CE<5=44.209
1,000 บาท ขึ้นไป	10(10.83)	3(2.60)	2(1.56)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=71.939$
ราคาถูก	24(17.33)	0(4.17)	0(2.50)	24	df=6
อยู่ใกล้บ้าน	97(74.39)	6(17.88)	0(10.73)	103	p=0.000*
ใช้บริการกันมานาน	38(62.83)	29(15.10)	20(9.06)	87	CE<5=30.309
สนิทกับเจ้าของร้าน	49(53.44)	15(12.85)	10(7.71)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=11.579$
ของใช้ส่วนตัว	31(24.56)	2(5.90)	1(3.54)	34	df=8
ของใช้ในครัวเรือน	43(44.06)	12(10.59)	6(6.35)	61	p=0.171
เครื่องสำอาง	24(29.61)	10(7.12)	7(4.27)	41	CE<5=0.745
เครื่องดื่ม	67(69.33)	17(16.67)	12(10.00)	96	
ของขบเคี้ยว	43(40.44)	9(9.72)	4(5.83)	56	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	เหตุผลที่ใช้บริการ			รวม	สถิติทดสอบ
	ใกล้ที่พัก	ใกล้เขต ชุมชน	เดินทาง สะดวก		
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า					$\chi^2=93.397$
ซื้อตามโฆษณา	95(68.61)	0(16.49)	0(9.90)	95	df=6
ซื้อเพราะตราสินค้า	83(96.06)	34(23.09)	16(13.85)	133	p=0.000*
ซื้อเพราะความเคยชิน	12(30.33)	16(7.29)	14(4.38)	42	CE<5=27.487
ซื้อตามคำแนะนำ	18(13.00)	0(3.13)	0(1.88)	18	
	208	50	30	288	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านเหตุผลที่ใช้บริการที่มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านเหตุผลที่ใช้บริการ
ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อ
สินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน (p=0.021) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก (p=0.000)
ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน (p=0.005) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ย
ต่อครั้ง ๆ (p=0.000) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก (p=0.000) และปัจจัยที่มีผลต่อ
การตัดสินใจซื้อสินค้า (p=0.000) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก
(p=0.152) และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก (p=0.171) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัด
จำหน่าย กับ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการจัดสถานที่จอดรถ

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การจัดสถานที่จอดรถ			รวม	สถิติทดสอบ
	มีที่จอดรถ สะดวก	บริเวณที่ จอดรถ กว้างขวาง	มีบริการใน การจอดรถ		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน					$\chi^2=5.305$
1-2 ครั้ง	93(86.63)	23(26.25)	10(13.13)	126	df=6
3-4 ครั้ง	76(81.13)	27(24.58)	15(12.29)	118	p=0.505
5-6 ครั้ง	22(24.75)	9(7.50)	5(3.75)	36	CE<5=0.984
7 ครั้งขึ้นไป	7(5.50)	1(1.67)	0(0.83)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก					$\chi^2=3.664$
ประมาณ 15 นาที	95(90.06)	24(27.29)	12(13.65)	131	df=6
ประมาณ 20 นาที	66(70.13)	23(21.25)	13(10.63)	102	p=0.722
มากกว่า 25 นาที	17(17.19)	7(5.21)	1(2.60)	25	CE<5=0.548
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	20(20.63)	6(6.25)	4(3.13)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก					$\chi^2=20.095$
เวลา 08.30-12.30 น.	69(55.00)	8(16.67)	3(8.33)	80	df=6
เวลา 12.30-16.30 น.	43(44.69)	12(13.54)	10(6.77)	65	p=0.003*
เวลา 16.30-19.30 น.	69(75.63)	29(22.92)	12(11.46)	110	CE<5=12.797
เวลา 19.30-24.00 น.	17(22.69)	11(6.88)	5(3.44)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน					$\chi^2=3.864$
1-2 ครั้ง	111(107.94)	31(32.71)	15(16.35)	157	df=6
3-4 ครั้ง	58(63.25)	21(19.17)	13(9.58)	92	p=0.695
5-6 ครั้ง	23(20.63)	6(6.25)	1(3.13)	30	CE<5=0.002
7 ครั้งขึ้นไป	6(6.19)	2(1.88)	1(0.94)	9	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การจัดสถานที่จอดรถ			รวม	สถิติทดสอบ
	มีที่จอดรถ สะดวก	บริเวณที่ จอดรถ กว้างขวาง	มีบริการใน การจอดรถ		
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ					$\chi^2=12.398$
ต่ำกว่า 200 บาท	100(92.81)	26(28.13)	9(14.06)	135	df=6
201-500 บาท	70(74.25)	25(22.50)	13(11.25)	108	p=0.054
501 - 1,000 บาท	17(20.63)	9(6.25)	4(3.13)	30	CE<5=4.406
1,000 บาท ขึ้นไป	11(10.31)	0(3.13)	4(1.56)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=7.662$
ราคาถูก	21(16.50)	1(5.00)	2(2.50)	24	df=2
อยู่ใกล้บ้าน	71(70.81)	24(21.46)	8(10.73)	103	p=0.264
ใช้บริการกันมานาน	54(59.81)	21(18.13)	12(9.06)	87	CE<5=1.277
สนิทกับเจ้าของร้าน	52(50.88)	14(15.42)	8(7.71)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=6.370$
ของใช้ส่วนตัว	27(23.38)	5(7.08)	2(3.54)	34	df=8
ของใช้ในครัวเรือน	40(41.94)	13(12.71)	8(6.35)	61	p=0.606
เครื่องสำอาง	29(28.19)	10(8.54)	2(4.27)	41	CE<5=0.368
เครื่องคั้ม	63(66.00)	19(20.00)	14(10.00)	96	
ของขบเคี้ยว	39(38.50)	13(11.67)	4(5.83)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า					$\chi^2=10.352$
ซื้อตามโฆษณา	73(65.31)	15(19.79)	7(9.90)	95	df=6
ซื้อเพราะตราสินค้า	84(91.44)	32(27.71)	17(13.85)	133	p=0.111
ซื้อเพราะความเคยชิน	25(28.88)	11(8.75)	6(4.38)	42	CE<5=0.274
ซื้อตามคำแนะนำ	16(12.38)	2(3.75)	0(1.88)	18	
	198	60	30	288	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดสถานที่จอดรถที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดสถานที่จอดรถที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.003$) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.505$) จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.722$) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.695$) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ($p=0.054$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.264$) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.606$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.111$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการจัดวางสินค้า

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก	การจัดวางสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	จัดวางสินค้าหยิบจับง่าย	รับประกันสินค้าใหม่		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=8.342$
1-2 ครั้ง	46(45.5)	80(80.5)	126	df=3
3-4 ครั้ง	50(42.61)	68(75.39)	118	p=0.039*
5-6 ครั้ง	6(13.00)	30(23.00)	36	CE<5=2.125
7 ครั้งขึ้นไป	2(2.89)	6(5.11)	8	
2. จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=1.918$
ประมาณ 15 นาที	51(47.31)	80(83.69)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	35(36.83)	67(65.17)	102	p=0.590
มากกว่า 25 นาที	10(9.03)	15(15.97)	25	CE<5=1.131
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	8(10.83)	22(19.17)	30	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การจัดวางสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	จัดวางสินค้าหยิบ จับง่าย	รับประกัน สินค้าใหม่		
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=6.508$
เวลา 08.30-12.30 น.	34(28.89)	46(51.11)	80	df=3
เวลา 12.30-16.30 น.	28(23.47)	37(41.53)	65	p=0.089
เวลา 16.30-19.30 น.	30(39.72)	80(70.28)	110	CE<5=3.204
เวลา 19.30-24.00 น.	12(11.92)	21(21.08)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=3.599$
1-2 ครั้ง	57(56.69)	100(100.31)	157	df=3
3-4 ครั้ง	37(33.22)	55(58.78)	92	p=0.308
5-6 ครั้ง	9(10.83)	21(19.17)	30	CE<5=1.047
7 ครั้งขึ้นไป	1(3.25)	8(5.75)	9	
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง				$\chi^2=70.748$
ต่ำกว่า 200 บาท	44(48.75)	91(86.25)	135	df=3
201-500 บาท	20(39.00)	88(69.00)	108	p=0.000*
501 – 1,000 บาท	25(10.83)	5(19.17)	30	CE<5=30.489
1,000 บาท ขึ้นไป	15(5.42)	0(9.58)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=34.421$
ราคาถูก	5(8.67)	19(15.33)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	24(37.19)	79(65.81)	103	p=0.000*
ใช้บริการกันมานาน	28(31.42)	59(55.58)	87	CE<5=28.494
สนิทกับเจ้าของร้าน	47(26.72)	27(47.28)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=2.916$
ของใช้ส่วนตัว	11(12.28)	23(21.72)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	23(22.03)	38(38.97)	61	p=0.572
เครื่องสำอาง	11(14.81)	30(26.19)	41	CE<5=0.782
เครื่องดื่ม	35(34.67)	61(61.33)	96	
ของขบเคี้ยว	24(20.22)	32(35.78)	56	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การจัดวางสินค้า		รวม	สถิติทดสอบ
	จัดวางสินค้าหยิบ จับง่าย	รับประกัน สินค้าใหม่		
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=15.779$
ซื้อตามโฆษณา	31(34.31)	64(60.69)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	51(48.03)	82(84.97)	133	p=0.001*
ซื้อเพราะความเคยชิน	22(15.17)	20(26.83)	42	CE<5=0.170
ซื้อตามคำแนะนำ	0(6.50)	18(11.50)	18	
รวม	104	184	288	

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดวางสินค้าที่มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดวางสินค้าที่มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านจำนวนครั้งที่ซื้อ
สินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน (p=0.039) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ
(p=0.000) จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก (p=0.000) และช่วงเวลาในการซื้อสินค้าใน
ร้านค้าปลีก (p=0.001) ส่วนพฤติกรรมจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก (p=0.590) ช่วงเวลา
ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก (p=0.089) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน (p=0.308)
และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก (p=0.572) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัด
จำหน่าย กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ		รวม	สถิติทดสอบ
	ควรมี เครื่องปรับอากาศ	ไม่ควรมี เครื่องปรับ อากาศ		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=11.178$
1-2 ครั้ง	100(98.00)	26(28.00)	126	df=3
3-4 ครั้ง	86(91.78)	32(26.22)	118	p=0.011*
5-6 ครั้ง	34(28.00)	2(8.00)	36	CE<5=12.357
7 ครั้งขึ้นไป	4(6.22)	4(1.78)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=4.285$
ประมาณ 15 นาที	98(101.89)	33(29.11)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	86(79.33)	16(22.67)	102	p=0.232
มากกว่า 25 นาที	19(19.44)	6(5.56)	25	CE<5=4.402
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	21(23.33)	9(6.67)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=4.926$
เวลา 08.30-12.30 น.	68(62.22)	12(17.78)	80	df=3
เวลา 12.30-16.30 น.	50(50.56)	15(14.44)	65	p=0.177
เวลา 16.30-19.30 น.	84(85.56)	26(24.44)	110	CE<5=4.277
เวลา 19.30-24.00 น.	22(25.67)	11(7.33)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=5.802$
1-2 ครั้ง	120(122.11)	37(34.89)	157	df=3
3-4 ครั้ง	68(71.56)	24(20.44)	92	p=0.122
5-6 ครั้ง	28(23.33)	2(6.67)	30	CE<5=2.444
7 ครั้งขึ้นไป	8(7.00)	1(2.00)	9	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ		รวม	สถิติทดสอบ
	ควรมี เครื่องปรับอากาศ	ไม่ควรมี เครื่องปรับอากาศ		
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ				$\chi^2=1.104$
ต่ำกว่า 200 บาท	106(105.00)	29(30.00)	135	df=3
201-500 บาท	81(84.00)	27(24.00)	108	p=0.776
501 – 1,000 บาท	25(23.33)	5(6.67)	30	CE<5=0.050
1,000 บาท ขึ้นไป	12(11.67)	3(3.33)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=0.673$
ราคาถูก	18(18.67)	6(5.33)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	79(80.11)	24(22.89)	103	p=0.879
ใช้บริการกันมานาน	67(67.67)	20(19.33)	87	CE<5=0.546
สนิทกับเจ้าของร้าน	60(57.56)	14(16.44)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=2.803$
ของใช้ส่วนตัว	28(26.44)	6(7.56)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	49(47.44)	12(13.56)	61	p=0.591
เครื่องสำอาง	28(31.89)	13(9.11)	41	CE<5=0.138
เครื่องดื่ม	75(74.67)	21(21.33)	96	
ของขบเคี้ยว	44(43.56)	12(12.44)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=2.279$
ซื้อตามโฆษณา	74(73.89)	21(21.11)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	104(103.44)	29(29.56)	133	p=0.516
ซื้อเพราะความเคยชิน	30(32.67)	12(9.33)	42	CE<5=0.041
ซื้อตามคำแนะนำ	16(14.00)	2(4.00)	18	
รวม	104	184	288	

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการติดตั้ง

เครื่องปรับอากาศที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการติดตั้งเครื่องปรับอากาศที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.011$) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.232$) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.177$) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.122$) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ($p=0.776$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.879$) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.591$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.516$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด กับ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระยะเวลาการให้บริการเหมาะสม

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก	ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสม			รวม	สถิติทดสอบ
	ตั้งแต่ 06.30 น. ถึง 18.00 น.	ตั้งแต่ 08.30 น. ถึง 20.00 น.	ตลอด 24 ชั่วโมง		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน					$\chi^2=4.100$ df=6 p=0.663 CE<5=681
1-2 ครั้ง	24(25.38)	54(47.69)	48(52.94)	126	
3-4 ครั้ง	27(23.76)	38(44.66)	53(49.58)	118	
5-6 ครั้ง	6(7.25)	13(13.63)	17(15.13)	36	
7 ครั้งขึ้นไป	1(1.61)	4(3.03)	3(3.361)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก					$\chi^2=1.397$ df=6 p=0.966 CE<5=1.046
ประมาณ 15 นาที	29(26.38)	51(49.58)	51(55.04)	131	
ประมาณ 20 นาที	20(20.54)	37(38.60)	45(42.85)	102	
มากกว่า 25 นาที	4(5.03)	10(9.46)	11(10.50)	25	
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	5(6.04)	11(11.35)	14(12.60)	30	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสม			รวม	สถิติทดสอบ
	ตั้งแต่ 06.30 น.ถึง 18.00 น.	ตั้งแต่ 08.30 น.ถึง 20.00 น.	ตลอด 24 ชั่วโมง		
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก					$\chi^2=73.609$
เวลา 08.30-12.30 น.	24(16.11)	53(30.28)	3(33.61)	80	df=6
เวลา 12.30-16.30 น.	11(13.09)	20(24.60)	34(27.31)	65	p=0.000*
เวลา 16.30-19.30 น.	19(22.15)	32(41.63)	59(46.22)	110	CE<5=50.843
เวลา 19.30-24.00 น.	4(6.65)	4(12.49)	25(13.86)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน					$\chi^2=2.528$
1-2 ครั้ง	28(31.62)	61(59.42)	68(65.96)	157	df=6
3-4 ครั้ง	21(18.53)	31(34.82)	40(38.65)	92	p=0.865
5-6 ครั้ง	7(6.04)	13(11.35)	10(12.60)	30	CE<5=1.121
7 ครั้งขึ้นไป	2(1.81)	4(3.41)	3(3.78)	9	
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ					$\chi^2=87.363$
ต่ำกว่า 200 บาท	37(27.19)	72(51.09)	26(56.72)	135	df=6
201-500 บาท	12(21.75)	36(40.88)	60(45.38)	108	p=0.000*
501 – 1,000 บาท	1(6.04)	0(11.35)	29(12.60)	30	CE<5=31.552
1,000 บาท ขึ้นไป	8(3.02)	1(5.68)	6(6.30)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=55.680$
ราคาถูก	5(4.83)	19(9.08)	0(10.08)	24	df=6
อยู่ใกล้บ้าน	19(20.74)	53(38.98)	31(43.27)	103	p=0.000*
ใช้บริการกันมานาน	11(17.52)	21(32.93)	55(36.55)	87	CE<5=10.698
สนิทกับเจ้าของร้าน	23(14.90)	16(28.01)	35(31.09)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=10.784$
ของใช้ส่วนตัว	8(6.85)	14(12.87)	12(14.28)	34	df=8
ของใช้ในครัวเรือน	13(12.28)	16(23.09)	32(25.63)	61	p=0.214
เครื่องสำอาง	8(8.26)	11(15.52)	22(17.23)	41	CE<5=0.818
เครื่องดื่ม	19(19.33)	41(36.33)	36(40.33)	96	
ของขบเคี้ยว	10(11.28)	27(21.19)	19(23.53)	56	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ระยะเวลาการให้บริการเหมาะสม			รวม	สถิติทดสอบ
	ตั้งแต่ 06.30 น.ถึง 18.00 น.	ตั้งแต่ 08.30 น.ถึง 20.00 น.	ตลอด 24 ชั่วโมง		
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า					$\chi^2=134.388$
ซื้อตามโฆษณา	33(19.13)	61(35.95)	1(39.91)	95	df=6
ซื้อเพราะตราสินค้า	18(26.78)	25(50.34)	90(55.88)	133	p=0.000*
ซื้อเพราะความเคยชิน	4(8.46)	8(15.90)	30(17.65)	42	CE<5=27.433
ซื้อตามคำแนะนำ	3(3.63)	15(6.81)	0(7.56)	18	
	58	109	121	288	

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านระยะเวลาการให้บริการเหมาะสมที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.000$) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ($p=0.000$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.000$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.000$) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.663$) จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.966$) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.865$) และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.214$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการให้ส่วนลด หรือ 쿠폰

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การให้ส่วนลด หรือ 쿠폰		รวม	สถิติทดสอบ
	จัดให้มีคูโปง สะสม	มีส่วนลดเมื่อ ซื้อปริมาณ มาก		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=7.991$
1-2 ครั้ง	93(92.75)	33(33.25)	126	df=3
3-4 ครั้ง	92(86.86)	26(31.14)	118	p=0.046*
5-6 ครั้ง	20(26.50)	16(9.50)	36	CE<5=0.601
7 ครั้งขึ้นไป	7(5.89)	1(2.11)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=1.174$
ประมาณ 15 นาที	93(96.43)	38(34.57)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	77(75.08)	25(26.92)	102	p=0.759
มากกว่า 25 นาที	20(18.40)	5(6.60)	25	CE<5=0.451
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	22(22.08)	8(7.92)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=8.586$
เวลา 08.30-12.30 น.	64(58.89)	16(21.11)	80	df=3
เวลา 12.30-16.30 น.	49(47.85)	16(17.15)	65	p=0.035*
เวลา 16.30-19.30 น.	71(80.97)	39(29.03)	110	CE<5=1.040
เวลา 19.30-24.00 น.	28(24.29)	5(8.71)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=22.388$
1-2 ครั้ง	127(115.57)	30(41.43)	157	df=3
3-4 ครั้ง	68(67.72)	24(24.28)	92	p=0.000*
5-6 ครั้ง	13(22.08)	17(7.92)	30	CE<5=18.736
7 ครั้งขึ้นไป	4(6.63)	5(2.38)	9	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การให้ส่วนลด หรือ คุปอง		รวม	สถิติทดสอบ
	จัดให้มีคุปอง สะสม	มีส่วนลดเมื่อ ซื้อปริมาณ มาก		
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ				$\chi^2=0.572$
ต่ำกว่า 200 บาท	99(99.38)	36(35.63)	135	df=3
201-500 บาท	78(79.50)	30(28.50)	108	p=0.903
501 – 1,000 บาท	23(22.08)	7(7.92)	30	CE<5=0.257
1,000 บาท ขึ้นไป	12(11.04)	3(3.96)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=1.327$
ราคาถูก	19(17.67)	5(6.33)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	72(75.82)	31(27.18)	103	p=0.723
ใช้บริการกันมานาน	65(64.04)	22(22.96)	87	CE<5=0.146
สนิทกับเจ้าของร้าน	56(54.47)	18(19.53)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=7.639$
ของใช้ส่วนตัว	28(25.03)	6(8.97)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	42(44.90)	19(16.10)	61	p=0.106
เครื่องสำอาง	35(30.18)	6(10.82)	41	CE<5=0.392
เครื่องดื่ม	64(70.67)	32(25.33)	96	
ของขบเคี้ยว	43(41.22)	13(14.78)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=2.000$
ซื้อตามโฆษณา	71(69.93)	24(25.07)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	95(97.90)	38(35.10)	133	p=0.572
ซื้อเพราะความเคยชิน	34(30.92)	8(11.08)	42	CE<5=0.006
ซื้อตามคำแนะนำ	12(13.25)	6(4.75)	18	
รวม	212	76	288	

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการให้ส่วนลด หรือ คุปองที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้ส่วนลด หรือ คุปองที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.046$) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.035$) และความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.000$) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.759$) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ($p=0.903$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.723$) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.106$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.572$) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดกับ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อ

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อ		รวม	สถิติทดสอบ
	ควรมีบัตรสมาชิก สะสมเต็ม	สามารถนำ ใบเสร็จมาเป็น ส่วนลด		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=10.794$
1-2 ครั้ง	103(98.44)	23(27.56)	126	df=3
3-4 ครั้ง	82(92.19)	36(25.81)	118	p=0.013*
5-6 ครั้ง	32(28.13)	4(7.88)	36	CE<5=0.264
7 ครั้งขึ้นไป	8(6.25)	0(1.75)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=2.322$
ประมาณ 15 นาที	106(102.34)	25(28.66)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	78(79.69)	24(22.31)	102	p=0.508
มากกว่า 25 นาที	17(19.53)	8(5.47)	25	CE<5=0.556
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	24(23.44)	6(6.56)	30	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อ		รวม	สถิติทดสอบ
	ควรมีบัตรสมาชิก สะสมเต็ม	สามารถนำ ใบเสร็จมาเป็น ส่วนลด		
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=12.476$
เวลา 08.30-12.30 น.	69(62.50)	11(17.50)	80	df=3
เวลา 12.30-16.30 น.	54(50.78)	11(14.22)	65	p=0.006*
เวลา 16.30-19.30 น.	74(85.94)	36(24.06)	110	CE<5=3.941
เวลา 19.30-24.00 น.	28(25.78)	5(7.22)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=14.805$
1-2 ครั้ง	127(122.66)	30(34.34)	157	df=3
3-4 ครั้ง	61(71.88)	31(20.13)	92	p=0.002*
5-6 ครั้ง	28(23.44)	2(6.56)	30	CE<5=0.554
7 ครั้งขึ้นไป	9(7.03)	0(1.97)	9	
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง				$\chi^2=2.082$
ต่ำกว่า 200 บาท	105(105.47)	30(29.53)	135	df=3
201-500 บาท	88(84.38)	20(23.63)	108	p=0.556
501 - 1,000 บาท	21(23.44)	9(6.56)	30	CE<5=0.329
1,000 บาท ขึ้นไป	11(11.72)	4(3.28)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=2.882$
ราคาถูก	17(18.75)	7(5.25)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	84(80.47)	19(22.53)	103	p=0.410
ใช้บริการกันมานาน	70(67.97)	17(19.03)	87	CE<5=0.341
สนิทกับเจ้าของร้าน	54(57.81)	20(16.19)	74	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อ		รวม	สถิติทดสอบ
	ควรมีบัตรสมาชิก สะสมเต็ม	สามารถนำ ใบเสร็จมาเป็น ส่วนลด		
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=21.195$
ของใช้ส่วนตัว	25(26.56)	9(7.44)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	45(47.66)	16(13.34)	61	p=0.000*
เครื่องสำอาง	31(32.03)	10(8.97)	41	CE<5=0.061
เครื่องดื่ม	89(75.00)	7(21.00)	96	
ของขบเคี้ยว	35(43.75)	21(12.25)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=12.569$
ซื้อตามโฆษณา	78(74.22)	17(20.78)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	93(103.91)	40(29.09)	133	p=0.006*
ซื้อเพราะความเคยชิน	36(32.81)	6(9.19)	42	CE<5=1.486
ซื้อตามคำแนะนำ	18(14.06)	0(3.94)	18	
รวม	225	63	288	

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน (p=0.013) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก (p=0.006) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน (p=0.002) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก (p=0.000) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า (p=0.006) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก (p=0.508) จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ (p=0.556) และเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก (p=0.410) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม
การตลาด กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามการให้บริการกรณีพิเศษ

พฤติกรรมของ ผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การให้บริการกรณีพิเศษ			รวม	สถิติทดสอบ
	ควรมี บริการส่ง ของถึงรถ ปริมาณมาก	ควรมี ตะกร้าให้ ผู้บริโภคใส่ ของ	ควรมีบริการดู ผ้าให้ผู้บริโภค เพื่อลดโลกร้อน		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน					$\chi^2=9.170$
1-2 ครั้ง	30(25.81)	20(21.00)	76(79.19)	126	df=6
3-4 ครั้ง	18(24.17)	19(19.67)	81(74.16)	118	p=0.164
5-6 ครั้ง	11(7.38)	6(6.00)	19(22.63)	36	CE<5=0.098
7 ครั้งขึ้นไป	0(1.64)	3(1.33)	5(5.03)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก					$\chi^2=5.335$
ประมาณ 15 นาที	31(26.84)	21(21.83)	79(82.33)	131	df=5
ประมาณ 20 นาที	21(20.90)	18(17.00)	63(64.10)	102	p=0.502
มากกว่า 25 นาที	1(5.12)	5(4.17)	19(15.71)	25	CE<5=1.735
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	6(6.15)	4(5.00)	20(18.85)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก					$\chi^2=4.581$
เวลา 08.30-12.30 น.	21(16.39)	11(13.33)	48(50.28)	80	df=6
เวลา 12.30-16.30 น.	10(13.32)	9(10.83)	46(40.85)	65	p=0.559
เวลา 16.30-19.30 น.	22(22.53)	21(18.33)	67(69.13)	110	CE<5=0.149
เวลา 19.30-24.00 น.					
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน					$\chi^2=5.304$
1-2 ครั้ง	35(32.16)	22(26.17)	100(98.67)	157	df=6
3-4 ครั้ง	17(18.85)	15(15.33)	60(57.82)	92	p=0.505
5-6 ครั้ง	5(6.15)	9(5.00)	16(18.85)	30	CE<5=0.028
7 ครั้งขึ้นไป	2(1.84)	2(1.50)	5(5.66)	9	

พฤติกรรมของ ผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การให้บริการกรณีพิเศษ			รวม	สถิติทดสอบ
	ควรมี บริการส่ง ของถึงรถ ปริมาณมาก	ควรมี ตะกร้าให้ ผู้บริโภคใส่ ของ	ควรมีบริการ ถุงผ้าให้ ผู้บริโภค เพื่อ ลดโลกร้อน		
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งฯ					$\chi^2=18.879$
ต่ำกว่า 200 บาท	40(27.66)	23(22.50)	72(84.84)	135	df=6
201-500 บาท	12(22.13)	16(18.00)	80(67.88)	108	p=0.004*
501 – 1,000 บาท	7(6.15)	5(5.00)	18(18.85)	30	CE<5=7.966
1,000 บาท ขึ้นไป	0(3.07)	4(2.50)	11(9.43)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=6.162$
ราคาถูก	6(4.92)	4(4.00)	14(15.08)	24	df=6
อยู่ใกล้บ้าน	28(21.10)	17(17.17)	58(64.73)	103	p=0.405
ใช้บริการกันมา นาน	12(17.82)	15(14.50)	60(54.68)	87	CE<5=3.089
สนิทกับเจ้าของ ร้าน	13(15.16)	12(12.33)	49(46.51)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก					$\chi^2=13.733$
ของใช้ส่วนตัว	7(6.97)	2(5.67)	25(21.37)	34	df=8
ของใช้ใน ครัวเรือน	15(12.50)	17(10.17)	29(38.34)	61	p=0.089
เครื่องสำอาง	6(8.40)	5(6.83)	30(25.77)	41	CE<5=0.483
เครื่องดื่ม	22(19.67)	16(16.00)	58(60.33)	96	
ของขบเคี้ยว	9(11.47)	8(9.33)	39(35.19)	56	

พฤติกรรมของ ผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	การให้บริการกรณีพิเศษ			รวม	สถิติทดสอบ
	ควรมี บริการส่ง ของถึงรถ ปริมาณมาก	ควรมี ตะกร้าให้ ผู้บริโภคใส่ ของ	ควรมีบริการ ถุงผ้าให้ ผู้บริโภค เพื่อ ลดโลกร้อน		
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า					$\chi^2=10.436$ df=6 p=0.107 CE<5=3.944
ซื้อตามโฆษณา	27(19.46)	17(15.83)	51(59.70)	95	
ซื้อเพราะตรา สินค้า	20(27.25)	26(22.17)	87(83.59)	133	
ซื้อเพราะความ เคยชิน	8(8.60)	4(7.00)	30(26.40)	42	
ซื้อตามคำแนะนำ	4(3.69)	1(3.00)	13(11.31)	18	
	59	48	181	288	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการให้บริการกรณีพิเศษที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการให้บริการกรณีพิเศษที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ (p=0.004) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน (p=0.164) จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก (p=0.502) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก (p=0.559) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน (p=0.505) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก (p=0.405) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก (p=0.089) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า (p=0.107) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริม
การตลาด กับ พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขต
พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามความรู้ของพนักงานขาย

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ความรู้ของพนักงานขาย		รวม	สถิติทดสอบ
	สามารถแนะนำ สินค้าให้ตรงกับ ผู้บริโภค	มีความรู้ในการ แนะนำสินค้า น้อย		
1. จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน				$\chi^2=25.528$
1-2 ครั้ง	84(78.31)	42(47.69)	126	df=3
3-4 ครั้ง	60(73.34)	58(44.66)	118	p=0.000*
5-6 ครั้ง	33(22.38)	3(13.63)	36	CE<5=0.025
7 ครั้งขึ้นไป	2(4.97)	6(3.03)	8	
2. จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก				$\chi^2=13.253$
ประมาณ 15 นาที	83(81.42)	48(49.58)	131	df=3
ประมาณ 20 นาที	52(63.40)	50(38.60)	102	p=0.004*
มากกว่า 25 นาที	19(15.54)	6(9.46)	25	CE<5=3.357
มากกว่า 30 นาที ขึ้นไป	25(18.65)	5(11.35)	30	
3. ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก				$\chi^2=11.192$
เวลา 08.30-12.30 น.	61(49.72)	19(30.28)	80	df=3
เวลา 12.30-16.30 น.	37(40.40)	28(24.60)	65	p=0.011*
เวลา 16.30-19.30 น.	59(68.37)	51(41.63)	110	CE<5=4.559
เวลา 19.30-24.00 น.	22(20.51)	11(12.49)	33	
4. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน				$\chi^2=30.242$
1-2 ครั้ง	107(97.58)	50(59.42)	157	df=3
3-4 ครั้ง	39(57.18)	53(34.82)	92	p=0.000*
5-6 ครั้ง	28(18.65)	2(11.35)	30	CE<5=0.037
7 ครั้งขึ้นไป	5(5.59)	4(3.41)	9(9.00)	

พฤติกรรมของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้า ร้านค้าปลีก	ความรู้ของพนักงานขาย		รวม	สถิติทดสอบ
	สามารถแนะนำ สินค้าให้ตรงกับ ผู้บริโภค	มีความรู้ในการ แนะนำสินค้า น้อย		
5. จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งฯ				$\chi^2=1.434$
ต่ำกว่า 200 บาท	82(83.91)	53(51.09)	135	df=3
201-500 บาท	69(67.13)	39(40.88)	108	p=0.698
501 – 1,000 บาท	17(18.65)	13(11.35)	30	CE<5=0.269
1,000 บาท ขึ้นไป	11(9.32)	4(5.68)	15	
6. เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=0.269$
ราคาถูก	15(14.92)	9(9.08)	24	df=3
อยู่ใกล้บ้าน	62(64.02)	41(38.98)	103	p=0.966
ใช้บริการกันมานาน	55(54.07)	32(32.93)	87	CE<5=0.137
สนิทกับเจ้าของร้าน	47(45.99)	27(28.01)	74	
7. ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก				$\chi^2=20.126$
ของใช้ส่วนตัว	18(21.13)	16(12.87)	34	df=4
ของใช้ในครัวเรือน	37(37.91)	24(23.09)	61	p=0.000*
เครื่องสำอาง	32(25.48)	9(15.52)	41	CE<5=0.431
เครื่องดื่ม	69(59.67)	27(36.33)	96	
ของขบเคี้ยว	23(34.81)	33(21.19)	56	
8. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า				$\chi^2=0.913$
ซื้อตามโฆษณา	59(59.05)	36(35.95)	95	df=3
ซื้อเพราะตราสินค้า	82(82.66)	51(50.34)	133	p=0.822
ซื้อเพราะความเคยชิน	25(26.10)	17(15.90)	42	CE<5=0.134
ซื้อตามคำแนะนำ	13(11.19)	5(6.81)	18	
รวม	179	109	288	

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ความสัมพันธ์กับส่วน

ประสมทางการตลาด ด้านความรู้ของพนักงานขายที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด ด้านความรู้ของพนักงานขายที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ($p=0.000$) จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก ($p=0.004$) ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ($p=0.011$) ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ($p=0.000$) และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ($p=0.000$) ส่วนพฤติกรรมด้านจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ($p=0.698$) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ($p=0.966$) และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($p=0.822$) ไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY