

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญมาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

#### วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค จากร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาด ของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าต่อร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

#### สมมติฐานการศึกษา

ส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

#### สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้บริโภค ที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 35 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และขนาดของครอบครัวต่ำกว่า 3 คน

## 2. พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ส่วนใหญ่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน 1-2 ครั้ง จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ประมาณ 15 นาที ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก เวลา 16.30-19.30 น. ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน 1-2 ครั้ง จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ต่ำกว่า 200 บาท เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกอยู่ใกล้บ้าน ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก เครื่องดื่ม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ชื่อเพราะตราสินค้า

## 3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีกในเขต อำเภอเมือง จังหวัด มหาสารคาม

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามคุณภาพสินค้า คือ เป็นสินค้ามีมาตรฐานทั่วไป การจัดวางสินค้า คือ จัดประเภทสินค้าเป็นหมวดหมู่ ประเภท และสินค้า คือ มีเพียงสินค้าบางอย่าง และปริมาณสินค้า คือ สินค้าปริมาณมากพอตามต้องการ

3.2 ด้านราคา จำแนกตามราคาของสินค้านำไปซื้อ กับ ร้านซูเปอร์สโตร์ ราคาเท่ากับร้านร้านซูเปอร์สโตร์ คือ การคิดราคาค่าสินค้า ตามราคาป้าย และมีการรับประกันสินค้าใหม่

3.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ คือ ใกล้ที่พัก การจัดส่งสถานที่จอดรถ คือ มีที่จอดรถสะดวก การจัดสินค้า คือ จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ คือ ร้านค้าปลีกมีเครื่องปรับอากาศ และระยะเวลาการให้บริการเหมาะสม คือ ตลอด 24 ชั่วโมง

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามการให้ส่วนลด หรือ คุปอง คือ จัดให้มี คุปองสะสม การทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อ คือ มีบัตรสมาชิกสะสมแต้ม การให้บริการกรณีพิเศษ คือ ควรมีบริการถุงผ้าให้ลูกค้า เพื่อลดโลกร้อน และความรู้ของพนักงานคือ สามารถแนะนำสินค้าให้ตรงกับผู้บริโภค

## 4. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า กับส่วนประสมทางการตลาด ของผู้บริโภคร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

4.1.1 ด้านคุณภาพสินค้าในร้านค้าปลีก จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน และความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ส่วน ด้านจำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไม่แตกต่างกัน

4.1.2 ด้านการจัดวางสินค้า จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ส่วนด้านช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ไม่แตกต่างกัน

4.1.3 ด้านประเภท และสินค้า จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน และจำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน

4.1.4 ด้านปริมาณสินค้า จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกัน

4.2 ด้านราคา ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

4.2.1 ด้านราคาของสินค้า กับ ร้านซูเปอร์สโตร์ จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกัน

4.2.2 ด้านการคิดราคาของสินค้า จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก จำนวนเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก และ

เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกัน

4.2.3 ด้านการรับประกันสินค้า จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ประเภทสินค้า และจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ส่วนด้านจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกัน

4.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

4.3.1 ด้านเหตุผลที่ใช้บริการ จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนด้านจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน

4.3.2 ด้านการจัดสถานที่จอดรถ จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีกความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกัน

4.3.3 ด้านการจัดวางสินค้า จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก และช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน

4.3.4 ด้านการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนด้านจำนวนเวลา

ที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน

4.3.5 ด้านระยะเวลาการให้บริการเหมาะสม จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้

4.4.1 ด้านการให้ส่วนลด หรือ คุปอง จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก และความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ส่วนด้านจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกัน

4.4.2 ด้านการทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนด้านจำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก และเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน

4.4.3 ด้านการให้บริการกรณีพิเศษ จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ ส่วนด้านจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกัน

4.4.4 ด้านความรู้ของพนักงานขาย จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ส่วนด้านจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไม่แตกต่างกัน



## อภิปรายผล

ผลการศึกษามีประเด็นการค้นพบ ที่ควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านประเภทและสินค้า จำนวน 13 ข้อ ได้แก่ ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้ง ๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผลการศึกษารากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกจะซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ของใช้ในครัวเรือน และของขบเคี้ยวโดยจะตัดสินใจซื้อจากความเคยชิน จากโฆษณา และจะซื้อประมาณ 1-2 ครั้งต่อวัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยนุช บุญเลิศ (2546 : 4 - 5) ทำวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสุกภัณฑ์ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษา: ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคคำนึงถึงในการเลือกซื้อสุกภัณฑ์ คือ คุณภาพของสินค้า ความทนทาน การบริการหลังการขายและราคาของสินค้าเป็นหลัก ส่วนในการที่จะตัดสินใจเข้ามาเลือกซื้อสุกภัณฑ์ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่นั้น ขึ้นอยู่กับความรู้ในตัวสินค้าของพนักงานขาย การแนะนำสินค้าของพนักงานขาย การรับประกันราคาสินค้า การรับประกันสินค้าหลังการขาย และการบริการให้คำปรึกษาแบบต่าง ๆ

2. ด้านราคา ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการคิดราคาของสินค้า จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก และเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ผลการศึกษารากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกจะเปรียบเทียบราคาระหว่างร้านค้าปลีกกับร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น รวมทั้งระยะเวลาในการเดินทางและประเภทสินค้าที่ต้องการใช้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นางเยาว์ แก้วบุตร (2548 : 127-129) ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานของร้านสหกรณ์และพฤติกรรมกาซื้อของสมาชิกก่อนและหลังการขายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่า ส่วนที่ตั้งร้าน ช่วงเวลาผลการซื้อ วิธีการชำระเงิน วิธีการเดินทาง จำนวนครั้งในการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้า ราคา สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและการบริการ ทั้งก่อนและหลังการขายตัวธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ไม่แตกต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจำหน่าย ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านเหตุผลที่ใช้บริการ จำนวน 18 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกเฉลี่ยต่อครั้งๆ เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกซื้อสินค้าจำนวนไม่มาก และจำนวนเงินที่ซื้อแต่ละครั้งต่ำกว่า 200 บาท ต่อครั้ง เมื่อเปรียบเทียบกับระยะทาง กับ เวลาที่ต้องเดินทางไปร้านสะดวกซื้อขนาดใหญ่ หรือร้านเซเว่น อีเลฟเว่นจึงตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกที่อยู่ใกล้มากกว่าซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นงลักษณ์ งามอาจโอสถิตวงศ์ (2548 : 4-5) ทำวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพลักษณ์ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่สามารถกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ โดยอาศัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมาใช้เป็นแนวทาง คือ 1) ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องความมีคุณภาพของสินค้า ความน่าเชื่อถือ ความหลากหลายของสินค้า 2) ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านราคา โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องการตั้งราคาสินค้าที่เหมาะสม 3) ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านสถานที่จัดจำหน่าย โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องการหยิบหาสินค้าและเดินซื้อสินค้าได้สะดวก การติดป้ายราคาสินค้าอย่างชัดเจน ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความรู้ของพนักงานขาย จำนวน 14 ด้าน ได้แก่ จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในแต่ละเดือน จำนวนเวลาที่ไปใช้บริการร้านค้าปลีก ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกต่อวัน และประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกจะตัดสินใจซื้อสินค้าเมื่อทางร้านจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การสะสมยอดซื้อ และการให้ส่วนลด รวมทั้งบริการเสริม เช่น บริการส่งฟรีถึงบ้าน หรือที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ดวงพร เสภาภาน (2548 : บทคัดย่อ) ทำวิจัยเรื่อง “ การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

(ร้านโชวห่วย) กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่(ร้านสะดวกซื้อ) พบว่าหากพิจารณารายด้านจะพบว่ามี  
ความคิดเห็นแตกต่างกันใน ด้านการจัดตกแต่งร้านและด้านการให้บริการ

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ค้นพบ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับการ  
นำผลการศึกษาไปใช้ และประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาคาดหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อร้านค้าปลีก ในเขต  
พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อนำผลการศึกษา ไปใช้ให้เกิดประโยชน์และปรับปรุงการ  
ดำเนินธุรกิจ อีกทั้งเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่คุณภาพสินค้า เป็นสินค้า  
มีมาตรฐานทั่วไป การจัดวางสินค้าจัดประเภทสินค้าเป็นหมวดหมู่ ประเภท และสินค้า มีเพียง  
สินค้าบางอย่าง และปริมาณสินค้า สินค้าปริมาณมากพอตามต้องการ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้า  
ปลีกควรนำสินค้าใหม่มาจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ โดยสินค้าต้องตรงตามความต้องการ มีคุณภาพ  
มาตรฐาน สดใหม่ และควรมีความหลากหลายในตราหือของสินค้า และการจัดบันทึกการขาย  
สินค้าแต่ละชนิด เพื่อจะได้ทราบว่าสินค้าชนิดใดที่มีอัตราการหมุนเวียนสูงแสดงว่าสินค้าชนิดนั้น  
เป็นที่ต้องการของลูกค้า

1.2 ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ราคาของสินค้าร้านค้าปลีก การคิด  
ราคาค่าสินค้า คิดตามราคาป้าย และการรับประกันสินค้า รับประกันสินค้าใหม่ ดังนั้น  
ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรนำสินค้าตามป้ายราคาที่ติดมากับตัวสินค้า หรือมีการติดป้ายราคา  
ที่ตัวสินค้า หรือมีป้าย แสดงราคาสินค้าอยู่หน้าร้านเพื่อแจ้งราคาสินค้าให้ลูกค้าได้ทราบ

1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ การให้ส่วนลด  
หรือ 쿠폰 จัดให้มีคูโปงสะสม การทำบัตรสมาชิก และสะสมยอดซื้อ มีบัตรสมาชิกสะสมแต้ม  
การให้บริการกรณีพิเศษ ควรมีบริการลูกค้าให้ลูกค้า เพื่อลดโลกร้อน และความรู้ของพนักงานขาย  
สามารถแนะนำสินค้าให้ตรงกับผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรมีการแนะนำสินค้า  
ใหม่ มีการปรับลดราคาตามเทศกาลต่าง ๆ หรือมีกิจกรรมส่งเสริมการขายอื่น ๆ เช่น บริการห่อ  
ของขวัญ มีการบริการส่งสินค้าถึงบ้าน

1.4 ด้านช่องทางการจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เหตุผลที่ใช้บริการ  
ใกล้ที่พัก การจัดสถานที่จอดรถมีที่จอดรถสะดวก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดร้านค้า จัดวาง



สินค้าเป็นหมวดหมู่ การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ร้านค้าปลีกมีเครื่องปรับอากาศ และระยะเวลา การให้บริการเหมาะสม ตลอด 24 ชั่วโมง ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรให้ความสำคัญกับการบริการเพราะลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่า การให้บริการที่ดีของพนักงานจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นกิจการควรมีการอบรมพนักงานให้มีการบริการที่ดี เป็นกันเอง และบริการด้วยความถูกต้องรวดเร็ว

## 2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้มีข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป ดังนี้

- 2.1 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในด้านของรายได้ ห้อ ประเภท และขนาดสินค้า
- 2.2 ควรมีการศึกษากลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในการขายสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก
- 2.3 ควรมีการศึกษาการเปรียบเทียบกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกที่ใช้แข่งขันกับธุรกิจแบบแฟรนไชส์ที่แต่ละประเภทนำมาใช้แข่งขัน
- 2.4 มีการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อนำมาเปรียบเทียบกัน