

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด น่าน ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ คือ วัตถุประสงค์แรกเพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน วัตถุประสงค์ที่สองเพื่อเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน วัตถุประสงค์สุดท้าย เพื่อศึกษาถึงปัญหาและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ได้ทำการสุ่มเลือกแบบบังเอิญ โดยเก็บตัวอย่าง จำนวน 200 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการศึกษา ตลอดจนเป็นแนวทางในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อเกิดความก้าวหน้าและมั่นคงต่อไป ซึ่งผลการศึกษาคั้งนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ได้ผลการศึกษาคั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับมัธยมศึกษา อาชีพส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จากกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง พบว่าผู้บริโภคเข้ามาเลือกซื้อเครื่องมือไว้ใช้งาน โดยมีสาเหตุที่ตัดสินใจเข้ามาจากราคาที่ถูกกว่าที่อื่น และซื้อสินค้าเพื่อซ่อมแซมสิ่งของเครื่องใช้ภายในบ้าน โดยเน้นถึงความจำเป็นที่ต้องใช้งาน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องมือช่างพื้นฐานและส่วนมากต้องการคำแนะนำจากพนักงานขายสินค้า โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการในระดับปานกลาง และวิธีในการชำระเงินคือเงินสด แวะมาซื้อเดือนละ 1-3 ครั้ง ในวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลา 8.00 – 12.00 น. การเดินทางมาซื้อส่วนใหญ่ใช้พาหนะคือรถจักรยานยนต์

ส่วนผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่านนั้นจากกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือความหลากหลายของสินค้าจะมีระดับอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาคือความทันสมัยและความหลากหลายของยี่ห้อสินค้า อันดับรองลงมาคือปัจจัยทางด้านราคา ราคาสินค้าที่มีความเหมาะสมกับราคามีระดับอิทธิพลปานกลาง ปัจจัยด้านสถานที่โดยส่วนมากแล้วต้องการร้านที่มีอยู่ใจกลางเมืองเพื่อสะดวกในการเดินทางและ ด้านการส่งเสริมด้านการตลาดให้มีการประชาสัมพันธ์และจัดทำโปรโมชั่นมีระดับอิทธิพลปานกลางเท่ากัน ปัจจัยด้านการบริการโดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคต้องการการบริการหลังการขาย ปัจจัยทางด้านบุคคลผู้บริโภคต้องการคำแนะนำในการใช้สินค้า และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมผู้บริโภคต้องการชั้นวางสินค้าที่จัดหมวดหมู่ชัดเจนจะมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

จึงสรุปได้ว่าสำหรับปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจที่จะเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภคคือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.41 โดยที่สินค้าต้องมีความหลากหลายในการเลือกซื้อเลือกหา ส่วนปัจจัยที่รองลงมาคือปัจจัยทางด้านราคา คือราคาสินค้าต้องไม่แพงเกินไปและต้องมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.27

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการเลือกใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดน่าน จากกลุ่มตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพของสินค้ามีระดับปัญหาค่อนข้างมาก ปัญหาด้านราคาคือราคาสินค้าที่มีความเหมาะสม ปัญหาด้านสถานที่คือต้องอยู่ใจกลางเมืองที่เดินทางสะดวก ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดคือการจัดการส่งเสริมการขาย ลดแลกแจกแถม ปัญหาด้านบริการคือบริการพนักงานแนะนำสินค้า ปัญหาด้านบุคคลคือความเป็นมิตรและมนุษยสัมพันธ์ และสุดท้ายปัญหาด้านสภาพแวดล้อมคือการมีที่จอดรถไว้สำหรับรองรับลูกค้า สรุปปัญหาที่สำคัญของการเข้ามาใช้บริการคือปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์ แต่อยู่ในเรื่องของคุณภาพของสินค้าคือสินค้าต้องมีคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.12 รองลงมาคือปัญหาทางด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.00

## 5.2 อภิปรายผลและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคคือปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในเรื่องความหลากหลายและครบครันของสินค้า ส่วนปัญหาที่สำคัญคือทางด้านผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกันแต่อยู่ในเรื่องของคุณภาพของสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าจำเป็นต้องมีกรนำเสนอสินค้าให้เลือกอย่างหลากหลายต่อผู้บริโภค และมีอย่างครบครัน โดยเพิ่มการบริการที่เน้นความสะดวกสบายเป็นหลักเนื่องจากผลสำรวจพบว่า พฤติกรรมของผู้เข้ามาใช้บริการภายในร้านส่วนใหญ่ต้องการสินค้าเพื่อใช้งานด่วนและมีความจำเป็นต้องรีบใช้งาน โดยที่สถานที่ของร้านต้องอยู่บริเวณใจกลางเมืองและปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ก็คือคุณภาพของสินค้าซึ่งร้านค้าจำเป็นต้องมีการคัดสรรสินค้าที่มีคุณภาพมารับกับความต้องการของผู้บริโภค

**ด้านราคา** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่จะมีอิทธิพลต่อการเข้ามาใช้บริการของร้านขายเครื่องมือช่างนี้คือปัจจัยทางด้านราคาอยู่ในอันดับรองลงมาจากปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์คือระดับราคาสินค้าต้องมีความเหมาะสม รองลงมาคือการมีส่วนลดต่างๆให้กับผู้บริโภค โดยต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคจากแบบสำรวจที่ว่าสาเหตุที่เข้ามาใช้บริการเพราะว่าราคาต้องถูกกว่าที่อื่น ดังนั้นการตั้งราคาขายของผลิตภัณฑ์จึงเป็นส่วนสำคัญของผู้ประกอบการที่ต้องนำมาเป็นส่วนประกอบหลักของการพิจารณาในการตั้งราคาขาย

**ด้านสถานที่** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลและปัญหาในการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเข้ามาใช้บริการคือสถานที่ของร้านต้องตั้งอยู่ในบริเวณของชุมชนและอยู่บริเวณใจกลางเมือง เนื่องจากผู้มาใช้บริการจะมีความสะดวกในการเดินทางและเข้าหาบริการของร้านเนื่องจากส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเดินทางโดยใช้มอเตอร์ไซด์เป็นยานพาหนะหลักและพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกสถานที่ใกล้บ้านรองลงมาจากความสำคัญในเรื่องของราคาสินค้า อย่างไรก็ตามเมื่อร้านค้าตั้งอยู่ในที่ที่เหมาะสมแล้วก็ไม่ควรมองข้ามเกี่ยวกับรายละเอียดอื่นๆ ที่เป็นส่วนประกอบของร้าน เช่น การติดตั้งป้ายชื่อร้านให้เห็นเด่นชัด ไปจนถึงป้ายที่บอกเกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่าย ควรอยู่ในที่ซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้โดยง่าย

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการการจัดรายการส่งเสริมการขาย ลดแลกแจกแถมที่ต่อเนื่องดังนั้นร้านค้าควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอหรือให้สอดคล้องกับฤดูกาลขายของสินค้า ซึ่งจะสอดคล้องไปถึงมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่ต่ำลงรวมไปถึงสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆทำให้เกิดแรงจูงใจให้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจเข้ามาใช้บริการและเลือกซื้อหาสินค้าภายในร้านมากขึ้น หรือสามารถนำเทคนิคทางการส่งเสริมการขายมาใช้เพื่อระบายสินค้าคงเหลือเป็นจำนวนมากได้อีกด้วย

**ด้านการบริการ** จากผลการวิเคราะห์สรุปว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการของร้านเครื่องมือช่างเกี่ยวกับด้านการบริการคือผู้บริโภคต้องการการบริการหลังการขายเป็นอันดับแรกและรองลงมาคือต้องการมีพนักงานสำหรับให้คำแนะนำสินค้าส่วนทางด้านของปัญหาคือผู้บริโภคจะมีปัญหามากถ้าไม่มีพนักงานมาให้คำแนะนำสินค้าและรองลงมาคือการดูแลหลังการขายดังนั้นการบริการคือปัจจัยด้านหนึ่งของผู้ประกอบการต้องพิจารณาเป็นพิเศษ โดยต้องสอดคล้องกับคุณภาพและความสามารถของบุคลากรที่ต้องได้รับการฝึกหรือผ่านการอบรมทางด้านการขายมาอย่างดี

**ด้านบุคลากร** สำหรับปัจจัยด้านบุคลากรนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการพนักงานขายที่มีความรู้ความชำนาญเป็นพิเศษในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เนื่องจากผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับระบบทางด้านเทคนิคและเทคโนโลยีสมัยใหม่ดังนั้นผู้ประกอบการอาจต้องมีการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับด้านนั้นๆเพื่อนำไปสู่การบริการที่ดีแก่ผู้บริโภค ส่วนทางด้านปัญหานั้น ผู้บริโภคจะมีปัญหามากกับเรื่องของความเป็นมิตรและการมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้าดังนั้นผู้ประกอบการควรต้องมีการเตรียมพร้อมและอบรมพนักงานก่อนเริ่มปฏิบัติงาน

**ด้านสภาพแวดล้อม** สุดท้ายการที่ผู้ให้บริการจะตัดสินใจในการเลือกเข้าใช้บริการร้านค้าใดร้านค้านั้นจะตัดสินใจในเรื่องของสภาพแวดล้อมโดยรวมของสถานประกอบการนั้นด้วยซึ่งผลการสำรวจของการศึกษาครั้งนี้ได้บอกว่าการมีชั้นวางสินค้าที่เรียบร้อยและจัดวางหมวดหมู่สินค้าอย่างชัดเจนจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยที่ปัญหาส่วนใหญ่จากผลการสำรวจคือเรื่องของที่จอดรถสำหรับลูกค้าซึ่งต้องมีอย่างเพียงพอกับลูกค้าอย่างเหมาะสม

### 5.3 ข้อเสนอแนะต่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อจำกัดในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคครั้งนี้ได้ศึกษาจากร้านเพียงร้านเดียว ไม่ได้ทำการศึกษาร้านค้าที่เหมือนกันจากร้านอื่น การศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาโดยเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นๆที่ขายสินค้าชนิดเดียวกันหรือกับห้างค้าปลีกต่างชาติด้วยเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved