

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาครในการซื้อโคมบรรจุอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของผู้ซื้อทางธุรกิจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาครในการซื้อโคมบรรจุอาหาร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 200 ราย โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาอภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.00 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 29.00 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 72.50 รองลงมา ได้แก่ มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 52.50 รองลงมา ได้แก่ ประถมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการร้อยละ 96.50 รองลงมา รูปแบบกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 94.00 รองลงมา ได้แก่ เป็นบริษัท ร้อยละ 3.50 มีระยะเวลาในการประกอบการธุรกิจระยะเวลา 4-6 ปี ร้อยละ 55.50 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาในการประกอบการธุรกิจระยะเวลา 1-3 ปี ร้อยละ 27.00 มีพนักงานในร้านค้าจำนวนไม่เกิน 5 คน ร้อยละ 99.00 โดยมีรายได้ต่อเดือนของร้านค้า (รายได้จากการขายโคมอาหาร) ไม่เกิน 20,000 บาท ร้อยละ 90.00 และ 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10.00

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อโคมบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

จากการศึกษาเกี่ยวกับการซื้อโคมบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนการสั่งซื้อโคมบรรจุอาหารเมื่อสต็อกเหลือประมาณ 3-7 วัน ร้อยละ 74.50 รองลงมา ได้แก่ เมื่อโคมบรรจุอาหารหมดสต็อก ร้อยละ 23.50 มีมูลค่าการสั่งซื้อโคมบรรจุอาหารของร้านค้าไม่เกิน 20,000 บาท ร้อยละ 89.50 และมูลค่าการสั่งซื้อ 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 10.50 ความถี่ในการสั่งซื้อของร้านค้า 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 84.00 รองลงมา ได้แก่ ความถี่ 3-4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 14.50 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

จะมีการสั่งซื้อจากแหล่งผลิตหรือจำหน่ายเพียงรายเดียว ร้อยละ 68.50 รองลงมา ได้แก่ สั่งซื้อ 2-3 ราย ร้อยละ 30.50 ยี่ห้อที่ห้องซื้อของร้านค้ามากที่สุดคือ บริษัทสมบูรณ์แพ็คเกจจิ้ง จำกัด ร้อยละ 64.37 รองลงมา ได้แก่ บริษัท ราชาโฟม จำกัด ร้อยละ 18.78 เหตุผลส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อโฟมบรรจุอาหารคือ ราคามาตรฐาน ร้อยละ 44.39 รองลงมา ได้แก่ สินค้าได้มาตรฐาน ร้อยละ 27.24 โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีการเปรียบเทียบราคาแต่ละบริษัทต่อการเลือกซื้อ ร้อยละ 71.00 :ซึ่งนโยบายในการจัดซื้อโฟมบรรจุอาหารของร้านค้าที่ซื้อจากแหล่งขายแหล่งเดียวจำนวน 171 คน ด้วยเหตุผลสามารถเพิ่มอำนาจในการต่อรองราคา ร้อยละ 53.60 และ ถ้าซื้อจากแหล่งขายหลายแห่งจำนวน 71 คน ด้วยเหตุผลทำให้มีแหล่งสำรองเมื่อเกิดเหตุขัดข้องกับแหล่งขายหลัก ร้อยละ 40.84 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการชำระเงินของร้านค้าเป็นเงินสดมากกว่าพนักงานส่งสินค้าหรือพนักงานขาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 ซึ่งแหล่งการรับทราบข้อมูลของร้านค้า จากพนักงานขายที่เข้าเสนอขายที่ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 69.23รองลงมา ได้แก่ คำแนะนำของผู้อื่น ร้อยละ 23.98

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาครในการซื้อโฟมบรรจุอาหาร

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาครในการซื้อโฟมบรรจุอาหาร พบว่ามีปัจจัยสำคัญของผู้ซื้อทางธุรกิจและปัจจัยส่วนประสมการตลาด สามารถจำแนกสรุปได้ดังต่อไปนี้

#### ตารางที่ 5.1 ระดับการมีผลของปัจจัยที่มีผลต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาครในการซื้อโฟมบรรจุอาหาร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย	ระดับการแปลผลต่อการตัดสินใจ	ลำดับ
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	3.65	มาก	7
ปัจจัยด้านการจัดองค์การ	4.21	มาก	1
ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์	3.93	มาก	5
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.13	มาก	4
ปัจจัยด้านราคา	4.18	มาก	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.16	มาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.87	มาก	6

จากตารางที่ 5.1 พบว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยระดับผลมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการจัดองค์การ มีค่าเฉลี่ยระดับผล 4.21 รองลงมาคือปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยระดับผล 4.18 และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยระดับผล 4.16

**ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.65 โดยมีผลของปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ระดับความต้องการซื้อของลูกค้าท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.33) การรณรงค์ให้ใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมาปัจจัยย่อยในระดับ ปานกลาง ได้แก่ การผันผวนทางการเมืองและนโยบายรัฐบาล (ค่าเฉลี่ย 3.25) และ อัตราภาษีการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.12) โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับสุดท้ายในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

**ปัจจัยด้านการจัดองค์การ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านการจัดองค์การที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.21 โดยมีผลของปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ โครงสร้างการจัดการภายในร้านค้าของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาวัตถุประสงค์และนโยบายของการตั้งชื่อของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) และพื้นที่ร้านค้าในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ ขั้นตอนและกระบวนการวิธีการในการตั้งชื่อภายในร้านของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลสูงสุดในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

**ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมากที่สุดค่าเฉลี่ย 3.93 โดยมีผลของปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้มีอำนาจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาอำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอำนาจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.27) และการชักชวนและการให้ข้อมูลจากผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.56) และ ความเข้าใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับ 5 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.13 โดยมีผลของปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพและรับคืนสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมามีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และ การบรรจุหีบห่อที่ดีทำให้ไม่เกิดความเสียหาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีได้ตรง

มาตรฐานที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมที่น่าเชื่อถือและมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบสวยงามดึงดูดทำให้น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.03) สามารถผลิตผลิตภัณฑ์แบบพิเศษที่ลูกค้าต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมีผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆมาแนะนำท่านอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับ 4 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมากค่าเฉลี่ย 4.18 โดยมีผลของปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ ระดับราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมาระดับราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมเมื่อเทียบกับคู่แข่ง (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีราคาผลิตภัณฑ์ที่สามารถต่อรองได้ (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าเมื่อราคาเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.09) การให้ส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ การให้สินเชื่อ/การผ่อนชำระเป็นอันดับสุดท้าย (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับ 2 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมาก ค่าเฉลี่ย 4.16 โดยมีผลของปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงร้านของท่าน (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาความเร็วและตรงเวลาในการจัดส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) และสามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.24) กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) สถานที่ตั้งบริษัทอยู่ในตำแหน่งที่สะดวกในการเดินทางติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ลำดับสุดท้าย ระยะเวลาที่เปิดให้บริการเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับ 3 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารในจังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับการมีผลมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 โดยมีผลของปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ มีส่วนลดทางการค้า เช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมาการให้ของรางวัลตอนสิ้นปี (ค่าเฉลี่ย 3.99) และมีพนักงานที่มีความรู้ คอยให้คำแนะนำหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.69) และมีพนักงานขายตรง (3.57) โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลอยู่ในอันดับ 6 ในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ตารางที่ 5.2 สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยสำคัญของผู้ซื้อทางธุรกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โฟมบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	อำเภอ					
	อำเภอเมือง		อำเภอกะทู้มเบน		อำเภอบ้านแพ้ว	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
ปัจจัยสภาพแวดล้อม	3.78 (มาก)	7	3.61 (มาก)	6	3.45 (ปานกลาง)	7
ปัจจัยด้านการจัดองค์การ	4.43 (มาก)	2	4.16 (มาก)	1	3.87 (มาก)	3
ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์	4.08 (มาก)	6	3.97 (มาก)	2	3.63 (มาก)	6
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.40 (มาก)	3	3.96 (มาก)	3	3.80 (มาก)	4
ปัจจัยด้านราคา	4.47 (มาก)	1	3.89 (มาก)	5	3.91 (มาก)	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.36 (มาก)	4	3.96 (มาก)	3	3.96 (มาก)	1
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.13 (มาก)	5	3.54 (มาก)	7	3.71 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.24</b> <b>มีผลในระดับมาก</b>		<b>3.87</b> <b>มีผลในระดับมาก</b>		<b>3.76</b> <b>มีผลในระดับมาก</b>	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 = น้อย ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 = ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 = มาก ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตาราง 5.2 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โฟมบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร โดยส่วนใหญ่ในทุกอำเภอมิผลในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมแต่ละอำเภอให้ความสนใจแตกต่างกัน โดยอำเภอเมืองให้ความสนใจเป็นอันดับต้นและในระดับการมีผลมาก ได้แก่ปัจจัยด้านราคา แต่อำเภอกะทู้มเบนให้ความสนใจอันดับ 5 ซึ่งอันดับต้นอำเภอกะทู้มเบนให้ระดับมีผลมากอันดับต้น ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดองค์การ สำหรับอำเภอบ้านแพ้วให้ความสนใจเป็นอันดับต้น

และในระดับการมีผลมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และเมื่อพิจารณาปัจจัยที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองและอำเภอบ้านแพ้วค้ำถึงเป็นอันดับสุดท้ายและมีระดับการมีผลในระดับมากและปานกลาง ได้แก่ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม แต่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอกระทุ่มแบนค้ำถึง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับสุดท้าย

เมื่อนำปัจจัยย่อยมาจัดลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า มีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 10 อันดับแรกดังแสดงในตาราง 5.3

ตาราง 5.3 สรุปปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 10 อันดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
1	ระดับราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ	4.48 (มาก)	ปัจจัยด้านราคา
2	มีการรับประกันคุณภาพและรับคืนสินค้าได้	4.44 (มาก)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
3	ระดับราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	4.41 (มาก)	ปัจจัยด้านราคา
4	ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้มีอำนาจซื้อ	4.39 (มาก)	ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์
5	มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ	4.38 (มาก)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
6	มีบริการจัดส่งสินค้าถึงร้านของท่าน	4.36 (มาก)	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
7	การบรรจุหีบห่อที่ดีทำให้ไม่เกิดความเสียหาย	4.35 (มาก)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
8	ความรวดเร็วและตรงเวลาในการจัดส่งสินค้า	4.35 (มาก)	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย
9	ระดับความต้องการซื้อของลูกค้าท่าน	4.33 (มาก)	ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม
10	มีส่วนลดทางการค้าเช่น ลด แลก แจก แถม	4.33 (มาก)	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก ได้แก่ ระดับราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือ มีการรับประกันคุณภาพและรับคืนสินค้าได้ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ลำดับถัดมาคือ ระดับราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งเป็นปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจรองลงมา ได้แก่ ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้มีอำนาจซื้อ ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงร้านของท่าน ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การบรรจุหีบห่อที่ดีทำให้ไม่เกิดความเสียหาย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วและตรงเวลาในการจัดส่งสินค้า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ระดับความต้องการซื้อของลูกค้าท่าน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม และปัจจัยย่อยสุดท้ายที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อ ได้แก่ มีส่วนลดทางการค้าเช่น ลด แลก แจก แถม ซึ่งเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาครในการซื้อโฟมบรรจุอาหาร ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญที่พบมาอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาครตามแนวคิดปัจจัยสำคัญของผู้ซื้อทางธุรกิจ

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยใน 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. ความต้องการซื้อของลูกค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม การรณรงค์ให้ใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ และภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ สามหงส์ (2553) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการร้านค้าแพสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จำนวนผู้บริโภคแพสดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่สนใจด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ/สภาวะโลกร้อน และการรณรงค์ประชาสัมพันธ์และสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนทั่วไปตระหนักถึงประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมมีส่วนสำคัญในการพิจารณาซื้อ และสอดคล้องกับ (วารุณี ตันติวงศ์วานิชและคณะ, 2554 : 92-94 อ้างอิงจาก Phillip Kotler) กล่าวว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้ซื้อทางธุรกิจ โดยอยู่ภายใต้สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีและวัฒนธรรม

ปัจจัยด้านการจัดองค์การ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านการจัดองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านการจัดองค์การที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยใน 3 อันดับแรก ได้แก่ โครงสร้างการจัดการภายในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม วัตถุประสงค์และนโยบายของการสั่งซื้อของร้านค้า และพื้นที่ร้านค้าในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ (วารุณี ต้นดวงสว่าง และคณะ, 2554 : 92-94 อ้างอิงจาก Phillip Kotler) กล่าวว่า องค์การที่มีฐานะเป็นผู้ซื้อแต่ละแห่งนั้น จะมีวัตถุประสงค์ นโยบาย วิธีปฏิบัติ โครงสร้างอาคาร และระบบการดำเนินงานต่างๆ ของตนเองแตกต่างกันไป สิ่งสำคัญที่ต้องเข้าใจปัจจัยด้านการจัดการองค์การคือ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อขององค์การธุรกิจ

ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยปฏิสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านปฏิสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้มีอำนาจซื้อ อำนาจในการตัดสินใจของผู้มีอำนาจซื้อ และการชักชวนพร้อมกับการให้ข้อมูลจากผู้ขาย สอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ สามหงส์ (2553) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ตัวแทนจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมให้บริการที่เป็นปัจเจกบุคคล (บริการตามความต้องการของแต่ละบุคคล) กับผู้มีหน้าที่จัดซื้อบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการร้านกาแฟสด มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและเป็นไปอย่างต่อเนื่องระหว่างตัวแทนจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายทางชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อมกับผู้มีหน้าที่จัดซื้อบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการร้านกาแฟสด เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ และสอดคล้องกับวารุณี ต้นดวงสว่าง และคณะ, 2554: 92-94 อ้างอิงจาก Phillip Kotler) กล่าวว่า ศูนย์กลางการซื้อจะเกี่ยวข้องกับบุคคลจำนวนมากซึ่งบุคคลเหล่านี้มักมีอิทธิพลต่อกันและกัน ซึ่งสถานะ อำนาจหน้าที่ ความเอาใจใส่และการชักจูงที่แตกต่างกันทำให้ผู้ขายพยายามเข้าใจบทบาทระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการซื้อทางธุรกิจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีการรับประกันคุณภาพสามารถรับประกันสินค้าได้ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการ และการบรรจุหีบห่อที่ดีทำให้ไม่เกิดความเสียหาย สอดคล้องกับ ไพศรี กลัดสำเนียง (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากติดบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ระดับการมีผลที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมา และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ มีการรับประกันการคืนสินค้า มีความหลากหลายของฉลากบรรจุภัณฑ์ และสอดคล้องกับ กัญญา กสิวิริยะวงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ต่อ



บรรจุกัณฑ์ด้วยน้ำพลาสติกของบริษัท เบญจมิตรบรรจุกัณฑ์ จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ระดับการมีผลที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยที่มีผลระดับการมีผลมากที่สุด ได้แก่ ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมให้ความสำคัญต่อรูปทรงตรงตามความต้องการของผู้ใช้

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ระดับราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ ระดับราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมเมื่อเทียบกับคู่แข่ง และมีราคาผลิตภัณฑ์ที่สามารถต่อรองได้ สอดคล้องกับ ไพศรี กลัดสำเนียง (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากติดบรรจุกัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยด้านราคาให้ระดับการมีผลในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ระดับการมีผลระดับมาก ได้แก่ ราคาเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้า และราคาถูกกว่าคู่แข่งในระดับมาตรฐานสินค้าเดียวกัน และไม่สอดคล้องกับ ศิริลักษณ์ สามหงษ์ (2553) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบรรจุกัณฑ์ย่อยสลายชีวภาพเพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้ประกอบการร้านกาแฟสดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านราคาให้ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางของทุกปัจจัยย่อย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตโฟมบรรจุอาหารมีบริการจัดส่งสินค้าถึงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ความรวดเร็วและตรงเวลาในการจัดส่งสินค้า และสามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์ สอดคล้องกับ ไพศรี กลัดสำเนียง (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากติดบรรจุกัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายให้ระดับการมีผลที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการจัดส่ง สามารถติดต่อได้สะดวก (โทรศัพท์, อินเทอร์เน็ต, โทรสาร) และ สอดคล้องกับ กันยา กสิวิริยะวงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ต่อบรรจุกัณฑ์ด้วยน้ำพลาสติกของบริษัท เบญจมิตรบรรจุกัณฑ์ จำกัด พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายให้ระดับการมีผลที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถจัดส่งสินค้าในกรณีเร่งด่วนและความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการมีผลต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีส่วนลดทางการค้า เช่น ลด แลก แจก แถม การให้ของรางวัลตอนสิ้นปี และพนักงานที่มีความรู้คอยให้คำแนะนำหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร สอดคล้องกับ กันยา กสิวิริยะวงศ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้ใช้ทาง

อุตสาหกรรม ต่อบรรจุภัณฑ์ด้วยน้ำพลาสติกของบริษัท เบญจมิตรบรรจุภัณฑ์ จำกัด พบว่าพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ระดับการมีผลที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับไพศรี กัดสำเนียง (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อฉลากติดบรรจุภัณฑ์แบบสติ๊กเกอร์ ของโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ระดับการมีผลที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก และปัจจัยย่อยที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำและสามารถให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าได้เสมอ และมีการจัดโปรโมชั่นสินค้า ลดราคาและของแถม

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร ในการซื้อโคมบรรจุอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าทุกปัจจัยของผู้ซื้อทางธุรกิจและปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดมีผลในระดับมาก ซึ่งมีรายละเอียดเรียงตามลำดับดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเจ้าของกิจการและรูปแบบการจดทะเบียนเป็นเจ้าของของคนเดียว
2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีการเปรียบเทียบราคาก่อนสั่งซื้อ และจะสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือตัวแทนจำหน่ายเพียงรายเดียวด้วยเหตุผลที่ว่าสามารถมีอำนาจในการต่อรองราคาได้
3. โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริษัทที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่มีผลอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยด้านการจัดการองค์การมีผลค่าเฉลี่ยสูงสุด
4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่เขตอำเภอเมืองจะให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านราคาแตกต่างจากอำเภอกระทุ่มแบนที่ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการจัดการ และอำเภอบ้านแพ้วให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โคมบรรจุอาหาร
5. เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 10 อันดับพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โคมบรรจุอาหารสูงสุด
6. เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย 10 อันดับพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์เป็นส่วนมาก โดยมีปัจจัยย่อยเกี่ยวกับการรับประกันคุณภาพและรับคืนสินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหาย ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตโคมมีสินค้าหลากหลายตรงตามความต้องการ และมีการบรรจุหีบห่อที่ดีไม่ทำให้เกิดความเสียหายต่อสินค้า

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาครในการซื้อโพงบรรจุอาหาร ในครั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากข้อมูลทั่วไป และปัจจัยของผู้ซื้อทางธุรกิจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ประกอบธุรกิจผู้ผลิตโพงบรรจุอาหารหรือตัวแทนจำหน่ายควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในการซื้อโพงบรรจุอาหาร และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาวโดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อโพงบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการซึ่งเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อได้ทันที ในการซื้อยังมีการเปรียบเทียบราคา และจะซื้อจากผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตรายเดียว ซึ่งด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตโพงบรรจุอาหารจะต้องให้พนักงานขายเข้าไปสร้างสัมพันธ์ไมตรีให้เกิดความคุ้นเคยกับเจ้าของกิจการและพนักงานสามารถที่จะอธิบายประโยชน์ที่ทางร้านจะได้รับเมื่อมีการซื้อขายเกิดขึ้น โดยจะมีการจัดโปรโมชั่นพิเศษเมื่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น

2. จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อโพงบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอเมืองจะให้ความสำคัญต่อบัญชีด้านราคา เนื่องจากในอำเภอเมืองจะมีจำนวนร้านค้ามากทำให้เกิดการแข่งขันสูง ส่งผลให้ปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยหลัก โดยจะเน้นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าในการใช้พิจารณาตัดสินใจซื้อโพงบรรจุอาหารกับผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่าย จะเป็นไปตามกลยุทธ์ระดับราคาและคุณภาพ (Price-Quality Pricing Strategy) ซึ่งกลยุทธ์นี้ต้องการทำการเปรียบเทียบคุณภาพสินค้าของตัวเองกับคู่แข่ง มีการได้เปรียบหรือเสียเปรียบหรือไม่ และเพื่อให้เป็นแรงจูงใจแก่ร้านค้าปลีกดั้งเดิมที่ต้องการจำหน่ายสินค้าและมีผลกำไรหรือตอบแทนที่มากจะทำให้ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในตำแหน่งเจ้าของกิจการตัดสินใจเลือกซื้อโพงบรรจุอาหารได้ทันที โดยใช้กลยุทธ์คุณภาพสูงราคาสูงหรือกลยุทธ์ประหยัด คือผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำกว่าคู่แข่งและกำหนดราคาต่ำกว่าด้วย ซึ่งกลยุทธ์ทั้งสองนี้มีการกำหนดราคาให้สอดคล้องกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และต้องตามการให้ความสำคัญต่อบัญชีในการตัดสินใจเลือกซื้อโพงบรรจุอาหารของเจ้าของกิจการที่มีอำนาจซื้อ

3. จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อโพงบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอกระทุ่มแบนจะให้ความสำคัญต่อบัญชีการจูงใจของร้านมากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ ทั้งนี้ด้วยการแข่งขันของคู่แข่งในพื้นที่จะน้อยกว่าเขตอำเภอเมืองทำให้การแข่งขันน้อยราย ส่งผลให้ร้านค้าในอำเภอกระทุ่มแบนให้ความสำคัญต่อ

ปัจจัยโครงสร้างการจัดการภายในร้านค้าของตนเอง เช่น การให้สิทธิหรืออำนาจในการสั่งซื้อจะเป็นหน้าที่ส่วนของเจ้าของกิจการตัดสินใจสั่งซื้อ โฟมบรรจุอาหาร คุณแลสต็อคสินค้าในการสั่งซื้อเอง กำหนดนโยบายในการสั่งซื้อเอง ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้จัดจำหน่ายโฟมบรรจุอาหารจะต้องใช้การขายโดยตรง ด้วยพนักงานขายที่มีความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะสามารถอธิบายข้อดี ข้อแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในสินค้า และการมีสิทธิพิเศษเมื่อมีทำการซื้อขายเป็นรายเดียว จะสร้างแรงกระตุ้นให้ผู้แก่เจ้าของกิจการตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น

3.จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอบ้านแพ้วจะให้ความสำคัญต่อบริการด้านการจัดจำหน่าย ด้วยสภาพแวดล้อมจำนวนร้านค้าน้อยรายทำให้สภาวะการแข่งขันไม่สูงเท่ากับอำเภอเมือง จึงทำให้ร้านค้าในเขตอำเภอบ้านแพ้วให้ความสำคัญต่อบริการด้านการจัดจำหน่ายเป็นหลัก มีการบริการจัดส่งสินค้าจากผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายถึงร้านค้า ผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายโฟมบรรจุอาหารควรสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายโดยสร้างคัดเลือกร้านค้าในเขตอำเภอบ้านแพ้วขึ้นมาเพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าให้แก่ร้านค้าในอำเภอบ้านแพ้ว และมีการตกแต่งร้านให้เป็นเอกลักษณ์ของผู้จัดจำหน่ายโฟม เพื่อให้ทางผู้ประกอบการได้มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ง่ายขึ้น รวมทั้งสามารถลดต้นทุนในการขนส่งให้แก่ผู้ประกอบการหรือตัวแทนจำหน่ายโฟมในด้านการขนส่งได้ นอกจากนี้ร้านค้าปลีกจะเกิดความรู้สึกผูกพัน และช่วยทำยอดขายให้เพิ่มมากขึ้นได้

4.จากการศึกษาพบว่าในการตัดสินใจซื้อโฟมบรรจุอาหารของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดสมุทรสาคร ยังคงพบอีกว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าโฟมบรรจุอาหารควรใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง(Differentiate Strategy) คือกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการต้องสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งด้วยการสร้างความแตกต่างของโฟมบรรจุอาหาร เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพที่ดีกว่า โดยอาจจะมีส่วนประสมคุณภาพออกไปพบปะเจ้าของกิจการร้านค้าปลีกดั้งเดิมเพื่อสร้างความมั่นใจในผู้ผลิตมีความสนใจและใส่ใจกับปัญหาที่ทางเจ้าของกิจการร้านค้าปลีกดั้งเดิมได้พบปัญหา เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงแก้ไขเพื่อตอบสนองในการตัดสินใจซื้อ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายตรงตามที่ถูกค้าต้องการซื้อ รวมถึงการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เกิดการดึงดูดในการซื้อสินค้าในตราหรือยี่ห้ออื่นๆได้