

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกใน
อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาที่ได้นำมาสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ
ได้ดังนี้คือ

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุอยู่ระหว่าง 31-
40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน รายได้
ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีก

ด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีความเข้าใจว่ามีร้านค้าปลีกอยู่ในอำเภอเมือง และ
เป็นร้านที่ขายสินค้าจำเป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ฯลฯ
ที่มาของการรู้จักร้านค้าปลีกมาจากป้ายร้านค้ามากที่สุด รองลงมาคือ รู้จักจาก
เพื่อน น้อยที่สุดคือ วิทยุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเข้าใจว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง มีความแตกต่าง
กับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่ไม่แน่ใจว่ามีความ
แตกต่างหรือไม่ โดยส่วนมากเข้าใจว่าราคาสินค้าที่ร้านค้าปลีก มีราคาขายต่ำกว่าราคาขายของ
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่ไม่แน่ใจ และผู้ตอบ
แบบสอบถามส่วนมากเข้าใจว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง ขายสินค้าที่มีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่มี
ขายในร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น ซึ่งมีเพียงร้อยละ 12.28 เท่านั้น ที่เข้าใจว่าสินค้าใน
ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่า และมีร้อยละ 15.54 ที่เข้าใจว่าสินค้าในร้านค้าปลีกมีคุณภาพด้อยกว่า

ด้านความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีก

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีกของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เรียงตามลำดับ คือ ความความพึงพอใจในด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.09 ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.00 ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.90 และความพึงพอใจในด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.88

ด้านผลิตภัณฑ์(Product) ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังต่อไปนี้ คือ คุณภาพของสินค้า สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ มีเพียงปัจจัยย่อยเดียวที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับน้อย คือ บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า

ด้านราคา(Price) ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในด้านราคา ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังต่อไปนี้ คือ สามารถต่อรองราคาได้ ราคาสินค้า มีหลายระดับราคาให้เลือก มีการให้เครดิตกับลูกค้า มีการคิดป้ายแสดงราคา และมีส่วนลดเงินสด

ด้านช่องทางการจำหน่าย (Distribution) ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังต่อไปนี้ คือ เวลาปิดร้าน เวลาเปิดร้าน สถานที่ตั้งร้านค้า การจัดหน้าร้าน มีบริการที่จอดรถ ความสะอาดของร้าน บรรยากาศภายในร้าน มีการจัดสินค้าภายในร้าน และการขนส่งสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังต่อไปนี้ คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม การบริการของพนักงานขาย การโฆษณา

ด้านพฤติกรรม

รายการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจมากที่สุด คือ การลดราคา สินค้า รองลงมา คือ ของแถม ส่งชิงโชค กuponเงินสด และ สะสมแต้ม ตามลำดับ

ของแถมที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจมากที่สุด คือ นาฬิกา รองลงมา คือ เสื้อ ส่วนรายการของแถมที่สนใจลำดับต่อมา คือ พวงกุญแจ แก้วน้ำ ขนมขบเคี้ยว อาหาร และ ผ้าเช็ดตัว ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจะกลับมาซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกอีก ถ้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาสินค้า แจกของแถม แต่มีบางส่วนที่เฉยๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มาซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง

อาหารสำเร็จรูปส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีก ในอำเภอเมืองเป็นประจำ คือ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป รองลงมา คือ ปลากระป๋อง ผักกระป๋อง และ ผลไม้กระป๋อง มีปริมาณการซื้อที่ใกล้เคียงกัน

ของใช้ภายในครัวส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีก ในอำเภอเมืองเป็นประจำ คือ ข้าวสาร รองลงมา คือ น้ำมันพืช

ของใช้ส่วนตัวส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีก ในอำเภอเมืองเป็นประจำ คือ สบู่ รองลงมา คือ ยาสระผม และ ยาสีฟัน ซึ่งมีปริมาณการซื้อที่ใกล้เคียงกัน และน้อยที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง คือ ครีมบำรุงผิว

เครื่องคั้นส่วนใหญ่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองเป็นประจำ คือ กาแฟ รองลงมา คือ นม UHT ซึ่งมีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน อีกทั้ง น้ำอัดลม และ น้ำดื่มก็มีปริมาณซื้อจากผู้บริโภครองลงมา

ของใช้ทั่วไปส่วนใหญ่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองเป็นประจำ คือ ผงซักฟอก รองลงมา คือ น้ำยาขัดห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน ตามลำดับ และ น้อยที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง คือ น้ำยาเช็ดกระจก

เหตุผลส่วนใหญ่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกร้านค้าปลีกที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองเป็นประจำ คือ ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน เหตุผลรองลงมา คือ มีความเป็นกันเองกับลูกค้า เหตุผลต่อมา คือ มีพนักงานคอยให้บริการ มีที่จอดรถ ราคาสินค้าไม่แพง ตามลำดับ

บริเวณที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ในอำเภอเมืองเป็นประจำ คือ ร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณตลาดสด สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกรองลงมา คือ ร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณป้ายรถเมล์ติดชุมชน

ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ในอำเภอเมือง คือ เวลา 17.01-20.00 น. ช่วงเวลารองลงมา คือ 8.01-11.00 น. และ 11.01-14.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ปริมาณการซื้อสินค้าที่ใกล้เคียงกัน และช่วงเวลาที่ปริมาณการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 5.00 – 8.00 น. และ ช่วงเวลา 14.01-17.00 น. ซึ่งมีปริมาณการซื้อที่เท่ากัน

จำนวนเงินต่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ในอำเภอเมือง คือ 101-500 บาท รองลงมา คือ 51-100 บาท ไม่เกิน 50 บาท และ 501-1,000 บาท ตามลำดับ

ความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก คือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง รองลงมา คือ น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

ความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าความนิยมจะไม่เพิ่มขึ้นในอนาคต มีจำนวน 218 คน รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมน้อยลงมีจำนวน 143 คน คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยมีจำนวน 31 คน

ส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก จำแนกตามอายุ อาชีพ รายได้

ด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ส่วนมากรู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้า เข้าใจว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองแตกต่างจากร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น เข้าใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น เข้าใจว่าคุณภาพของสินค้าที่ร้านค้าปลีกเท่ากับคุณภาพสินค้าของร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น ทุกช่วงอายุส่วนมากสนใจที่จะซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ส่วนมากรู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้า เข้าใจว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองแตกต่างจากร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น เข้าใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น เข้าใจว่าคุณภาพของสินค้าที่ร้านค้าปลีกเท่ากับคุณภาพสินค้าของร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น ทุกอาชีพส่วนมากสนใจที่จะซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ ส่วนมากรู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้า เข้าใจว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองแตกต่างจากร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น เข้าใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น เข้าใจว่าคุณภาพของสินค้าที่ร้านค้าปลีกเท่ากับคุณภาพสินค้าของร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น ทุกช่วงรายได้ส่วนมากสนใจที่จะซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ด้านความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีก

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองในด้านคุณภาพของสินค้ามากที่สุด มีความพึงพอใจราคาของร้านค้าปลีกในด้านที่สามารถต่อรองราคาได้มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี 21-30 ปี 41-50 ปี และอายุ 60 ปีขึ้นไปมีความพึงพอใจช่องทางจำหน่ายของร้านค้าปลีกในด้านเวลาเปิดร้านมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่อายุ 31-40 ปี และ 51-60 ปี มีความพึงพอใจช่องทางจำหน่ายของร้านค้าปลีกในด้านเวลาเปิดร้านมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจ การส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีกในด้าน การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีกมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองในด้านคุณภาพของสินค้ามากที่สุด มีความพึงพอใจราคาของร้านค้าปลีกในด้านที่สามารถต่อรองราคาได้มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และที่เป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจช่องทางจำหน่ายของร้านค้าปลีกในด้านเวลาเปิดร้านมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย ผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจช่องทางจำหน่ายของร้านค้าปลีกในด้าน เวลาเปิดร้านมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีความพึงพอใจ การส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีกในด้าน การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีกมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองในด้านคุณภาพของสินค้ามากที่สุด มีความพึงพอใจราคาของร้านค้าปลีกในด้านที่สามารถต่อรองราคาได้มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจช่องทางจำหน่ายในด้านเวลาเปิดร้านมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจช่องทางจำหน่ายในด้านเวลาเปิดร้านมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจ การส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีกในด้าน การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีกมากที่สุด

ด้านพฤติกรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง สัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้งในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก คือ 101-500 บาท จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก โดยจะกลับมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ความนิยมร้านค้าปลีกคิดว่าไม่เพิ่มขึ้นในอนาคต

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง สัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้งในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก คือ 101-500 บาท ยกเว้นเจ้าของกิจการจะใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ไม่เกิน 50 บาท มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก โดยจะกลับมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ความนิยมร้านค้าปลีกคิดว่าไม่เพิ่มขึ้นในอนาคต

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง สัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด จำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้งในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก คือ 101-500 บาท จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก โดยจะกลับมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ความนิยมร้านค้าปลีกคิดว่าไม่เพิ่มขึ้นในอนาคต

ส่วนที่ 4 ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาต่อส่วนประสมการค้าปลีกของร้านค้าปลีก ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เรียงตามลำดับ คือ ปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.45 ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.38 ปัญหาในด้านช่องทางการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.99 และปัญหาในด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.97

ด้านผลิตภัณฑ์(Product) ผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาต่อปัจจัยย่อยในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังต่อไปนี้คือ ไม่รับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า สินค้ามีให้เลือกน้อยขนาด ความล้ำสมัยของสินค้า สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท สินค้าหมดอายุ สินค้ามีให้เลือกน้อยยี่ห้อ เป็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกว่าเป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และคุณภาพของสินค้าไม่ดี เป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาต่อปัจจัยย่อยในด้านราคา ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในปัญหาระดับปานกลาง ดังต่อไปนี้คือ ไม่แสดงป้ายราคาชัดเจน ไม่มีส่วนลดเงินสด ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า ไม่สามารถต่อรองราคาได้ และ ราคาสินค้าแพง

ด้านการจัดจำหน่าย (Distribution) ผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาต่อปัจจัยย่อยในด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังต่อไปนี้ คือ ไม่มีที่จอดรถ จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ การเดินทางไม่สะดวก ไม่มีบริการขนส่งสินค้า บรรยากาศในร้านไม่ดี

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาต่อปัจจัยย่อยด้านรายการส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังต่อไปนี้คือ การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ การโฆษณาไม่น่าสนใจ การบริการไม่ดี พนักงานขายมีไม่เพียงพอ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร นำมาอภิปรายผลตามแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติได้ดังนี้

1. ด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษาพบว่า ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าร้านค้าปลีก คือ ร้านที่ขายสินค้า จำพวกของใช้ในชีวิตประจำวัน ของใช้ส่วนตัว รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุด รู้และเข้าใจ ว่าว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านสะดวกซื้อ ขายสินค้าที่มีคุณภาพเท่าเทียมกัน และขาย สินค้าในราคาต่ำกว่าร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น

2. ด้านความพึงพอใจ

ในด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับคุณภาพของ สินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ความพึงพอใจที่รองลงมาของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ สินค้ามีให้เลือกหลาย ประเภทและสินค้ามีให้เลือกหลายขนาด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกัญจักษ์ ตรีสัตยาเวทย์ (2545) ที่ได้ศึกษาถึงเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อปัจจัยด้านการตลาด ที่มีต่อการค้าปลีกทางอินเทอร์เน็ตและการค้าปลีกแบบมีร้านค้า ในด้านความคิดเห็นที่ผู้ตอบ แบบสอบถามมีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของการค้าปลีกแบบมีร้านค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยต่อข้อความ “สินค้าในร้านค้าปลีกมีคุณภาพน่าเชื่อถือเพราะสามารถ สัมผัสหรือทดลองสินค้าได้ก่อน” “สินค้าในร้านค้าปลีกมีหลากหลายให้เลือกมาก” “สินค้าใน ร้านค้าปลีกในแต่ละประเภทมีให้เลือกมาก” และ “สามารถค้นหาสินค้าที่ต้องการในร้านได้ง่าย”

ในด้านราคาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับการที่สามารถต่อรอง ราคาได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของพงศา นวมกรูฑ (2544) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการ ซื้อของผู้บริโภค ในด้านที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับ สำคัญมาก ได้แก่ การมีป้ายราคาที่สังเกตเห็นได้ชัด สินค้าราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ การลดราคาสินค้า ตามเทศกาลและโอกาส

ในด้านช่องทางการจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับเวลาเปิดร้าน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพงศา นวมกรูฑ (2544) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการ ซื้อของผู้บริโภค ในด้านที่กล่าวว่าปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจำหน่าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ได้แก่การจัดร้านที่สะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็นและสกปรก การจัดวาง

สินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก มีป้ายแสดงสินค้าชัดเจน สถานที่ตั้งเดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถ มีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ขนาดใหญ่ เวลาเปิดและปิดบริการ

ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับการประชาสัมพันธ์ เช่นมีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และที่พึงพอใจรองลงมาคือ การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของไววิทย์ นรพลก (2546) ที่ได้ศึกษาถึงเรื่องของการดำเนินงานและปัญหาของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาด้านส่งเสริมการขาย คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีการทำการส่งเสริมการขาย โดยปัญหาที่พบคือ ร้านค้าส่งไม่ส่งของแถมมาให้ ไม่มีของแถมเพราะต้นทุนสูง ขาดข้อมูลลดแลกแจกแถมจากผู้ผลิตและสุดท้ายคือ ไม่รู้ว่าจะแถมอะไรดี ส่วนในด้านการประชาสัมพันธ์ปัญหาพบว่าปัญหา คือ ไม่มีความรู้ด้านโฆษณา รองลงมา คือ ไม่แน่ใจว่าคุ้มหรือไม่ และสุดท้ายคือคิดว่าไม่จำเป็น

3. ด้านพฤติกรรม

จากผลการศึกษาทัศนคติทางด้านพฤติกรรม ของผู้บริโภคต่อร้านค้าปลีกนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่จะซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกอีกเมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย มีการซื้ออย่างต่อเนื่อง สินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ อาหารและของใช้ต่างๆ เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพราะใกล้บ้านหรือที่ทำงาน โดยมักซื้อที่ร้านค้าที่ตั้งอยู่บริเวณตลาดสด มีพฤติกรรมการซื้อที่ค่อนข้างดี มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 101-500 บาท ซึ่งถือว่าค่อนข้างใช้เงินมาก และยังมีการจะกลับมาซื้ออีก แต่คิดว่าร้านค้าปลีกจะไม่ได้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต

ผลการศึกษาสอดคล้องกับ Feargal Quinn (2545 : 65) ที่กล่าวว่าธุรกิจที่ดี คือ ต้องทำให้ลูกค้าประทับใจ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก ซึ่งบางครั้งอาจจะเป็นการประทับใจเรื่องอื่นๆ ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นราคาที่ลูกค้าว่าคู่แข่ง แต่การที่จะทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ ผู้ประกอบการต้องทำการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง โดยพร้อมจะทำทุกอย่างเพื่อให้ลูกค้าพอใจ

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จังหวัด สมุทรสาคร มีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

ด้านความรู้ความเข้าใจ

ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดเลยที่คิดว่าไม่มีร้านค้าปลีก ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีเครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น วิทยุ โทรทัศน์ พัดลม เตาไรต์ ฯลฯ ราย รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยที่ไม่แน่ใจว่าร้านค้าปลีกแตกต่างกับร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น จำนวนน้อยที่เข้าใจว่าราคาสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ถูกกว่าร้านสะดวกซื้อ และมีจำนวนน้อยที่เข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีคุณภาพสินค้าที่ดีกว่าร้านสะดวกซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 26.44 ที่เข้าใจว่าราคาสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ถูกกว่าร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี 51-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป ไม่สนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการร้อยละ 32.13 ที่เข้าใจว่าราคาสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ถูกกว่าร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา พ่อบ้านหรือแม่บ้าน เจ้าของกิจการ ไม่สนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ด้านความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความพึงพอใจ บริการสินค้าหรือเปลี่ยนสินค้าของร้านค้าปลีก มีจำนวนน้อยที่สุด มีความพึงพอใจร้านค้าปลีก ในด้านส่วนลดเงินสด มีจำนวนน้อยที่สุด มีความพึงพอใจการขนส่งสินค้า ของร้านค้าปลีก มีจำนวนน้อยที่สุด มีความพึงพอใจการโฆษณาของร้านค้าปลีก มีจำนวนน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี และ 51-60 ปี มีความพึงพอใจด้านเวลาเปิดร้านมากที่สุด

ด้านพฤติกรรม

ด้านรายการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจการสะสมแต้มน้อยที่สุด มีความสนใจผ้าเช็ดตัวน้อยที่สุด ในด้านของแถมที่สนใจ มีจำนวนน้อยที่ไม่สนใจซื้อสินค้าเมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย ความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกจำนวนน้อยที่สุด คือ มาใช้บริการทุกวัน เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกน้อยที่สุด คือ มีสินค้าเฉพาะ ที่ร้านอื่นไม่มีขาย ที่ตั้งของร้านค้าปลีกที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้า จากร้านค้าปลีกเป็นประจำน้อยที่สุด คือ บริเวณสถานที่ราชการ ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกเป็นประจำน้อยที่สุด คือ 5.00-8.00 น. จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกเป็นประจำน้อยที่สุด คือ มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ความถี่ที่คิดว่าจะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก คือ มาใช้บริการทุกวันน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าความนิยมของร้านค้า

ปลีก็จะเพิ่มขึ้นมากในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีและ60 ปีขึ้นไป ไม่มีผู้ใดเลยที่คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในอนาคต

ด้านปัญหา

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาเรื่องไม่รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า เป็นปัญหาที่มากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ สินค้ามีให้เลือกน้อยขนาด ความล้ำสมัยของสินค้า สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท สินค้าหมดอายุ สินค้ามีเลือกน้อยยี่ห้อ และคุณภาพของสินค้าไม่ดี ปัญหาเรื่องไม่แสดงป้ายราคาชัดเจน เป็นปัญหาที่มากที่สุดในด้านราคา รองลงมาคือ ไม่มีส่วนลดเงินสด ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า ไม่สามารถต่อรองราคาได้ และราคาสินค้าแพง มีปัญหาเรื่องไม่มีที่จอดรถ เป็นปัญหาที่มากที่สุดในด้านช่องทางการจำหน่าย รองลงมาคือ จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ การเดินทางไม่สะดวก ไม่มีบริการขนส่งสินค้า และบรรยากาศในร้านไม่ดี ปัญหาเรื่องการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ เป็นปัญหาที่มากที่สุดในการส่งเสริมการตลาด รองลงมา คือ การโฆษณาไม่น่าสนใจ การบริการไม่ดี และพนักงานขายมีไม่เพียงพอ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ ขอนำเสนอโดยพิจารณาจากส่วนประสมการค้าปลีก(Retail Mix) ดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นควรทำให้ผู้บริโภคพอใจเรื่องผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น โดยการเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้า ควรคัดเลือกสินค้าที่นำมาขายให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยสินค้าควรมีให้ครบตามหมวดหมู่ที่ผู้บริโภคต้องการ ซึ่งประเภทของสินค้าที่จำเป็นต้องมี ได้แก่ สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล เป็นต้น ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม เป็นต้น เลือกขนาดและยี่ห้อของแต่ละประเภทสินค้า ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่อยู่บริเวณที่ร้านค้าปลีกตั้งอยู่ โดยไม่จำเป็นต้องมีสินค้าทุกยี่ห้อและทุกขนาด เนื่องจากจะเป็นภาระด้านต้นทุนของร้านค้าปลีกนั้น และอาจส่งผลถึงคุณภาพของสินค้าที่ไม่สามารถจำหน่ายได้ทันอายุของสินค้านั้นอีกด้วย เช่น ร้านค้าตั้งอยู่บริเวณสถานศึกษาก็ควรจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมกับนักเรียนหรือนักศึกษา ควรเพิ่มบริการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้าที่ชำรุดเสียหาย โดยมีเงื่อนไขการรับคืนสินค้า เช่น แบบใบเสร็จรับเงินมาด้วย ซึ่งจะช่วยให้กลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกซ้ำอีก ควรตั้งสินค้าให้พอดีต่อ

การจำหน่าย คือมีปริมาณที่เพียงพอ แต่ไม่ขาด และในขณะที่เดียวกันต้องไม่มากจนเกินไป เนื่องจากจะทำให้กลายเป็นสินค้าตกชั้น ถ้าสมัย หรือกลายเป็นสินค้าหมดอายุ

ราคา (Price)

ควรให้ความสำคัญต่อราคาโดยให้มีหลายระดับราคา ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ควรตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสม มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน โดยอาจจะมีป้ายแจ้งรายการส่งเสริมการขายได้อีกด้วย ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะนักเรียนหรือนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจต่อร้านค้าปลีกที่สามารถต่อรองราคาได้ ดังนั้นเพื่อให้ยังคงเอกลักษณ์เอาไว้ ร้านค้าปลีกควรมีการให้ส่วนลดเงินสดกับผู้บริโภคที่มาซื้อประจำ มีการให้เครดิตกับผู้บริโภค สินค้าที่นำมาจำหน่ายไม่ควรมีราคาแพงกว่าร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น

ช่องทางการจำหน่าย (Distribution)

สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกควรอยู่ในเขตชุมชน โดยอาจตั้งใกล้ชุมชนพักอาศัย บริเวณแหล่งธุรกิจ หรือตลาดสด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนมากรู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้า ดังนั้นร้านค้าปลีกจึงควรจัดทำป้ายร้านค้าให้โดดเด่น เพื่อเป็นที่สังเกตได้ชัดเจน ควรจัดหาที่จอดรถให้กับผู้บริโภคทั้งรถยนต์ส่วนตัวและรถจักรยานเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการมาซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก การจัดเรียงสินค้าเป็นสิ่งที่สำคัญ ควรจัดเรียงสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ เช่น หมวดของใช้ประจำวัน หมวดของใช้ในครัวเรือน หมวดของใช้ส่วนตัว เป็นต้น ความสะอาดของร้านเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เนื่องจากจะบอกได้ถึงคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะถ้าเป็นสินค้าประเภทอาหาร สร้างบรรยากาศภายในร้าน เช่น การทาสีให้ดูสดใส การจัดร้านให้ดูโปร่งตา ไม่วางสินค้าเกะกะตามทางเดิน ไม่มีกลิ่นเหม็นของสินค้าที่เสียหรือหมดอายุ มีการจัดหน้าร้านเพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้าร้าน กำหนดเวลาเปิดปิดร้านให้เหมาะสม เช่น หากเป็นร้านค้าส่งที่ขายให้กับผู้บริโภคที่ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่ออีกครั้งหนึ่ง ต้องเปิดบริการตั้งแต่เช้า บางร้านเปิดตั้งแต่ 05.00น. แต่หากเป็นร้านค้าปลีกที่เปิดให้บริการกับผู้บริโภคที่เป็นคนทำงานองค์กรธุรกิจ เปิดบริการตั้งแต่ 07.00 น.ก็เพียงพอ เวลาปิดร้านก็เช่นเดียวกัน ถ้าเป็นร้านค้าปลีก ที่มีกลุ่มผู้บริโภคเป็นคณงานโรงงานอุตสาหกรรมที่ทำงานกะกลางคืนก็อาจจะต้องปิดร้านช้า เพื่อรอให้พนักงานโรงงานออกมาซื้อสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกควรเพิ่มการบริการของพนักงานขาย ซึ่งอาจจะได้แก่เจ้าของร้าน หรือ ญาติพี่น้องเนื่องจากหากมีบริการที่ดี ผู้บริโภคก็จะเกิดความประทับใจ และกลับมาซื้อซ้ำอีก ตรงกันข้ามหากพนักงานบริการไม่ดีและทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจ ไม่เพียงแต่

ร้านค้าปลีกนั้นจะเสียผู้บริโภคคนนั้นไป แต่ร้านค้าปลีกนั้นจะเสียผู้บริโภคคนอื่นๆ ไปด้วย เนื่องจากผู้บริโภคคนนั้นอาจจะไปบอกกล่าวถึงความไม่พอใจที่ได้รับมา ควรเข้าเป็นสมาชิกของบริษัท รวมค้าปลีกเข้มแข็ง จำกัด เพื่อจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวงการค้าปลีก และซื้อสินค้าราคาถูกลงจากสมาคม ควรมีการจัดรายการการส่งเสริมการขาย เนื่องจากผู้บริโภคจะสนใจซื้อสินค้าเมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย ไม่ว่าจะเป็นการลดราคาสินค้า หรือแถมของสมนาคุณ ซึ่งจะทำให้จำนวนเงินที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อครั้งเพิ่มสูงขึ้นด้วย โดยของแถมที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจ คือ นาฬิกา

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk. Above the elephant is a sunburst or flame-like symbol. The emblem is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved