

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน โดยใช้แนวทางการศึกษา 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย Who (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What (ผู้บริโภคซื้ออะไร) Why (ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ) Who (ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) When (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด) Where (ผู้บริโภคซื้อที่ไหน) และ How (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร) ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาและสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะจากการศึกษาได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 68 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H

คำถาม 6Ws และ 1H	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?)	เพศ	หญิง	63.50
	อายุ	20-29 ปี	33.00
	สถานภาพ	โสด	53.50
	ระดับการศึกษาสูงสุด	ปริญญาตรี	41.00
	อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	50.00
	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5,001-10,000 บาท	30.00

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.50 โดยมีอายุ 20-29 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 53.50 มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 50.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน

ตารางที่ 69 แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H

คำถาม 6Ws และ 1H	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?)	ซื้อสินค้าเพื่อใคร	ชื่อตัวเอง	90.50
	จำนวนคนโดยเฉลี่ยที่ไปซื้อสินค้าด้วย	2 คน	44.00
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	ประเภทสินค้าที่ซื้อ	เครื่องอุปโภคในครัวเรือน	61.00
		ขนมขบเคี้ยว	60.50
		เครื่องปรุงรส	54.00
	ประเภทสินค้าที่ซื้อมากที่สุด	เครื่องอุปโภคในครัวเรือน	26.00
	ปริมาณการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	2 ชิ้น	35.50
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการซื้อสินค้า	51 – 100 บาท	30.50	
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	สาเหตุการเลือกซื้อสินค้า	ใกล้บ้าน	81.00
	สาเหตุที่ไม่เลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	มีร้านสะดวกซื้ออยู่บริเวณใกล้เคียง	81.00
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?)	ผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า	สมาชิกในครอบครัว	53.50
	ผู้ที่มีส่วนร่วมในการซื้อสินค้า	คนเดียว	53.50
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	ความบ่อยในการซื้อสินค้า	สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	19.50
	วันที่ซื้อสินค้า	วันอาทิตย์	65.50
		วันเสาร์	59.50
		วันศุกร์	47.50
วันที่ซื้อสินค้าบ่อยที่สุด	วันอาทิตย์	38.50	
6. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	ช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้า	16.01 – 19.00 น.	59.50
		หลัง 19.00 น.	34.00
		12.01-16.00 น.	21.50
ช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด	16.01 – 19.00 น.	46.50	

ตารางที่ 69 (ต่อ) แสดงข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวทาง 6Ws และ 1H

คำถาม 6Ws และ 1H	ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ	
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ซื้อสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน จากร้านค้าใดบ้าง	ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก	62.50	
		ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่	62.00	
		ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	53.00	
		ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก	38.00	
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อสินค้าใน ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	ร้านที่ใกล้ที่พัก	46.50	
		ไปซื้อเมื่อสินค้าที่ใช้อยู่ หมดกะทันหัน	74.50	
		การรู้จักร้านค้าที่ใช้บริการ เป็นประจำ	เป็นทางผ่านกลับบ้าน	68.00
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อสินค้าใน ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	เกณฑ์ในการเลือกร้านค้า	ใกล้บ้าน	69.00
		ลักษณะการเลือกซื้อสินค้า	ซื้อรายการเล็กๆ น้อยๆ ไม่ใช่ซื้อเป็นสินค้าหลัก	46.00
		สัดส่วนการซื้อสินค้าเฉลี่ย เทียบกับการซื้อสินค้าทั้งหมด	10 เปอร์เซ็นต์	24.00
		ระยะเวลาเฉลี่ยในการเลือก ซื้อสินค้า	5-10 นาที	41.00
		ลักษณะการเลือกซื้อสินค้า	เดินเลือกหาสินค้าเอง	75.50
		วิธีการชำระเงิน	เงินสด	91.50
		ความรู้สึกลังการเลือกซื้อ สินค้า	เฉยๆ	71.00
		การกลับมาซื้อสินค้า	ใช่	99.00

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อซื้อมาใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 90.50 โดยจำนวนคนเฉลี่ยที่ไปซื้อสินค้าด้วยคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ประเภทสินค้าที่ซื้อคือ เครื่องอุปโภคในครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 61.00 ขนมขบเคี้ยว ร้อยละ 60.50 และเครื่องปรุงรส ร้อยละ 54.00 โดยส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคใน

ครัวเรือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.00 ปริมาณการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2 ชิ้นคิดเป็นร้อยละ 35.50 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจำนวน 51 – 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.50

สาเหตุในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่ซื้อเพราะใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 81.00 และสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ มีร้านสะดวกซื้ออยู่บริเวณใกล้เคียงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.00

สำหรับผู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 53.50 และมักจะไปซื้อสินค้าคนเดียวบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.50

ความบ่อยในการซื้อสินค้า คือ สัปดาห์ละ 3-4 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.50 วันที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมาก คือวันอาทิตย์ ร้อยละ 65.50 วันเสาร์ ร้อยละ 59.50 และวันศุกร์ ร้อยละ 47.50 โดยวันที่ซื้อสินค้าบ่อยที่สุดคือวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 38.50 ช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าคือในช่วงเวลา 16.01-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 59.50 เวลาหลัง 19.00 น. ร้อยละ 34.00 และหลัง 12.01-16.00 น. ร้อยละ 21.50 น. โดยช่วงเวลาในการซื้อสินค้าบ่อยที่สุดคือ 16.01-19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 46.50

ในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ 62.50 ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ ร้อยละ 62.00 และสุดท้ายคือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้อยละ 53.00 และจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็กบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เนื่องจากร้านใกล้ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 46.50

โอกาสในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ไปซื้อเมื่อสินค้าที่ใช้อยู่หมดกะทันหัน คิดเป็นร้อยละ 74.50 รู้จักร้านค้าเนื่องจากเป็นทางผ่านกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 68.00 เพราะความใกล้บ้านทำให้เป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 69.00 โดยลักษณะการซื้อ จะซื้อรายการเล็กๆ น้อยๆ ไม่ใช่ซื้อเป็นสินค้าหลัก คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีสัดส่วนการซื้อสินค้าเฉลี่ยเมื่อเทียบกับการซื้อสินค้าทั้งหมดเท่ากับ 10 เปอร์เซ็นต์ คิดเป็นร้อยละ 24.00 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยในการเลือกซื้อสินค้า คือ 5-10 นาที คิดเป็นร้อยละ 41.00 และมีลักษณะการเดินเลือกซื้อสินค้าเอง คิดเป็นร้อยละ 75.50 รวมถึงวิธีการชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 91.50 หลังจากการซื้อสินค้าในร้านผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 71.00 และส่วนใหญ่ถ้ามีโอกาสก็จะกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 99.00

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 70 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยสูงสุด
ด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก</li> <li>2. หีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพดี</li> <li>3. มีสินค้าขนาดเล็ก</li> </ol>
ปัจจัยด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาเท่ากับที่อื่น</li> <li>2. ราคาถูกกว่าที่อื่น</li> <li>3. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย</li> </ol>
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>2. มีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> <li>3. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า</li> </ol>
ด้านการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน</li> <li>2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ</li> </ol>
ด้านบุคลากร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าของร้านมีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ</li> <li>2. มีความถูกต้องในการคิดเงิน</li> </ol>
ด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> <li>2. ความสะอาดของร้านและตัวสินค้า</li> <li>3. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด</li> </ol>

\*เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.1 จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 71 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามเพศ

ข้อมูลพฤติกรรม	เพศชาย	เพศหญิง
4.1.1 การเลือกประเภทร้านค้า	1. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก 2. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 3. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่	1. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก 2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ 3. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
4.1.2 ความถี่ในการซื้อสินค้า	1. ทุกวัน 2. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง กับสัปดาห์ละ 2 ครั้ง 3. น้อยกว่าเดือนละครั้ง	1. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง 2. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง 3. สัปดาห์ละ 2 ครั้ง
4.1.3 ประเภทของสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด	1. เครื่องอุปโภคในครัวเรือน 2. อาหาร 3. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับ เครื่องดื่ม	1. เครื่องอุปโภคในครัวเรือน 2. ขนมขบเคี้ยว 3. เครื่องปรุงรส กับอาหาร
4.1.4 ปริมาณการซื้อสินค้า (จำนวนชิ้น)	1. 2 ชิ้น 2. 3 ชิ้น 3. 1 ชิ้น	1. 2 ชิ้น 2. 3 ชิ้น 3. 1 ชิ้น
4.1.5 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้า	1. 21-50 บาท 2. 51-100 บาท 3. 151-200 บาท	1. 51-100 บาท 2. 21-50 บาท 3. 101-150 บาท กับ 151-200 บาท
4.1.6 วันที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด	1. วันอาทิตย์ 2. วันเสาร์ 3. วันพฤหัสบดี	1. วันอาทิตย์ 2. วันเสาร์ 3. วันจันทร์
4.1.7 ช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด	1. ช่วงเวลา 16.01-19.00 น. 2. หลัง 19.00 น. 3. ช่วงเวลา 08.01-12.00 น.	1. ช่วงเวลา 16.01-19.00 น. 2. หลัง 19.00 น. 3. ช่วงเวลา 08.01-12.00 น.

\*เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

#### 4.2 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

##### 4.2.1 การเลือกประเภทร้านค้า

ตารางที่ 72 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	การเลือกประเภทร้านค้า
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก 3. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่
5,001-10,000 บาท	1. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก 2. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 3. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่
10,001-15,000 บาท	1. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก 2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ 3. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
15,001-20,000 บาท	1. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก 2. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 3. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่
20,001-25,000 บาท	1. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก 2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ 3. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
25,001-30,000 บาท	1. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ 2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก 3. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
มากกว่า 30,000 บาท	1. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดใหญ่ 2. ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็ก 3. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

#### 4.2.2 ความถี่ในการซื้อสินค้า

ตารางที่ 73 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่ในการซื้อ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1. ทุกวัน 2. สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง กับ สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง กับ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง 3. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง กับ น้อยกว่าเดือนละครั้ง
5,001-10,000 บาท	1. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง 2. ทุกวัน 3. สัปดาห์ละ 2 ครั้ง กับ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง
10,001-15,000 บาท	1. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง กับ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง 2. เดือนละครั้ง 3. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
15,001-20,000 บาท	1. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง 2. สัปดาห์ละ 2 ครั้ง กับ เดือนละครั้ง 3. ทุกวัน
20,001-25,000 บาท	1. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง 2. ทุกวัน กับ น้อยกว่าเดือนละครั้ง 3. สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง กับ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง กับ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง
25,001-30,000 บาท	1. สัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง 2. สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง 3. น้อยกว่าเดือนละครั้ง
มากกว่า 30,000 บาท	1. น้อยกว่าเดือนละครั้ง 2. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง 3. 2 สัปดาห์ต่อครั้ง

### 4.2.3 ประเภทของสินค้า

ตารางที่ 74 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ประเภทของสินค้า
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1. เครื่องอุปโภคในครัวเรือน 2. อาหาร 3. ขนมขบเคี้ยว
5,001-10,000 บาท	1. อาหาร 2. เครื่องอุปโภคในครัวเรือน 3. ขนมขบเคี้ยว
10,001-15,000 บาท	1. ขนมขบเคี้ยว 2. เครื่องอุปโภคในครัวเรือน กับ เครื่องดื่ม 3. เครื่องปรุงรส
15,001-20,000 บาท	1. เครื่องอุปโภคในครัวเรือน 2. เครื่องดื่ม 3. อาหาร
20,001-25,000 บาท	1. เครื่องอุปโภคในครัวเรือน 2. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 3. ขนมขบเคี้ยว
25,001-30,000 บาท	1. ขนมขบเคี้ยว กับ เครื่องปรุงรส 2. บุหรี่ 3. เครื่องอุปโภคในครัวเรือน
มากกว่า 30,000 บาท	1. ขนมขบเคี้ยว กับ เครื่องดื่ม 2. เครื่องอุปโภคในครัวเรือน กับ เครื่องปรุงรส 3. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับ อาหาร

#### 4.2.4 ปริมาณการซื้อขาย (จำนวนชั้น)

ตารางที่ 75 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคนในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปริมาณการซื้อขาย (จำนวนชั้น)
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1. 2 ชั้น 2. 1 ชั้น 3. 3 ชั้น กับ 4 ชั้น และ มากกว่า 4 ชั้น
5,001-10,000 บาท	1. 2 ชั้น 2. 3 ชั้น 3. มากกว่า 4 ชั้น
10,001-15,000 บาท	1. 2 ชั้น 2. 3 ชั้น 3. 4 ชั้น และ มากกว่า 4 ชั้น
15,001-20,000 บาท	1. 2 ชั้น และ 3 ชั้น 2. 1 ชั้น 3. 4 ชั้น และ มากกว่า 4 ชั้น
20,001-25,000 บาท	1. 3 ชั้น 2. 2 ชั้น 3. 1 ชั้น
25,001-30,000 บาท	1. 2 ชั้น 2. 3 ชั้น และ มากกว่า 4 ชั้น 3. 1 ชั้น
มากกว่า 30,000 บาท	1. 1 ชั้น และ 2 ชั้น 2. 3 ชั้น 3. มากกว่า 4 ชั้น

#### 4.2.5 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้า

ตารางที่ 76 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้า
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1. 21-50 บาท 2. 51-100 บาท 3. ไม่เกิน 20 บาท
5,001-10,000 บาท	1. 51-100 บาท 2. 21-50 บาท 3. 101-150 บาท และ 151-200 บาท
10,001-15,000 บาท	1. 51-100 บาท 2. 21-50 บาท และ 151-200 บาท 3. 101-150 บาท และ 251-300 บาท
15,001-20,000 บาท	1. 21-50 บาท 2. 51-100 บาท 3. ไม่เกิน 20 บาท
20,001-25,000 บาท	1. 101-150 บาท 2. 51-100 บาท และ 151-200 บาท 3. 21-50 บาท
25,001-30,000 บาท	1. 21-50 บาท 2. 51-100 บาท และ 101-150 บาท 3. 151-200 บาท
มากกว่า 30,000 บาท	1. 21-50 บาท 2. 51-100 บาท 3. ไม่เกิน 20 บาท และ 101-150 บาท

#### 4.2.6 วันที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด

ตารางที่ 77 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วันที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1. วันจันทร์ 2. วันอาทิตย์ 3. วันพุธ วันศุกร์ และวันเสาร์
5,001-10,000 บาท	1. วันอาทิตย์ 2. วันเสาร์ 3. วันจันทร์ และวันศุกร์
10,001-15,000 บาท	1. วันอาทิตย์ 2. วันเสาร์ 3. วันจันทร์
15,001-20,000 บาท	1. วันอาทิตย์ 2. วันพุธ และวันพฤหัสบดี 3. วันจันทร์ วันอังคาร และวันศุกร์
20,001-25,000 บาท	1. วันอาทิตย์ 2. วันเสาร์ 3. วันอังคาร วันพุธ วันพฤหัสบดี และวันศุกร์
25,001-30,000 บาท	1. วันอาทิตย์ 2. วันจันทร์ 3. วันศุกร์ และวันเสาร์
มากกว่า 30,000 บาท	1. วันอาทิตย์ 2. วันเสาร์ 3. วันศุกร์

#### 4.2.7 ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าบ่อยที่สุด

ตารางที่ 78 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน  
อำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าบ่อยที่สุด
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1. 16.01-19.00 น. 2. 12.01-16.00 น. 3. หลัง 19.00น.
5,001-10,000 บาท	1. 16.01-19.00 น. 2. หลัง 19.00 น. 3. 06.00-08.00 น.
10,001-15,000 บาท	1. 16.01-19.00 น. 2. 08.01-12.00 น. และ หลัง 19.00 น. 3. 06.00-08.00 น. และ 12.01-16.00 น.
15,001-20,000 บาท	1. 16.01-19.00 น. 2. 08.01-12.00 3. หลัง 19.00 น.
20,001-25,000 บาท	1. หลัง 19.00 น. 2. 16.01-19.00 น. 3. 06.00-08.00 น.
25,001-30,000 บาท	1. 16.01-19.00 น. และ หลัง 19.00 น. 2. 08.01-12.00 น. 3. 12.01-16.00 น.
มากกว่า 30,000 บาท	1. 16.01-19.00 น. 2. หลัง 19.00 น. 3. 12.01-16.00 น.

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน  
จำแนกตามเพศ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

5.1 จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 79 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมือง  
ลำพูน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศชาย	เพศหญิง
5.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก</li> <li>2. หีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพดี</li> <li>3. มีสินค้าขนาดเล็ก</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก กับหีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพดี</li> <li>2. สินค้าใหม่อยู่เสมอ</li> <li>3. มีสินค้าขนาดเล็ก</li> </ol>
5.1.2 ปัจจัยด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาเท่ากับที่อื่น</li> <li>2. ราคาถูกกว่าที่อื่น</li> <li>3. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย</li> <li>2. ราคาถูกกว่าที่อื่น</li> <li>3. ราคาเท่ากับที่อื่น</li> </ol>
5.1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>2. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้ากับมีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>2. มีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> <li>3. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า</li> </ol>
5.1.4 ด้านการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เรื่องทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน</li> <li>2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เรื่องทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน</li> <li>2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ</li> </ol>
5.1.5 ด้านบุคลากร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าของร้านรู้จักลูกค้า ทักทายได้ถูกต้อง</li> <li>2. มีความถูกต้องในการคิดเงิน</li> <li>3. ให้ความสนใจลูกค้าขณะมาซื้อสินค้าในร้าน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าของร้านมีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ</li> <li>2. มีความถูกต้องในการคิดเงิน</li> <li>3. เจ้าของร้านรู้จักลูกค้า ทักทายได้ถูกต้อง</li> </ol>
5.1.6 ด้านการนำเสนอสินค้าหรือบริการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด</li> <li>2. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> <li>3. ความสะอาดของร้าน และตัวสินค้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> <li>2. ความสะอาดของร้าน และตัวสินค้า</li> <li>3. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด</li> </ol>

## 5.2 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

### 5.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 80 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมือง  
ลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านผลิตภัณฑ์
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก</li> <li>2. มีสินค้าครบชนิดตามความต้องการ</li> <li>3. มีสินค้าที่หาซื้อไม่ได้จากที่อื่น</li> </ol>
5,001-10,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. หีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพดี และมีสินค้าขนาดเล็ก</li> <li>2. สินค้าใหม่อยู่เสมอ</li> <li>3. มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก</li> </ol>
10,001-15,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีสินค้าขนาดเล็ก</li> <li>2. หีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพดี</li> <li>3. สินค้าใหม่อยู่เสมอ</li> </ol>
15,001-20,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีสินค้าที่หาซื้อไม่ได้จากที่อื่น</li> <li>2. มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก</li> <li>3. มีสินค้าขนาดเล็ก และมีสินค้าครบชนิดตามความต้องการ</li> </ol>
20,001-25,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีสินค้าที่หาซื้อไม่ได้จากที่อื่น</li> <li>2. มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก และหีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพดี กับ มีสินค้าขนาดเล็ก</li> <li>3. สินค้าใหม่อยู่เสมอ</li> </ol>
25,001-30,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สินค้าใหม่อยู่เสมอ</li> <li>2. มีสินค้าขนาดเล็ก</li> <li>3. หีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพดี</li> </ol>
มากกว่า 30,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. หีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพดี</li> <li>2. สินค้าใหม่อยู่เสมอ</li> <li>3. มีสินค้าขนาดเล็ก</li> </ol>

### 5.2.2 ปัจจัยด้านราคา

ตารางที่ 81 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านราคา
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1. ราคาถูกกว่าที่อื่น 2. ราคาเท่ากับที่อื่น 3. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย
5,001-10,000 บาท	1. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย 2. ราคาเท่ากับที่อื่น และสินค้ามีป้ายบอกราคาชัดเจน 3. ราคาถูกกว่าที่อื่น และสามารถต่อรองราคาได้
10,001-15,000 บาท	1. ราคาเท่ากับที่อื่น 2. ราคาถูกกว่าที่อื่น และสินค้ามีป้ายบอกราคาชัดเจน 3. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย
15,001-20,000 บาท	1. ราคาถูกกว่าที่อื่น และราคาเท่ากับที่อื่น 2. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย 3. สามารถต่อรองราคาได้
20,001-25,000 บาท	1. ราคาถูกกว่าที่อื่น และราคาเท่ากับที่อื่น 2. มีการลดพิเศษเงินที่ต้องจ่าย 3. สินค้ามีป้ายบอกราคาชัดเจน
25,001-30,000 บาท	1. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย 2. ราคาเท่ากับที่อื่น 3. ราคาถูกกว่าที่อื่น และสินค้ามีป้ายบอกราคาชัดเจน
มากกว่า 30,000 บาท	1. ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย 2. ราคาถูกกว่าที่อื่น 3. ราคาเท่ากับที่อื่น

### 5.2.3 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 82 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านการส่งเสริมการตลาด
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> <li>2. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>3. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า</li> </ol>
5,001-10,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>2. มีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> <li>3. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า</li> </ol>
10,001-15,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>2. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า</li> <li>3. มีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> </ol>
15,001-20,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า</li> <li>2. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>3. มีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> </ol>
20,001-25,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>2. มีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> <li>3. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า</li> </ol>
25,001-30,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>2. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า</li> <li>3. มีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> </ol>
มากกว่า 30,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าประจำ</li> <li>2. มีการแจกของแถมเมื่อซื้อสินค้า</li> <li>3. มีการจัดรายการลดราคาสินค้า</li> </ol>

#### 5.2.4 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 83 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมือง  
ลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านการจัดจำหน่าย
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1. ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน 2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ
5,001-10,000 บาท	1. ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน 2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ
10,001-15,000 บาท	1. ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน 2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ
15,001-20,000 บาท	1. ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน 2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ
20,001-25,000 บาท	1. ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน 2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ
25,001-30,000 บาท	1. ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน 2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ
มากกว่า 30,000 บาท	1. ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน 2. เวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ

### 5.2.5 ปัจจัยด้านบุคลากร

ตารางที่ 84 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านบุคลากร
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าของร้านรู้จักลูกค้าที่ตกขายได้ถูกต้อง</li> <li>2. เจ้าของร้านมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ และมีความถูกต้องในการคิดเงิน</li> <li>3. ให้ความสนใจลูกค้าขณะมาซื้อสินค้าในร้าน</li> </ol>
5,001-10,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าของร้านมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ และมีความถูกต้องในการคิดเงิน</li> <li>2. ให้ความสนใจลูกค้าขณะมาซื้อสินค้าในร้าน</li> <li>3. ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> </ol>
10,001-15,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าของร้านมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ</li> <li>2. เจ้าของร้านรู้จักลูกค้าที่ตกขายได้ถูกต้อง</li> <li>3. ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> </ol>
15,001-20,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความถูกต้องในการคิดเงิน</li> <li>2. เจ้าของร้านมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ และความรวดเร็วในการให้บริการ</li> <li>3. เจ้าของร้านรู้จักลูกค้าที่ตกขายได้ถูกต้อง</li> </ol>
20,001-25,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าของร้านมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ</li> <li>2. มีความถูกต้องในการคิดเงิน</li> <li>3. เจ้าของร้านรู้จักลูกค้าที่ตกขายได้ถูกต้อง และให้ความสนใจลูกค้าขณะมาซื้อสินค้าในร้าน</li> </ol>
25,001-30,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีความถูกต้องในการคิดเงิน</li> <li>2. เจ้าของร้านมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ และเจ้าของร้านรู้จักลูกค้าที่ตกขายได้ถูกต้อง</li> <li>3. ความรวดเร็วในการให้บริการ</li> </ol>
มากกว่า 30,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เจ้าของร้านมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ</li> <li>2. เจ้าของร้านรู้จักลูกค้าที่ตกขายได้ถูกต้อง</li> <li>3. ให้ความสนใจลูกค้าขณะมาซื้อสินค้าในร้าน</li> </ol>

### 5.2.6 ปัจจัยด้านการแนะนำสินค้าหรือบริการ

ตารางที่ 85 แสดงข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ด้านการแนะนำสินค้าหรือบริการ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การตกแต่งหน้าร้านสวยงาม</li> <li>2. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด</li> <li>3. มีการตกแต่งภายในร้านให้สวยงาม และมีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> </ol>
5,001-10,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> <li>2. ความสะอาดของร้าน และตัวสินค้า</li> <li>3. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด</li> </ol>
10,001-15,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความสะอาดของร้าน และตัวสินค้า</li> <li>2. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> <li>3. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด และมีการตกแต่งภายนอกร้านให้สวยงาม</li> </ol>
15,001-20,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด</li> <li>2. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> <li>3. มีการตกแต่งภายในร้านให้สวยงาม และมีการตกแต่งภายนอกร้านให้สวยงาม</li> </ol>
20,001-25,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด และความสะอาดของร้าน และตัวสินค้า</li> <li>2. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> <li>3. มีการตกแต่งภายในร้านให้สวยงาม</li> </ol>
25,001-30,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> <li>2. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด และความสะอาดของร้าน และตัวสินค้า</li> <li>3. มีการตกแต่งภายในร้านให้สวยงาม</li> </ol>
มากกว่า 30,000 บาท	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความสะอาดของร้าน และตัวสินค้า</li> <li>2. การจัดวางสินค้าหลักให้เห็นเด่นชัด</li> <li>3. มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย</li> </ol>

## ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน มีจำนวน 13 คน ได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการด้านการค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน โดยเรื่องที่ได้รับการเสนอแนะมากที่สุดคือ เรื่องราคาสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่แตกต่างจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากนัก จึงเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากกว่า และเรื่องร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนมากไม่ค่อยสะอาด ทำให้ดูสภาพร้านไม่น่าเข้าเพราะสกปรกจำนวน 4 คน เท่ากัน รองลงมาคือ บางครั้งไม่มีสินค้าตามที่ต้องการ สินค้าไม่หลากหลาย จำนวน 3 คน และ สินค้าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่มีความทันสมัย รวมถึงไม่มีป้ายระบุราคา และไม่มีการจัดเรียงสินค้าตามแต่ละประเภทให้ชัดเจน จำนวน 2 คน ตามลำดับ

### อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

#### แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคจากแนวทาง 6Ws และ 1H

##### 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี สถานภาพ โสด มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนานุศิริ (2540) ที่ศึกษาเรื่องเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าระหว่างร้านสะดวกซื้อกับร้านขายของชำ ที่พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 21-25 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของปรมินทร์ ชัยสุทธานนท์ (2548) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค กรณีศึกษาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเสาวนีย์ พานิล (2551) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่น ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 15 – 22 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่

มีความแตกต่างกัน ได้แก่ เขตพื้นที่ในการเก็บแบบสอบถาม ช่วงอายุของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม รวมถึงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม จึงอาจทำให้ผลการศึกษาในเรื่องตลาดเป้าหมายแตกต่างกัน

## 2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคบริโภคในครัวเรือน ปริมาณการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2 ชิ้น และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าจำนวน 51 – 100 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนา ปุณศิริ (2540) และ เสาวนีย์ พานิล (2551) ที่พบว่า ประเภทสินค้าที่นิยมซื้อคือ ของใช้ประจำวันในครัวเรือน และมีการใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าต่อครั้งประมาณ 51-100 บาท ซึ่งใกล้เคียงกับผลการศึกษาของปรมินทร์ ชัยสุทธานนท์ (2548) ที่พบว่า ประเภทของสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ ของใช้ต่างๆ โดยซื้อสินค้าแต่ละครั้งจะจ่ายเงินต่ำกว่า 100 บาท

## 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

จากการศึกษาถึงสาเหตุในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่ซื้อเพราะใกล้บ้าน และสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ มีร้านสะดวกซื้ออยู่บริเวณใกล้เคียงมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนา ปุณศิริ (2540) ซึ่งพบว่า ร้านสะดวกซื้อและร้านขายของชำที่นิยมไปซื้อสินค้าเป็นร้านที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน

## 4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?)

สำหรับผู้ที่มีส่วนต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในครอบครัว และมักจะไปซื้อสินค้าคนเดียวบ่อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปรมินทร์ ชัยสุทธานนท์ (2548) และ เสาวนีย์ พานิล (2551) ที่พบว่า การตัดสินใจซื้อสิน้ามักจะตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตนเอง ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ เขตพื้นที่ในการเก็บแบบสอบถาม เป็นต้น

## 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อสินค้าสัปดาห์ละ 3-4 ครั้งมากที่สุด และส่วนใหญ่จะมาซื้อสินค้าในช่วงเวลา 16.01-19.00 น. มากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนา ปุณศิริ (2540) ที่พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้าสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด และมักนิยมมาซื้อสินค้าในช่วงเวลา 18.01-20.00 น. รวมถึงไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปรมินทร์ ชัยสุทธานนท์ (2548) และ เสาวนีย์ พานิล (2551) ที่พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด รวมถึงส่วนใหญ่จะมาซื้อสินค้าในช่วง 06.00-10.00 น. ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการศึกษาของรัตนา ปุณศิริได้ทำการศึกษาตั้งแต่ปี 2540 และการศึกษาของ

ปรมิินทร์ ชัยสุทธานนท์ (2548) และ เสาวนีย์ พานิด (2551) ได้ทำการศึกษาตั้งแต่ปี 2548 และ 2551 ซึ่งในปัจจุบันมีการคิดและพัฒนากลยุทธ์ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจากหลายภาคส่วน ทำให้ผู้บริโภคหันเข้ามาใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมากขึ้น (ทางรอดโซ่วต้องผนึกกำลังสู้, 2555: ออนไลน์)

#### 6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่า ในชีวิตประจำวันของผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็กมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารัตนา ปุณศิริ (2540) และ ปรมิินทร์ ชัยสุทธานนท์ (2548) ที่พบว่า ส่วนใหญ่มักจะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็กบ่อยที่สุด

#### 7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

จากการศึกษาพบว่า โอกาสในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ไปซื้อเมื่อสินค้าที่ใช้อยู่หมดจะทันหัน รู้จักร้านค้าเนื่องจากเป็นทางผ่านกลับบ้าน เพราะความใกล้บ้านทำให้เป็นเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้า โดยลักษณะการซื้อ จะซื้อรายการเล็กน้อยๆ ไม่ใช่ซื้อเป็นสินค้าหลัก มีสัดส่วนการซื้อสินค้าเฉลี่ยเมื่อเทียบกับการซื้อสินค้าทั้งหมดเท่ากับ 10 เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาเฉลี่ยในการเลือกซื้อสินค้า คือ 5-10 นาที และมีลักษณะการเดินเลือกซื้อสินค้าเอง รวมถึงวิธีการชำระเงินด้วยเงินสด หลังจากการซื้อสินค้าในร้านผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเฉยๆ และส่วนใหญ่อำมีโอกาสดังกล่าวก็จะกลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารัตนา ปุณศิริ (2540) และ ปรมิินทร์ ชัยสุทธานนท์ (2548) ที่พบว่า จะไปซื้อสินค้าเมื่อสินค้าที่ใช้อยู่หมด และจะใช้เวลาในการซื้อสินค้า 5 นาที

### แนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก

จากการศึกษาเมื่อนำค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน มาเรียงอันดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยใน 10 อันดับแรก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการปัจจัยย่อยต่างๆได้ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 86

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน ตามค่าเฉลี่ยใน 10 อันดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
1	ทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน	4.05 (มาก)	การจัดจำหน่าย
2	เจ้าของร้านมีอัธยาศัยดีในการให้บริการ	3.55 (มาก)	บุคลากร
3	เวลาเปิด-ปิดร้าน สะดวกต่อการไปซื้อ	3.52 (มาก)	การจัดจำหน่าย
4	มีความถูกต้องในการคิดเงิน	3.50 (มาก)	บุคลากร
5	เจ้าของร้านรู้จักลูกค้าที่ทักทายได้ถูกต้อง	3.48 (ปานกลาง)	บุคลากร
6	ให้ความใส่ใจลูกค้าขณะมาซื้อสินค้าในร้าน	3.36 (ปานกลาง)	บุคลากร
6	ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.36 (ปานกลาง)	บุคลากร
7	ราคาเท่ากับที่อื่น	3.24 (ปานกลาง)	ราคา
8	มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก	3.23 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์
9	ราคาถูกกว่าที่อื่น	3.21 (ปานกลาง)	ราคา
10	หีบห่อของสินค้าอยู่ในสภาพดี	3.20 (ปานกลาง)	ผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 86 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อยในด้านต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน ตามค่าเฉลี่ยใน 10 อันดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ปัจจัยหลัก
10	ราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.20 (ปานกลาง)	ราคา

จากตารางที่ 86 พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 10 อันดับแรกเป็นปัจจัยหลักในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และ ด้านบุคลากร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูนให้ความสำคัญต่อยังคงกล่าว และ จากผลการศึกษาในปัจจัยหลักด้านต่างๆพบว่า

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อยังย้อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องมีความหลากหลายของสินค้าให้เลือก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนา ปุณศิริ (2540) กับปรมิษฐ์ ชัยสุทธานนท์ (2548) และเสาวนีย์ พานิล (2551) ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อยังย้อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องมีสินค้าตรงต่อความต้องการมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายให้เลือกได้เข้ามามีบทบาทกับผู้บริโภคมากกว่าในอดีต

**ปัจจัยด้านราคา** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อยังย้อยด้านราคาในเรื่องราคาเท่ากับที่อื่นมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนา ปุณศิริ (2540) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อยังย้อยเรื่องสินค้ามีราคาถูกมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปรมิษฐ์ ชัยสุทธานนท์ (2548) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อยังย้อยเรื่องราคาสินค้ามีความเหมาะสม รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเสาวนีย์ พานิล (2551) ที่พบว่า ให้ความสำคัญในระดับมากต่อยังย้อยในเรื่องราคาสินค้าไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจุบันมีจำนวนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็กจำนวนมาก ซึ่งมีมาตรฐานราคาของสินค้าเท่ากัน จึงทำให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าของร้านต่าง ๆ ได้มากขึ้น ดังนั้นผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญของราคาที่ใกล้เคียงหรือเท่ากับที่อื่นมากกว่าเมื่อก่อน

**ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อยังย้อยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงานมากที่สุด ซึ่งสอดคล้อง

กับผลการศึกษาของปรมินทร์ ชัยสุทธานนท์ (2548) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยเรื่องทำเลที่ตั้ง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของเสาวนีย์ พานิล (2551) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่องร้านค้าอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และเป็นทางผ่าน ประจํามากที่สุด รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนา ปุณศิริ (2540) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยเรื่องร้านค้าใกล้ที่พัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในอดีต ผู้บริโภคอาจไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องสถานที่หรือทำเลที่ตั้งในการซื้อ เพราะจำนวนร้านค้ามีจำนวนน้อยกว่าในปัจจุบัน ทำให้การแข่งขันในด้านทำเลที่ตั้งจึงมีไม่มากเท่ากับปัจจุบัน

**ปัจจัยด้านบุคลากร** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรในเรื่องเจ้าของร้านมีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปรมินทร์ ชัยสุทธานนท์ (2548) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยเรื่องความเคยชิน ความคุ้นเคย กับพนักงาน รวมทั้งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรัตนา ปุณศิริ (2540) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยในเรื่องพนักงานขายพูดจาสุภาพ ไพเราะ ยิ้มแย้ม แจ่มใสมากที่สุด อาจมีสาเหตุมาจากปัจจุบันพนักงานในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีการให้บริการที่ดี เนื่องจากมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้นผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญในด้านอัธยาศัยของเจ้าของหรือพนักงานมากขึ้น

#### ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน มีข้อค้นพบดังนี้

#### พฤติกรรมผู้บริโภคจากแนวทาง 6Ws และ 1H

จากผลการศึกษาในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน พบว่า

1. ประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือ เครื่องอุปโภคในครัวเรือน
2. วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมคือ วันอาทิตย์
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในช่วงเวลา 16.01-19.00 น.
4. พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามการเลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่จะเดินเลือกซื้อสินค้าเอง

5. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็กมาก  
ที่สุด

#### ปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีก

1. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเมื่อจำแนกตามเพศและรายได้เฉลี่ยแล้วพบว่า ทั้งเพศชายและหญิง และทุกระดับรายได้จะให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยในเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงาน

2. ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญในเรื่องของ เจ้าของร้านมีอัธยาศัยที่ดีในการให้บริการ

3. ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญกับเวลาเปิด-ปิดร้าน สะดวกต่อการไปซื้อ  
มาก

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญมากในเรื่องของการมีความถูกต้อง  
ในการคิดเงิน

5. เพศชายและหญิง จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดค้าปลีกที่  
แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

##### 5.1 ด้านผลิตภัณฑ์

เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง  
มีสินค้าใหม่ให้เห็นในโฆษณา ในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญในระดับน้อย

##### 5.2 ด้านการจัดจำหน่าย

เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายใน  
เรื่องเวลาเปิด - ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อ ในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

##### 5.3 ด้านบุคลากร

เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่องเจ้าของร้านมีอัธยาศัยที่ดีในการ  
ให้บริการ ในขณะที่เพศชายให้ความสำคัญในระดับปานกลาง แต่เพศชายให้ความสำคัญใน  
ระดับมากในเรื่องเจ้าของร้านรู้จักลูกค้า ทักทายได้ถูกต้อง เรื่องให้ความสนใจลูกค้าขณะมาซื้อ  
สินค้าในร้าน และเรื่องมีความถูกต้องในการคิดเงิน ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับ  
ปานกลาง

6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสม  
การตลาดค้าปลีกด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน ได้แก่

### 6.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญในเรื่องมีความหลากหลายของสินค้าให้เลือกในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มรายได้สูงกว่า 5,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

### 6.2 ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญต่อบริการด้านการจัดจำหน่ายเรื่องเวลาเปิด – ปิด ร้านสะดวกต่อการไปซื้อในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มรายได้สูงกว่า 5,000 บาทต่อเดือนให้ความสำคัญในระดับมาก

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูนในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดของตนในการพัฒนาร้านค้าและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการเรื่องทำเลที่ตั้งของร้านค้าใกล้บ้าน/ที่พัก/ที่ทำงานมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการใหม่ที่ต้องการจะเปิดกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จึงควรให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของร้านค้าให้อยู่ใกล้กับแหล่งชุมชน

2. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการเรื่องเจ้าของร้านมีอัธยาศัยดีในการให้บริการมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเนื่องจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นที่รู้จักคุ้นเคยกันดีระหว่างลูกค้ากับเจ้าของร้านสร้างความรู้สึกเป็นกันเอง ซึ่งเป็นข้อดีของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เหนือกว่าร้านค้าปลีกแบบสมัยใหม่ที่จะมีความคุ้นเคยกันน้อย ดังนั้นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจึงต้องรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ยาวนานที่สุด และสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าใหม่ๆ ด้วยบริการที่ดี มีความสุภาพในการให้บริการแก่ลูกค้า

3. จากข้อค้นพบที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าในวันอาทิตย์ และช่วงเวลาที่มาซื้อส่วนใหญ่คือ 16.01-19.00 น. ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจึงควรจัดเตรียมสินค้าให้พร้อม ไม่ให้สินค้าขาดหมดในช่วงวันและเวลาดังกล่าว เพราะเป็นช่วงเวลาที่ผู้บริโภคนิยมมาซื้อสินค้ามากที่สุด ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วให้กับผู้บริโภคอย่างสูงสุด รวมถึงเวลาในการเปิด-ปิดของร้านค้า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมักมาซื้อสินค้าในช่วงเย็นมากกว่าช่วงเช้า ดังนั้น

ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนการเปิดและปิดร้านค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค

4. จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคต้องการความถูกต้องในการคิดเงิน ดังนั้นร้านค้าควรคิดป้ายราคาให้ผู้บริโภคเห็นได้อย่างชัดเจน และในการชำระเงินอาจใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ เช่น มีเครื่องบันทึกเงินสดอัตโนมัติ การใช้บาร์โค้ด เป็นต้น

5. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการเรื่องความหลากหลายของสินค้ามากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรพิจารณาเพิ่มจำนวนประเภทของสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น คือ เครื่องอุปโภคในครัวเรือน รองลงมาคือขนมขบเคี้ยว และอาหารให้มากขึ้น

6. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็กมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมจึงควรมีการสร้างเครือข่ายรวมตัวกันในกลุ่มจังหวัดเพื่อผนึกกำลังกันในการปรับโฉมใหม่ให้แก่ร้านค้า โดยอาจขอความช่วยเหลือกับหน่วยงานราชการ เพื่อให้ความรู้ ปรับปรุงและพัฒนาร้านค้าให้มีความทันสมัย โดยอาจดูตัวอย่างจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อที่จะดึงดูดผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมากขึ้น

7. จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำพูนมีพฤติกรรมการซื้อเครื่องอุปโภคในครัวเรือนมากที่สุด ดังนั้นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจึงควรเพิ่มสินค้าในหมวดหมู่เครื่องอุปโภคในครัวเรือนให้มากขึ้น โดยการเพิ่มความหลากหลายหรือสายของผลิตภัณฑ์ทั้งประเภทและขนาดของสินค้า เช่น ขนาดของสินค้าทั้งขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่

8. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริการเรื่องราคาเท่ากับที่อื่นมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญเรื่องของการควบคุมราคาสินค้าให้มีมาตรฐานไม่ให้สูงกว่าร้านค้านั้น

9. ผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำพูนที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยปกติจะทำงานตอนเช้าและเลิกงานในตอนเย็นประมาณเวลา 17.00 น. และบางบริษัทอาจเลิกงานเวลา 20.00 น. ดังนั้น เพื่อความสะดวกสบายของคนกลุ่มนี้ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอาจมีการเพิ่มสินค้าในหมวดหมู่ของอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ในช่วงเช้าและช่วงเย็น เช่น อาหารถุง ผลไม้สดแช่เย็น เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในลูกค้ากลุ่มลูกค้าที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ต่อเดือนที่ให้ความสำคัญในเรื่องของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีความรวดเร็วในการให้บริการและให้ความใส่ใจลูกค้าขณะมาซื้อสินค้าในร้านมาก ดังนั้นเพื่อที่จะเป็นตอบสนองความต้องการของกลุ่ม

ลูกค้ากลุ่มนี้ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของตนโดยให้ความสนใจกับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านและให้บริการที่สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในอำเภอเมืองลำพูน อาจจะต้องศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น หรืออาจมีการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ว่ามีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางใดบ้าง เพื่อเป็นการวิจัยปรับปรุงธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม และให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพิ่มขึ้น