

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 บทสรุป

จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลเป็นประเด็นได้ดังนี้คือ

1. ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ไปใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์ในสถานีบริการน้ำมัน พบว่าผู้บริโภคที่ได้รับเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นเพศชายเป็นเพศที่มาซื้อสินค้าจากคอนวีเนียนสโตร์ในสถานีบริการน้ำมันมากกว่าเพศหญิง โดยส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 26-35 ปี และผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน โดยมีรายได้มากกว่า 10,001 บาทขึ้นไป
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคกับปริมาณซื้อ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และที่อยู่ของผู้บริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเมื่อศึกษาต่อไปพบว่าอาชีพของผู้บริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
3. พฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าของคอนวีเนียนสโตร์ในสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตั้งใจมาเติมน้ำมัน และซื้อของในคอนวีเนียนสโตร์

สำหรับพฤติกรรมในด้านการซื้อของผู้บริโภคพบว่า ความถี่ของผู้บริโภคที่จะมาซื้อสินค้าจาก คอนวีเนียนสโตร์ในสถานีบริการน้ำมัน ส่วนมากจะมาประมาณเดือนละมากกว่า 7 ครั้ง ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมาคอนวีเนียนสโตร์โดยรถยนต์ส่วนตัว โดยเห็นจากสื่อป้ายโฆษณามากที่สุด และจะมาช่วงเที่ยงวันถึงหกโมงเย็นมากที่สุดที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่า ช่วงเวลานั้นเป็นช่วงที่เลิกงานแล้วและผู้บริโภคมีเวลารว่างพอที่จะไปใช้บริการก่อนที่จะเดินทางกลับที่พักโดยจะใช้เวลาประมาณครั้งละ 10 ถึง 20 นาที สำหรับการชำระเงินผู้บริโภคนิยมชำระด้วยเงินสดมากถึงร้อยละ 99 และโดยเฉลี่ยผู้บริโภคจะใช้จ่ายซื้อสินค้าครั้งละ 51-100บาทมากที่สุด

จากผลการสำรวจถึงหมวดสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุดปรากฏว่าได้แก่ เครื่องดื่มและส่วนใหญ่จะเป็นน้ำอัดลม

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของคอนวีเนียนสโตร์ในสถานีบริการน้ำมัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นควรอยู่บริเวณชานเมืองน่า จะเหมาะสมที่สุด

สำหรับความคิดเห็นในด้านราคาของสินค้าพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเท่ากับร้านค้าทั่วไปและความคิดเห็นในด้านคุณภาพของสินค้า พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าคุณภาพดีเท่ากับร้านค้าทั่วไป

จากผลการสำรวจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคว่านอกจากคอนวีเนียนสโตร์แล้วนิยมไปซื้อที่ใด เพื่อที่จะทราบว่าที่ใดคือสินค้าทดแทนของคอนวีเนียนสโตร์ ในสถานี่บริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง ปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมไปซื้อที่ โลตัส มากที่สุด รองลงมาคือที่ คาร์ฟูร์ โอของ ตามลำดับ

4. ทศนคติของผู้บริโภคที่เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ไปใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์ในสถานี่บริการมากที่สุด คือ เปิด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย และปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดคือราคาสินค้าส่วนใหญ่ถูกกว่าที่อื่น

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเพศชายกับเพศหญิงพบว่า เพศชายเห็นว่าปัจจัยต่างๆ มีความสำคัญและส่งผลต่อการไปใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์ในสถานี่บริการน้ำมันมากกว่า เพศหญิง

เมื่อพิจารณาผู้บริโภคตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเห็นว่าปัจจัยต่างๆ มีความสำคัญและส่งผลต่อการไปใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์ในสถานี่บริการน้ำมันมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรืออาชีวะและปริญญาตรี และผู้บริโภคที่เห็นว่าปัจจัยเหล่านั้นสำคัญและส่งผลน้อยต่อการไปใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์ในสถานี่บริการน้ำมันคือผู้ที่มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษา

เมื่อพิจารณาผู้บริโภคตามกลุ่มอาชีพพบว่า ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจเห็นว่าปัจจัยต่างๆ มีความสำคัญและส่งผลต่อการไปใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์ในสถานี่บริการน้ำมันมากที่สุด และที่เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวสำคัญและส่งผลน้อยคือผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 5,001 บาท ต่อเดือน

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้บริหารของคอนวีเนียนสโตร์ในสถานี่บริการน้ำมันนำไปประกอบการพิจารณาเพื่อพัฒนาและปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด มีดังต่อไปนี้คือ

1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าคอนวีเนียนสโตร์ในสถานี่บริการน้ำมันมีปริมาณสินค้าแต่ละชนิดให้เลือกน้อย ดังนั้นทางคอนวีเนียนสโตร์ควรที่จะจัดสินค้าในแต่ละชนิดให้มีหลากหลายยี่ห้อและควรจะมีสำรองไว้เพื่อนำมาเติมให้มีปริมาณมากพออยู่เสมอ ทำให้ผู้บริโภคมี

ตัวเลือกซื้อมากขึ้นนอกจากนั้น ควรจะเพิ่มสินค้าพวกอาหารสำเร็จรูปเป็น ผัก ปลา หมูเนื้อ เพราะส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะมาแวะก่อนกลับบ้านจะช่วยประหยัดเวลาผู้บริโภคไม่ต้องไปซื้อในซูเปอร์มาร์เก็ตที่อื่นได้

2. คอนวีเนียนสโตร์ในสถานบริการน้ำมันควรมีการควบคุมในด้านคุณภาพของสินค้าภายในร้านให้มีความสดใหม่ สะอาด และอยู่ในสภาพเรียบร้อย หรือสินค้าที่ใกล้หมดอายุก็ควรเปลี่ยนออกจากชั้นวางจัดสินค้าที่ใหม่สดเข้ามาแทน

3. การขยายสถานที่จำหน่ายสินค้าให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยการจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ตามความต้องการใช้เป็นหลัก สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำควรจัดวางไว้ด้านหน้า เพื่อให้ผู้บริโภคเห็นได้สะดวกและยังสามารถมองเห็นตัวสินค้าได้จากภายนอกร้าน ส่วนสินค้าที่สามารถรับประทานได้ทันทีก็ควรวางไว้บริเวณเดียวกัน การจัดสินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อยจะเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยลดความแออัดได้ประการหนึ่ง ตลอดจนมีการปรับปรุง การตกแต่งให้มีบรรยากาศที่โอเอียง ภูมิฐาน น่าเพลิดเพลินสิ่งเหล่านี้จะมีผลสำคัญที่จะจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและอยากมาชมหรือซื้อสินค้าจากคอนวีเนียนสโตร์ในสถานบริการน้ำมันเป็นประจำเสมอ

4. ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีบัตรสมนาคุณแจกแก่ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเป็นเงินจำนวนมากเช่น ตั้งแต่ 200 บาทขึ้นไป ผู้บริโภคบางรายให้เหตุผลว่า การซื้อสินค้าโดยมีบัตรสมนาคุณแจก มีความสนุกหรือความตื่นเต้นมากกว่าการซื้อสินค้าโดยไม่ได้รับอะไรแจกเลย หรืออาจจะให้บัตรสมนาคุณแก่ผู้ที่เติมน้ำมันครบ 300 บาท จะมีสิทธิแลกซื้อสินค้าในคอนวีเนียนสโตร์ ได้ หรืออาจจะมีการออกบัตรสมาชิกให้ส่วนลดราคาสินค้าภายในร้าน

5. ราคาสินค้า ที่ขายภายในคอนวีเนียนสโตร์ไม่ควรขายแพงเกินไป ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ราคาสินค้าควรจะถูกลงกว่านี้หรือถูกกว่าตามซูเปอร์มาร์เก็ตถ้าเป็นไปได้ ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ข้อเสนอแนะว่าคอนวีเนียนสโตร์ในสถานบริการน้ำมันไม่ควรตั้งราคาสินค้าให้สูงเกินไปเพื่อประโยชน์ในด้านการเก็งกำไรจนเกินสมควร ถึงแม้ว่าราคาสินค้าบางอย่างจะสูงกว่าที่อื่นหรือบางอย่างราคาจะเท่ากับที่อื่น แต่ผู้บริโภคก็ยังนิยมซื้ออยู่เนื่องจากพอใจที่จะได้รับความสะดวกสบาย ดังนั้น ทางคอนวีเนียนสโตร์ควรจะพัฒนาทางด้านบริการให้เป็นการกันเองรวมทั้งพนักงานต้อนรับควรยิ้มแย้มแจ่มใส ให้มากขึ้น

6. สำหรับผู้บริหารกิจการนั้นควรมีการประเมินผลการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา ธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่ไม่เพียงแต่จะจัดร้านค้าไว้บริการด้านเศรษฐกิจเท่านั้นยังต้องจัดร้านค้า

ไว้บริการสังคมควบคู่ไปด้วย เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการจัดการธุรกิจและการให้บริการแก่ผู้บริโภคด้วย นอกจากนี้ควรหมั่นตรวจสอบสภาพธุรกิจและเป้าหมาย สถานะทางการเงินการกำหนดราคาสินค้าอยู่เสมอ เพื่อที่จะได้ทราบปัญหา และสถานการณ์ต่างๆ ได้ทันทั่วถึง

7. ข้อเสนอแนะประการสุดท้ายที่ผู้เขียนใคร่เสนอมีดังนี้คือ คอนวีเนียนสโตร์ในสถานบริการน้ำมันควรมีกช่องรับความคิดเห็น (Suggestion Box) จากลูกค้า เพื่อเป็นสื่อกลางรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภค ผู้บริโภคใดที่มีข้อเสนอแนะที่ดีเป็นประโยชน์ต่อกอนวีเนียนสโตร์และประชาชนโดยส่วนรวม คอนวีเนียนสโตร์ก็อาจจัดให้มีรางวัลสมนาคุณตามสมควร การที่คอนวีเนียนสโตร์จัดให้มีช่องรับฟังความคิดเห็นนี้ นอกจากจะสะท้อน (Feed Back) ให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่แล้วยังเป็นวิธีที่เปิดโอกาสให้คอนวีเนียนสโตร์ในสถานบริการน้ำมัน กับผู้บริโภคมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างใกล้ชิด อันจะเป็นหนทางช่วยส่งเสริมให้คอนวีเนียนสโตร์กับผู้บริโภคมีความเข้าใจอันดีต่อกันและเกิดประโยชน์ร่วมกัน โดยที่คอนวีเนียนสโตร์ก็พยายามไม่เอาไรต์เอาเปรียบผู้บริโภค เช่น โดยการจัดสรรคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพดี ราคายุติธรรมมาขายแก่ผู้บริโภค และในขณะเดียวกัน ผู้บริโภคก็ตอบแทนความปรารถนาดีของคอนวีเนียนสโตร์ด้วยการซื้อสินค้าจากคอนวีเนียนสโตร์โดยสม่ำเสมอ