

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการวิจัยเรื่อง ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัย
2. สมมติฐานการวิจัย
3. วิธีดำเนินการวิจัย
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สรุปผลการวิจัย
6. อภิปรายผล
7. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนตามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

สมมติฐานการวิจัย

ผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้บริโภค และระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียน

2. ประชากร

ประชากร คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งมีทั้งสิ้นจำนวน 142,946 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551 : 6)

3. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากตารางสำเร็จรูปการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane อ้างถึงใน ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2549 : 49)

4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภค ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดในการวิจัย จำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียน จำนวน 35 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียน จำนวน 7 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปผลออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)
2. แบบสอบถามตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าเครื่องเขียน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. ทดสอบสมมติฐาน ผู้บริโภคในจังหวัดหนองคาย ที่มีคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลแตกต่างกันให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าเครื่องเขียนแตกต่างกัน โดยคุณลักษณะด้านเพศ ใช้สถิติ t -test ในส่วนของคุณลักษณะด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้สถิติ One - way ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)
4. แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเครื่องเขียน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open - End) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปผลออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 มีอายุระหว่าง 35 - 44 ปี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 มีการศึกษาอยู่ในระดับ

อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียน พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.27$) ผลการพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1. กระบวนการให้บริการ ($\bar{x}=3.52$) 2. ราคา ($\bar{x}=3.33$) 3. บุคลากร ($\bar{x}=3.28$) 4. การส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}=3.23$) 5. ลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x}=3.22$) 6. ผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=3.19$) 7. ช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x}=3.14$)

3 ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้บริโภคในจังหวัดหนองคายที่มีคุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนแตกต่างกัน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

3.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนไม่แตกต่างกัน

3.2 จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่มีอายุแตกต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนไม่แตกต่างกัน

3.3 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคายที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนไม่แตกต่างกัน

3.4 จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคายที่มีอาชีพแตกต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนไม่แตกต่างกัน

3.5 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคายที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนไม่แตกต่างกัน

4 ผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเครื่องเขียนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดหนองคาย เพื่อให้ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเครื่องเขียนได้ทราบถึงความต้องการในแต่ละด้านของผู้บริโภค เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ด้านต่างๆ ปรากฏผลดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้มีการเพิ่มรูปแบบของสินค้าให้มีทางเลือกมากกว่านี้ ควรมีสินค้าหลากหลายประเภทนอกเหนือจากสินค้าประเภทเครื่องเขียนและควรมีสินค้าหลายขนาดมากกว่านี้
- 4.2 ข้อเสนอแนะด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ควรมีสินค้าหลายระดับราคา สินค้าในร้านสามารถต่อรองราคาได้
- 4.3 ข้อเสนอแนะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ควรมีการเพิ่มสาขาให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ร้านค้าควรอยู่ใกล้บริเวณชุมชนมากที่สุด
- 4.4 ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า เทศกาลต่างๆ ควรมีการแจกของขวัญเล็กๆน้อยๆ
- 4.5 ข้อเสนอแนะด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ควรมีการตรวจสอบจำนวนพนักงานว่าเพียงพอต่อการให้บริการหรือไม่ ไม่ควรให้ลูกค้าต้องคอยนานๆ และควรมีพนักงานต้อนรับไว้คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า
- 4.6 ข้อเสนอแนะด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อมของร้านค้าให้ สวยงาม สดชื่น ควรมีสถานที่จอดรถกว้างขวาง
- 4.7 ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า พนักงานควรให้บริการลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน พนักงานไม่ควรขึ้นเฝ้าลูกค้ามากเกินไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย มีประเด็นที่ค้นพบซึ่ง

น่าสนใจอันจะเป็นข้อมูลนำไปสู่แนวทางในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงระบบการซื้อ-ขายสินค้าเครื่องเขียนให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้อภิปรายผลดังนี้

สมมติฐานการวิจัย ผู้บริโภคในจังหวัดหนองคาย ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนแตกต่างกัน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน ในการศึกษารั้งนี้ ในการทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติ t-test (Independent Sample Test) พบว่า ผู้บริโภคที่มี เพศ ต่างกันให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากทั้งเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเครื่องเขียนคล้ายคลึงกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องจากในชีวิตประจำวันไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิงก็มีความจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์เครื่องเขียนเหมือนกัน ผลการทดสอบสมมติฐานที่ได้รับสอดคล้องกับงานวิจัยของ สวารต ยัมเจริญ (2552 : 131 - 136) เรื่องส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง ซึ่งเสนอไว้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อมูลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ความแปรปรวน โดยภาพรวมและรายด้าน 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ โดยใช้สถิติ One - Way ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย วิธี LSD พบว่า

ผู้บริโภคที่มี อายุ ต่างกันให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากว่าผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนเหมือนกันและมีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านเหมือนกัน ผลการทดสอบสมมติฐานที่ได้รับไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สวารต ยัมเจริญ (2552 : 131 - 136) เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเสนอไว้ว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน

ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษา แตกต่างกันให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เช่นกัน เนื่องจากว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านเหมือนกัน ผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิญา โชติพินิจ (2545 : 55 - 59) ทำการศึกษาเรื่อง ลักษณะร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเรียนที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย โดยเสนอไว้ว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีความต้องการลักษณะร้านค้าจำหน่ายอุปกรณ์การเรียนโดยภาพรวมด้านสถานที่ ทำเลที่ตั้งและด้านการส่งเสริมการตลาดสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา/ มัธยมศึกษาตอนต้น

ผู้บริโภคที่มี อาชีพ แตกต่างกันให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เช่นกัน เนื่องจากว่า ผู้บริโภคในจังหวัดหนองคายที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนที่คล้ายคลึงกันเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สวารส ยิมเจริญ (2552 : 131 - 136) เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเสนอไว้ว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อแตกต่างกัน

ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องเขียนโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เช่นกัน เนื่องจากว่า ผู้บริโภคในจังหวัดหนองคาย มีความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแต่ละด้านเหมือนกัน ผลการวิจัยที่ได้รับสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิญา โชติพินิจ (2545 : 55 - 59) ทำการศึกษาเรื่อง ลักษณะร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเรียนที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด

หนองคาย เสนอไว้ว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความต้องการลักษณะร้านจำหน่ายอุปกรณ์การเรียนโดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบธุรกิจ

ผู้ที่ประกอบธุรกิจอยู่แล้วหรือผู้ที่กำลังคิดจะริเริ่มธุรกิจประเภทเครื่องเขียนสามารถนำข้อเสนอแนะต่างๆ ไปใช้ได้ ดังนี้ คือ ควรเพิ่มรูปแบบของสินค้าให้มีทางเลือกมากขึ้น มีสินค้าหลากหลายประเภทนอกเหนือจากสินค้าประเภทเครื่องเขียน จำหน่ายสินค้าหลายระดับราคา สินค้าในร้านสามารถต่อรองราคาได้ เพิ่มสาขาให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ที่ตั้งร้านค้าควรอยู่ใกล้บริเวณชุมชนเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า เทศกาลต่างๆ ควรมีการแจกของขวัญเล็กๆ น้อยๆ ตรวจสอบจำนวนพนักงานว่าเพียงพอต่อการให้บริการหรือไม่ไม่ควรให้ลูกค้าต้องคอยนานๆ พนักงานสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าได้ ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อมของร้านค้าให้ สวยงาม สดชื่น มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง พนักงานควรให้บริการลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน พนักงานไม่ควรยื่นฝืนลูกค้ามากเกินไป ข้อเสนอแนะเหล่านี้สามารถใช้เป็นแนวทางว่าผู้ประกอบการสินค้าเครื่องเขียนควรจะมีการจัดการส่วนประสมทางการตลาดรูปแบบต่างๆ ที่จะส่งผลให้ยอดปริมาณการจำหน่ายสินค้าเครื่องเขียนเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

จากผลการศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปว่า ควรมีการศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

2.1 ควรทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายสินค้าเครื่องเขียน

2.2 ควรทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้า

เครื่องเขียน