

## ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

### Factors Influencing on Demand for Buy Products from Traditional Retailer in Cha-Uat District, Nakhon Sri Thammarat.

ศิรินาถ พรหมรัตน์

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช ใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 15,001-20,000 บาท
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03
3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า
  - 3.1 สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
  - 3.2 รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
  - 3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### ความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจค้าปลีกหรือการค้าปลีกเป็นธุรกิจพื้นฐานดั้งเดิมของคนไทยที่มีมาช้านานตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยเป็นราชธานีธุรกิจค้าปลีกจะเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อโดยตรงเพราะจะซื้อสินค้าหรือใช้บริการโดยตรงไม่ได้นำไปผลิตขายหรือจำหน่ายต่อองค์ประกอบของการค้าปลีกมีดังนี้ 1. เป็นกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือการให้บริการ 2. สินค้าหรือการบริการและ 3. ผู้บริโภคคนสุดท้ายซึ่งเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าเพื่อการใช้ส่วนตัวหรือใช้ในครอบครัว ไม่ใช่การใช้เพื่อธุรกิจลักษณะของธุรกิจค้าปลีกจะมีความหลากหลายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของกิจการวิธีการจัดตั้งเงินลงทุนและการบริหารจัดการหรืออาจแบ่งตามสินค้าหรือสายผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายแบ่งตามนโยบายด้านราคาสินค้าแบ่งตามลักษณะดำเนินการและแบ่งตามการควบคุมกิจการหรือการเป็นเจ้าของธุรกิจค้าปลีกที่มีขนาดเล็กได้แก่ หาบเร่แผงลอยหรือร้านขายของชำที่เรียกว่าโชห่วย ความหมายของคนจีนหมายถึงร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไปหรือร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ดจนถึงขนาดใหญ่ได้แก่ห้างสรรพสินค้าศูนย์การค้าหรือธุรกิจข้ามชาติที่เข้ามาลงทุนรูปแบบต่างกันไม่ว่าจะเป็นดิสเคาท์สโตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านคอนวีเนียนสโตร์ที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง ธุรกิจค้าปลีกจะเป็นสถาบันทางการตลาดที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคขณะเดียวกันก็เป็นหน่วยข้อมูลทางการตลาดให้ผู้บริโภคด้วยเช่นกัน (ธุรกิจค้าปลีก , 2561)

ธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็กหรือที่เรียกว่าโชห่วยเป็นธุรกิจค้าปลีกประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยมานานเพราะเป็นแหล่งการจ้างงานและเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศไทยโดยมูลค่าของธุรกิจ

ค่าปลีกค้าส่งประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 3.1 ล้านล้านบาทซึ่งแต่ละปีเติบโตสูง 15-20% ต่อเนื่องทุกปีในอนาคตจะขยับสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น (Kantar Worldpanel (Thailand), 2561)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นพบว่า “ ไร่ ” ยังเป็นเบอร์หนึ่งในตลาดค้าปลีกแต่ปัจจุบันนักลงทุนข้ามชาติหลังไหลเข้ามาประกอบธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยอันเนื่องมาจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้เปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาขอรับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการค้าปลีกและการเปิดทางให้ต่างชาติเข้ามาประกอบธุรกิจในไทยทำให้เกิดผลกระทบต่อการค้าปลีกประเภทไร่ห่วยอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคไร่ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อทราบถึงความต้องการและความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อไร่ห่วยในด้านต่างๆซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นและทำให้ทราบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อไร่ห่วยในแต่ละด้านเป็นอย่างไรบ้างตลอดจนนำมาพัฒนาปรับปรุงไร่ห่วยให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างแข็งแกร่งและได้เปรียบนักลงทุนข้ามชาติ

### วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านไร่ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านไร่ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช

### สมมติฐาน

1. ปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านไร่ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านไร่ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านไร่ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชกำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือลูกค้าที่มาซื้อสินค้าจากร้านไร่ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช

#### 2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยใช้ช่วงระยะเวลาในการศึกษาคือตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2561 ถึง มกราคม 2562

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดหมายถึงเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ราคาช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการตลาดบุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) และกระบวนการ (Process)

การค้าปลีกหมายถึงสถาบันทางการตลาดที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยช่วยกระจายสินค้าจากผู้ผลิตพ่อค้าส่งไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer) การค้าปลีกจึงปฏิบัติในรูปแบบต่างๆตั้งแต่คนเดินเท้าหาบเร่แผงลอยร้านค้า

ขนาดเล็กร้านค้าขนาดใหญ่ที่มียอดขายเป็นล้านบาทต่อวันขณะเดียวกันสถาบันการค้าปลีกเหล่านี้ก็มีสินค้ามูลค่าราคาต่าง ๆ กันไว้จำหน่ายตั้งแต่ราคาต่ำถึงราคาแพงคุณภาพของสินค้าก็แตกต่างกันไป

ร้านโชห่วยหมายถึงเป็นร้านที่ขายเครื่องอุปโภคบริโภคโดยการมีหลักแหล่งที่แน่นอนเช่นตึกแถว, เปีงถาวรหรือการนำบางส่วนที่อยู่อาศัยมาใช้เป็นพื้นที่ขายและเจ้าของจะเป็นผู้ดำเนินการเองซึ่งมักจะเป็นที่อยู่อาศัยไปด้วยโดยทั่วไปร้านชำเล็ก ๆ จะทำธุรกิจในพื้นที่ที่คนน้อยส่วนร้านโชห่วยจะมีความเหมาะสมกับชุมชนที่มีความหนาแน่นปานกลางหรือชุมชนที่สามารถรองรับจำนวนประชากรได้ประมาณ 250ครัวเรือน (Convenience Store) และรองรับชุมชนประมาณ 1000-1500ครัวเรือน

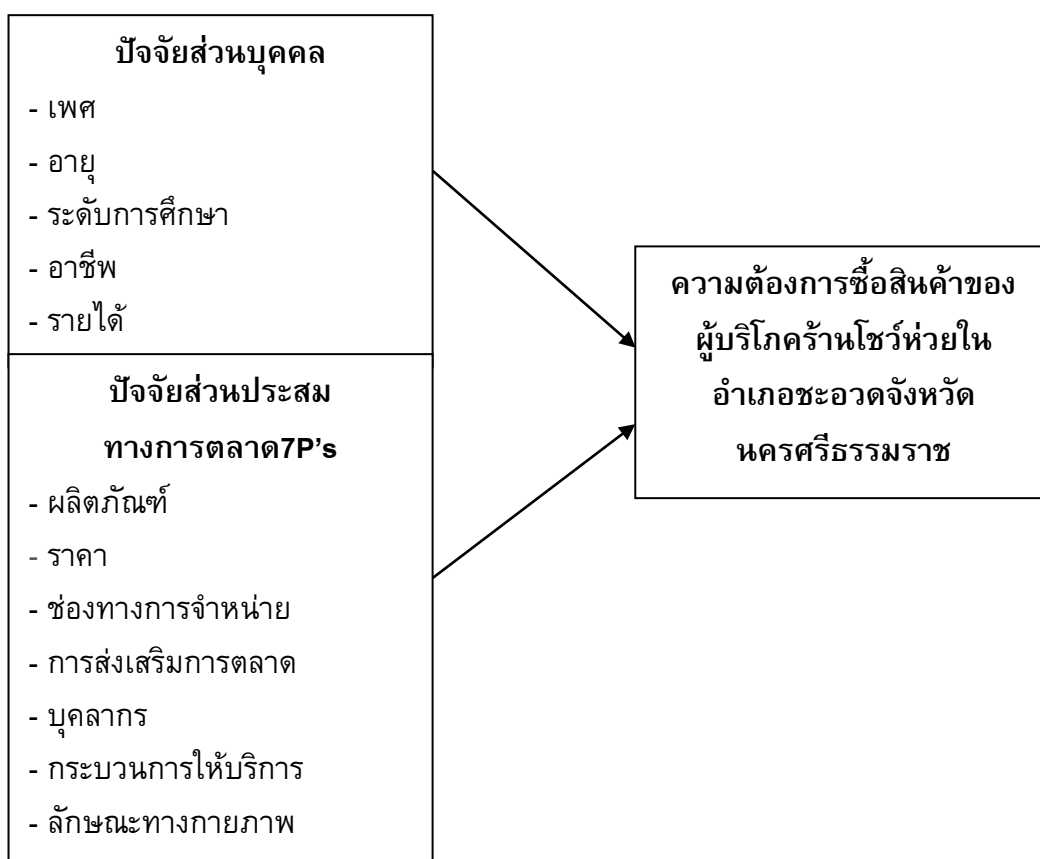
ความต้องการซื้อหมายถึงเป็นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองสิ่งเร้าสภาวะจิตใจและความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคโดยผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้แก่การเลือกผลิตภัณฑ์การเลือกตราสินค้าการเลือกผู้ขายการเลือกเวลาในการซื้อการเลือกปริมาณในการซื้อ

### ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. สามารถนำผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชไปประยุกต์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกิจการร้านโชห่วยต่อไป

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### ตัวแปรต้น ตัวแปรตาม



## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ
- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชว์ห่วย

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ได้แก่ 1) สถิติพรรณนา 2) สถิติเชิงอนุมาน

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบข้อมูลข้อมูลทั่วไป และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐานการวิจัยเพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

## สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 

**เพศ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.5 มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.5

**อายุ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 31-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุด อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.2

**สถานภาพ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมาสมรส คิดเป็นร้อยละ 17.0 และน้อยที่สุด หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 2.8

**อาชีพ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 22.8 และน้อยที่สุด นักเรียน/นักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 3.0

**รายได้ต่อเดือน** พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.5 และน้อยที่สุด รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.0
2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's
 

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชว์ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันยกเว้นด้านบุคลากรและด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดและมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อโดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญด้านบุคลากรมาเป็นอันดับสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 โดยมีรายละเอียดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชว์ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชในแต่ละด้านดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์**อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.30 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกันยกเว้นมีสินค้าให้เลือกซื้อหลายระดับราคาและจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่เลือกสินค้าได้ง่ายให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากและมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อโดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับการจำหน่ายสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากรัฐบาลมาเป็นอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 รองลงมาจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมีสินค้าให้เลือกซื้อหลายระดับราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

**ด้านราคา**อยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกันยกเว้นมีการจำหน่ายสินค้าในราคาที่แสดงตามป้ายบอกราคาสามารถต่อรองราคาได้และราคามีความหลากหลายตามคุณภาพสินค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดและมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อโดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับสามารถต่อรองราคาได้มาเป็นอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมาได้มีการจำหน่ายสินค้าในราคาที่แสดงตามป้ายบอกราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมีการจำหน่ายสินค้าเป็นเงินเชื่อให้แก่ลูกค้าที่มีความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย**อยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันและมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อโดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานของทานมาเป็นอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาสะดวกรวดเร็วในการเดินทางสามารถไปได้ง่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมีการแสดงราคาไว้ที่จุดจำหน่ายชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

**ด้านการส่งเสริมการตลาด**อยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันและมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อโดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเช่นลดแลกแจกแถมที่น่าสนใจมาเป็นอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 รองลงมาได้มีการลดราคาสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดสามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

**ด้านบุคลากร**อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.29 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกันยกเว้นผู้ชายมีการยิ้มแย้มแจ่มใสและมีธำขัณฑ์ดีและผู้ชายมีความกระตือรือร้นให้บริการได้รวดเร็วทันใจให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากและมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อโดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับผู้ชายให้บริการแบบคุ่นเคยและเป็นกันเองมาเป็นอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาผู้ชายมีความสุภาพพูดจาไพเราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดผู้ชายมีความกระตือรือร้นให้บริการได้รวดเร็วทันใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

**ด้านกระบวนการให้บริการ**อยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันและมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อโดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับการบริการที่รวดเร็วมาเป็นอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาความสะดวกรวดเร็วในการชำระสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมีการให้บริการอย่างดีเช่นการช่วยหยิบส่งสินค้าให้กับลูกค้าโดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องลงจากรถมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

**ด้านลักษณะทางกายภาพ**อยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันและมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อโดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับร้านค้ามีความสะอาดสวยงามมาเป็นอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมาร้านค้ามีบรรยากาศที่ดีมีแสงสว่างและกว้างขวางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมีการจัดเรียงสินค้าไว้เป็นหมวดหมู่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

### 3. ผลการวิเคราะห์ความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วย

ความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยอยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเป็นการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกันยกเว้นหากร้านโชห่วยที่ท่านใช้บริการในการซื้อสินค้าอยู่มีการขึ้นราคาที่สูงขึ้นกว่าร้านอื่นท่านก็ยังคงใช้บริการร้านเดิมอยู่และหากมีคำแนะนำให้ท่านไปใช้บริการร้านค้านั้นท่านก็ยังคงเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดและมีความแตกต่างที่ค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อโดยกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับหากมีคำแนะนำให้ท่านไปใช้บริการร้านค้านั้นท่านก็ยังคงเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยมาเป็นอันดับสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาหากร้านโชห่วยที่ท่านใช้บริการในการซื้อสินค้าอยู่มีการขึ้นราคาที่สูงขึ้นกว่าร้านอื่นท่านก็ยังคงใช้บริการร้านเดิมอยู่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดก่อนซื้อสินค้าในร้านโชห่วยท่านได้ศึกษาข้อมูลหรือเปรียบเทียบข้อมูลกับร้านอื่นๆก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

#### 4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.1.1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชไม่ต่างกัน

4.1.2 อายุที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชไม่ต่างกัน

4.1.3 สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

4.1.4 อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชไม่ต่างกัน

4.1.5 รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช

4.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

4.2.2 ปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

4.2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

4.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

4.2.5 ปัจจัยด้านบุคลากรที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

4.2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

4.2.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกัน

## การอภิปรายผล

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสดมีอาชีพราชการ /พนักงานรัฐวิสาหกิจและมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาทสอดคล้องกับงานวิจัยของเชาวลิตบุครอง (2557) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (โชว์ห่วย) ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชาจังหวัดชลบุรีมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภคร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตเทศบาลเมืองศรีราชาจังหวัดชลบุรี (โชว์ห่วย) ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-40ปีมีระดับการศึกษาปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัทและมีรายได้10,001-15,000บาทต่อเดือน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชว์ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03สอดคล้องกับงานวิจัยของนักไตรเจตน์ (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชว์ห่วย) กรณีศึกษาในตลาดไทพุมธานีผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ผลิตภัณฑ์ราคา กระบวนการส่งเสริมการตลาดบุคลากรสถานที่และกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก

### 3. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

3.1 สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชว์ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของเชาวลิตบุครอง (2557) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (โชว์ห่วย) ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชาจังหวัดชลบุรีพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (โชว์ห่วย) ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชาจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชว์ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของปฏิกรทิพย์เลอเลิศ (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัยพบว่าปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมแตกต่างกันโดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) 10,000-20,000บาทมีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสูงสุด

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชว์ห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของเชาวลิตบุครอง (2557) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (โชว์ห่วย) ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชาจังหวัดชลบุรีผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (โชว์ห่วย) ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชาจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 **ด้านผลิตภัณฑ์** อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.30 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือมีสินค้าให้เลือกซื้อหลายระดับราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นเพราะเรื่องราคาเป็นเรื่องละเอียดที่ลูกค้าให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ

1.2 **ด้านราคา** อยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือมีการจำหน่ายสินค้าเป็นเงินเชื่อให้แก่ลูกค้าที่มีความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นอีกทั้งเป็นการกระตุ้นยอดขายได้เป็นอย่างดี

1.3 **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** อยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือมีการแสดงราคาไว้ที่จุดจำหน่ายชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นทำให้ลูกค้าสามารถคำนวณงบประมาณของตนเองได้อย่างเพียงพอ

1.4 **ด้านการส่งเสริมการตลาด** อยู่ในระดับความสำคัญมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือสามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นเป็นการรักษาลูกค้าหรือสร้างความจงรักภักดีต่อร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช

1.5 **ด้านบุคลากร** อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.29 และเมื่อหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือผู้ชายมีความกระตือรือร้นให้บริการได้รวดเร็วทันใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นกรณีศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชหากผู้สนใจมีความต้องการผลการศึกษาในเรื่องอื่น ๆ ที่มีความครอบคลุมมากขึ้นเช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นต้น

2.2 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราชเพิ่มเติมเช่นคุณภาพการบริการความพึงพอใจในการใช้บริการเป็นต้นเพื่อให้ทราบข้อมูลสมบูรณ์มากขึ้นที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพของร้านโชห่วยในอำเภอชะอวดจังหวัดนครศรีธรรมราช

## บรรณานุกรม

- เขาวลิต บุญครอง. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (โชห่วย) ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชาจังหวัด ชลบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาดิน. มหาวิทยาลัยธนบุรี.
- นภัทร ไตรเจตน์. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบ ดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กรณีศึกษา ในตลาดไท ปทุมธานี*. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาดิน . มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปฏิกร ทิพย์เลอเลิศ. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้า อิสระบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยมหาดิน . มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประพนธ์ เล็กสุมา. (2555). *รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียนของ ผู้ประกอบการรายย่อยในเขตอำเภอเมืองนครปฐม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาดิน. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริณา ชูสอนสาย. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก แบบดั้งเดิม (โชห่วย) ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพฯได้*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาดิน. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.



ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.