

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 5) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำนวน 250 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ ค่าที และค่าเอฟ มีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา/มัธยมศึกษา/ปวช. ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท
2. พฤติกรรมของลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ส่วนใหญ่ลูกค้ามีประเภทสินค้าที่ซื้อ คือ สินค้าบริโภค มาใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง/เดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท เหตุผลที่มาซื้อสินค้าเพราะว่าราคาถูกกว่าที่อื่น และส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 15.01-19.00 น.
3. ระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนทองรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และ

ด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

4. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัท ก่อนทรงรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

4.1 ลูกค้าบริษัทก่อนทรงรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ที่มีเพศต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงานแตกต่างกัน

4.2 ลูกค้าบริษัทก่อนทรงรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ที่มีอายุต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน

4.3 ลูกค้าบริษัทก่อนทรงรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน

4.4 ลูกค้าบริษัทก่อนทรงรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

4.5 ลูกค้าบริษัทก่อนทรงรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ที่มีอาชีพต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ในด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน

4.6 ลูกค้าบริษัทก่อนทรงรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนทรงรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า

5.1 ลูกค้าบริษัทก่อนทรงรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สโตร์ที่ซื้อสินค้าส่วนใหญ่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน

5.2 ลูกค้านับบริษัทก่อนทอรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สวีตอร์ที่มีความถี่ในการมาซื้อสินค้าต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน

5.3 ลูกค้านับบริษัทก่อนทอรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สวีตอร์ที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้งต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน

5.4 ลูกค้านับบริษัทก่อนทอรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สวีตอร์ที่มีเหตุผลที่มาซื้อสินค้าต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน

5.5 ลูกค้านับบริษัทก่อนทอรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สวีตอร์ที่มีช่วงเวลาในการมาซื้อสินค้าต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน

## อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนทอรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สวีตอร์ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนทอรุ่งเรืองดีพาร์ทเมนท์สวีตอร์ พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าบริโภค เพราะเป็นสินค้าที่ลูกค้าต้องใช้ทุกวัน มาใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง/เดือน อาจเนื่องมาจากบริเวณที่ซื้อสินค้ามีความสะดวกและง่ายต่อการเดินทาง ส่วนใหญ่ใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาท เพราะลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณที่ไม่มากเนื่องจากสถานะเศรษฐกิจที่ไม่ดี และในการซื้อสินค้า เหตุผลที่มาซื้อสินค้าเพราะว่าราคาถูกกว่าที่อื่น และส่วนใหญ่มาใช้บริการในช่วงเวลา 15.01-19.00 น. เนื่องจากเป็นเวลาหลังเลิกงานซึ่งสะดวกต่อการมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เลอพงษ์ คงเจริญ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลูกค้ามาใช้บริการร้านค้าปลีกสัปดาห์ละ 1-3 ครั้ง เพราะใกล้สถานที่ที่ต้องการจะซื้อ และมาใช้บริการในช่วงเวลา หลังเลิกงานเพราะสะดวกต่อการมาใช้บริการ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนတွင်เรื่องดีพาร์ทเมนท์สตรี

2.1 จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนတွင်เรื่องดีพาร์ทเมนท์สตรี ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าและมีคุณภาพ อีกทั้งสินค้ามีหลายประเภทและหลายยี่ห้อให้เลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ พงศา นวมครุฑ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของผู้บริโภค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ การมีสินค้าตรงตามความต้องการ การมีสินค้าจำหน่ายหลายประเภท หลายยี่ห้อ สินค้ามีคุณภาพ ใหม่ สดและสะอาด และมีสินค้าจำหน่ายหลายขนาด

2.2 จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนတွင်เรื่องดีพาร์ทเมนท์สตรี ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะสินค้ามีราคาเหมาะสมและถูกกว่าที่อื่น มีหลายระดับราคาให้เลือก รวมถึงมีป้ายบอกราคาราคาสินค้าที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ พงศา นวมครุฑ (2544 : บทคัดย่อ) ซึ่งให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ได้แก่ การมีป้ายราคาสินค้าที่สังเกตเห็นได้ชัด การมีสินคาราคาถูกกว่าร้านค้านอื่น ๆ การลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาส การจำหน่ายสินค้าแบบยกแพ็ค ซึ่งมีราคาต่อหน่วยถูกกว่าปกติและการมีสินคาราคาพิเศษลับเปลี่ยนมาจำหน่าย

2.3 จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนတွင်เรื่องดีพาร์ทเมนท์สตรี ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะสถานที่อยู่ใกล้บ้านและที่ทำงาน หรืออยู่ระหว่างทางกลับบ้าน รวมถึงจัดวางสินค้ามีระเบียบจัดเป็นหมวดหมู่ ซึ่งสอดคล้องกับ พงศา นวมครุฑ (2544 : บทคัดย่อ) ซึ่งให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากเพราะมีรถเข็นและตะกร้าไว้ให้บริการการจัดร้านสะอาด การไม่มีกลิ่นเหม็นและสิ่งสกปรก การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก การเป็นร้านที่มีขนาดใหญ่มีพื้นที่ภายในร้านกว้าง การมีป้ายแสดงตำแหน่งวางสินค้าชัดเจน สถานที่ตั้งเดินสะดวก การวางผังภายในร้านให้มีทางเดินกว้าง การสัญจรภายในร้านสะดวก การมีที่จอดรถในที่ร่ม เพียงพอ ปลอดภัยและไม่เสียค่าบริการ

2.4 จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนတွင်เรื่องดีพาร์ทเมนท์สตรี ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะในเรื่องของบริการส่งถึงบ้าน การแจก แคม แลก ของรางวัลต่างๆ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การลดราคาสินค้าอย่างสม่ำเสมอ และพนักงานขายให้คำแนะนำตลอดเวลา ซึ่งไม่สอดคล้องกับ

พงศา นวมครุฑ (2544 : บทคัดย่อ) เนื่องจากให้ความสำคัญ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การแจกแผ่นพับรายการสินค้าราคาพิเศษ การโฆษณาทางสื่อต่างๆ และการจัดแสดงสินค้า ณ จุดจำหน่าย

2.5 จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนท่องเที่ยวเรื่อง ดีพาร์ทเมนต์สตรี ด้านกระบวนการทำให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะในเรื่องของบริการหลังการขาย การผ่อนชำระ และเชิญชวนลูกค้าร่วมชมสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ สุพรรณ รัตนารักษ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

2.6 จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนท่องเที่ยวเรื่อง ดีพาร์ทเมนต์สตรี ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่จัดจำหน่าย การตกแต่งร้านค้าสถานที่จัดจำหน่าย อุปกรณ์เครื่องมือการให้บริการจัดจำหน่าย และป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ เกี่ยวกับสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ เสกสรร วิเวก (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าร้านยงสงวนและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้า คือ ทำเลที่ตั้ง สถานที่สะดวกในการเดินทาง การตกแต่งร้านสะอาด สวยงาม หาสินค้าง่าย

2.7 จากการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนท่องเที่ยวเรื่อง ดีพาร์ทเมนต์สตรี ด้านพนักงานมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะพนักงานมีอัธยาศัยดี รู้และเข้าใจในตัวสินค้า สามารถตอบข้อซักถามได้ชัดเจน มีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย และสามารถใช้ภาษาในการสื่อสารได้ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับ เสกสรร วิเวก (2545 : บทคัดย่อ) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้า คือ การต้อนรับของพนักงาน มีความสุภาพอ่อนน้อม

### 3. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.1 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนท่องเที่ยวเรื่อง ดีพาร์ทเมนต์สตรี อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม

การตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงานแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเกื้อ ไชยสุริยา (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระดับรายได้ และระดับการศึกษา ของผู้บริโภคมีผลทำให้ พฤติกรรมในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันแตกต่างกัน

3.2 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัทก่อนของรุ่งเรือง ดิพาร์ทเมนท์สตรี อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า พบว่า ประเภทสินค้าที่ซื้อ ความถี่ในการมาซื้อสินค้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าต่อครั้ง เหตุผลที่มาซื้อสินค้า และช่วงเวลาในการมาซื้อสินค้าต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านพนักงาน แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ รัตนา ปุญศิริ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้า ระหว่างร้านสะดวกซื้อกับร้านขายของชำ พบว่าพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านสะดวกซื้อกับร้านขายของชำในเรื่องความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ราวดี จันป๋ม (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภค พบว่าปัจจัยเรื่องบริเวณที่ซื้อสินค้าเป็นประจำ ร้านค้าที่อยู่ใกล้บ้าน และที่ทำงานที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภค

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริหารควรจัดให้มีสินค้าแปลกใหม่และทันสมัยเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการซื้อจากลูกค้า และตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

1.2 ด้านราคา บริษัทควรมีสินค้าราคาพิเศษในแต่ละช่วงเวลา และกำหนดราคาของสินค้า ไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้งมากเกินไป

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทควรมีการจัดรูปแบบ และตกแต่งร้าน ให้สวยงาม สะอาดและทันสมัย รวมถึงจัดสถานที่จอดรถเพื่อความสะดวกของลูกค้าในการมาซื้อสินค้า

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด บริษัทควรเพิ่มการให้บริการส่งสินค้าถึงบ้าน เพื่อความสะดวกของลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้า แต่ไม่สะดวกที่มาซื้อด้วยตัวเอง นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากแก่ลูกค้า รวมถึงมีการลดราคาสินค้าและมีการแจก แคม แลก ของรางวัลต่าง ๆ

1.5 ด้านกระบวนการให้บริการ บริษัทควรนำวิธีชำระค่าสินค้าโดยให้ลูกค้าสามารถผ่อนชำระสินค้าได้ นอกจากนี้ ควรมีบริการหลังการขาย รวมถึงมีการเชิญชวนลูกค้าเข้าร่วมชมสินค้าในกรณีที่สินค้าใหม่เข้ามาใหม่ด้วย

1.6 ด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อม บริษัทควรมีการตกแต่งร้านค้าสถานที่จัดจำหน่าย และอุปกรณ์และเครื่องมือในการให้บริการแก่ลูกค้า

1.7 ด้านพนักงาน บริษัทควรจัดอบรมพนักงานของบริษัทฯ ให้มีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า เพื่อสามารถอธิบายรายละเอียดข้อดีและข้อจำกัดของสินค้าได้ในกรณีที่มีการสอบถามจากลูกค้า รวมถึงการใช้ภาษาในการสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม

## 2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาถึงความพึงพอใจของของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการร้านค้าปลีก และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนในการบริหารจัดการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า

2.2 ควรมีการวิจัยในลักษณะเชิงคุณภาพเพื่อให้ทราบข้อมูลที่มีความละเอียดและลุ่มลึก มีคุณภาพต่อการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร เช่น การสัมภาษณ์โดยใช้เวลาสนทนากับลูกค้าให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ตามความเหมาะสมต่อการปรับปรุงการให้บริการและจัดหาสินค้ามาจำหน่าย