

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก 2) ศึกษาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก 3) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีก 4) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก และ 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีกกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากผู้ค้าปลีกที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้พลาสติกในครัวเรือน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าที (t-test,) ค่าเอฟ (F-test) และค่า ไค-สแควร์ ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าสัมประสิทธิ์แครมเมอร์วี (Cramer's V) สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีก ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท

2. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา

ผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่ซื้อประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในครัว มีเงื่อนไขการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนเกี่ยวกับการรับประกันคืนสินค้าที่ซื้อมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนตามลูกค้าสั่ง แหล่งการติดต่อซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน คือ ซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง วิธีในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนโดยสั่งซื้อจากร้านค้าส่งหลาย ๆ ร้าน ทำเลที่ตั้งร้านค้าตั้งติดถนนใหญ่ การคมนาคมสะดวก ซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนจากการส่งเสริมการขายแถมปีละสมยอมอด สื่อในการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนเป็นหนังสือพิมพ์ มีการจัดการด้านการขายผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนการขายใช้ทั้งสองรูปแบบผสมกัน คือ แบบให้ลูกค้าช่วยตนเอง การขายแบบให้บริการทุกอย่างแก่ลูกค้า และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ ต่อเดือน 50,001 – 100,000 บาท

### 3. การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก ในภาพรวมมีการตัดสินใจในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ค้าปลีกมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

4. การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีก พบว่า ผู้ค้าปลีกที่มีเพศอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนไม่แตกต่างกัน

5. การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก พบว่า

5.1 ผู้ค้าปลีกที่มีเงื่อนไขการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกแตกต่างกัน ผู้ค้าปลีกที่มีการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนแตกต่างกัน ผู้ค้าปลีกที่มีสื่อในการซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนแตกต่างกัน ผู้ค้าปลีกที่มีการจัดการด้านการขายแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนแตกต่างกัน

5.2 ผู้ค้าปลีกที่มีประเภทผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนไม่แตกต่างกัน ผู้ค้าปลีกที่มีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนไม่แตกต่างกัน ผู้ค้าปลีกที่มีแหล่งและการติดต่อซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกไม่แตกต่างกัน ผู้ค้าปลีกที่มีต้นทุนในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกไม่แตกต่างกัน ผู้ค้าปลีกที่มีทำเลที่ตั้งแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกไม่แตกต่างกัน ผู้ค้าปลีกที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนไม่แตกต่างกัน

6. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีกกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

6.1 เพศของผู้ค้าปลีกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่า เพศของผู้ค้าปลีกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกเรื่องค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับต่ำ

6.2 อายุของผู้ค้าปลีกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่า อายุของผู้ค้าปลีกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกเรื่องการส่งเสริมการขาย สื่อในการซื้อผลิตภัณฑ์ และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับต่ำ

6.3 สถานภาพสมรสของผู้ค้าปลีกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่า สถานภาพสมรสของผู้ค้าปลีกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกเรื่องการจัดการด้านการขาย อยู่ในระดับต่ำ

6.4 ระดับการศึกษาของผู้ค้าปลีกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก

6.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ค้าปลีกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ค้าปลีกไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกเรื่องเงื่อนไขการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับต่ำ

### อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง อภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกส่วนใหญ่ซื้อประเภทผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในครัว มีเงื่อนไขการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนเพราะการรับประกันคืนสินค้าที่ชำรุดเสียหาย เลือกซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนตามลูกค้าสั่ง แหล่งและการติดต่อซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน คือ ซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง ต้นทุนในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนโดยสั่งซื้อจากร้านค้าส่งหลายๆ ร้าน ทำเลที่ตั้งร้านค้าตั้งติดถนนใหญ่ การคมนาคมสะดวก ซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนเพราะการส่งเสริมการขายแถมปีละสมยอมอด สื่อในการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนเป็นหนังสือพิมพ์ มีการจัดการด้านการขายผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนการขายใช้ทั้งสองรูปแบบผสมกัน คือ แบบให้ลูกค้าช่วยตนเอง การขายแบบให้บริการทุกอย่างแก่ลูกค้า และค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ 50,001 – 100,000 บาท คุณภาพของสินค้าและความสะดวกในการซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของพิลาวรรณ ผิวขาว (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสภาพการดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการของธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่เป็นโรงงานผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องเรือน ฯลฯ ประเภทของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตเครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องเรือน ฯลฯ เช่นเดียวกัน

2. การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก ในภาพรวมมีการตัดสินใจในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬารัตน์ อัสวราชันย์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการของผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตภาคกลาง ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตภาคกลาง มีระดับความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน คือด้านการบริหารจัดการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/การส่งเสริมการตลาด และด้านการขนส่ง

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายข้อ ได้แก่ ความปลอดภัยในการใช้บรรจุอาหาร กล่าวคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านรูปแบบ ลักษณะคุณภาพ และประโยชน์ใช้สอยของเครื่องใช้ เครื่องเรือนพลาสติก มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ทำให้สินค้าที่จำหน่ายอยู่ในท้องตลาดมีความหลากหลายมาก กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขัน นอกจากการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นแล้ว การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือเทคนิคการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำก็จะเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทร์เพ็ญ ปิงไกรวุฒิ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติก ประเภทเครื่องใช้ในบ้านและครัวเรือนของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สำหรับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยในการใช้บรรจุอาหารมากที่สุด

2.2 ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายข้อ ได้แก่ ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับวัสดุอื่นที่มีประโยชน์ใช้สอยเหมือนกัน กล่าวคือ แนวโน้มการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์พลาสติกจะมีแนวโน้มที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งการแข่งขันด้านราคาและด้านคุณภาพ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และผู้บริโภคยอมรับ จึงเป็นประเด็นหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทร์เพ็ญ ปิงไกรวุฒิ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติก ประเภทเครื่องใช้ในบ้านและครัวเรือนของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สำหรับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า

2.3 ด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายข้อ ได้แก่ ความสะดวกในการสั่งซื้อ กล่าวคือ การบริหารการจัดส่งและการกระจายสินค้านับว่าเป็น

ปัจจัยแห่งความสำเร็จประการหนึ่งในการส่งออกสินค้า ผลิตภัณฑ์พลาสติกไปจำหน่ายยังตลาดการค้าใหม่ ซึ่งนอกจากการเสนอแนะแนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐแล้ว ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์พลาสติกเอง ควรให้ความสำคัญและพัฒนาการบริหารงานทางด้านนี้ เช่น การวิเคราะห์โครงสร้างการจัดส่งและเลือกช่องทางการกระจายสินค้าที่เหมาะสม การเลือกรูปแบบและประเภทผู้ประกอบการขนส่งคิดราคาค่าขนส่งเป็นธรรม และเสนอบริการที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเลอพงษ์ คงเจริญ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า สถานที่ที่สะดวกในการเลือกใช้บริการเป็นร้านค้าปลีกที่ใกล้บ้าน

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก จากการวิเคราะห์รายข้อ ได้แก่ มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่ออกใหม่ในหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่าย และตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬาทิพย์ อัสวราชันย์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการของผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตภาคกลาง ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตภาคกลาง มีระดับความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/การส่งเสริมการตลาดระดับมาก

3. การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีก พบว่า ผู้ค้าปลีกที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬาทิพย์ อัสวราชันย์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการของผู้แทนจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตภาคกลาง ผลการวิจัยพบว่า ส่วนลูกค้าที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการขนส่งไม่แตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีก พบว่า ผู้ค้าปลีกที่มีเงื่อนไขการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย สื่อในการซื้อผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านการขายแตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเลอพงษ์ คงเจริญ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า

เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก จำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก พบว่า ผู้บริโภคที่มีการเลือกสถานที่ที่สะดวกในการเลือกใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกันในด้านราคา ผู้บริโภคที่มีความบ่อยครั้งในการใช้บริการและการใช้จ่ายแต่ละครั้งที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกันในด้านสถานที่จัดจำหน่าย ส่วนผู้บริโภคที่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านค้าปลีกเป็นประจำแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด

5. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีกกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเลอพงษ์ คงเจริญ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า อาชีพและรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกสถานที่ที่สะดวกในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีก ส่วนรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการใช้บริการร้านค้าปลีก ส่วนอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกระยะห่างจากร้านค้าปลีกที่ใช้บริการ พฤติกรรมการใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก และพฤติกรรมการเลือก

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้กับพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือนของผู้ค้าปลีกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้เป็นอย่างดี ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภคผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนการตลาดในการใช้ส่วนประสมทางการตลาด การบริหาร และการจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือนให้มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ จึงควรต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนงานเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อผลประกอบการในอนาคต

2. ควรมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน โดยมุ่งการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และทำการวิจัยเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการใช้บรรจุน้ำดื่ม

ผลิตภัณฑ์ทำความสะดวกง่าย และนอกจากนี้ยังต้องพยายามสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยการออกผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยตลอดจนมีการทำการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคมีความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทเครื่องใช้ในบ้านและครัวเรือนเพิ่มมากขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์พลาสติกในครัวเรือน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ควรศึกษาเรื่องกลยุทธ์ในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจหรือกลยุทธ์การตลาดของผู้ค้าปลีกผลิตภัณฑ์พลาสติก
3. ควรศึกษาแนวโน้มและทิศทางการลงทุนของธุรกิจผลิตภัณฑ์พลาสติก
4. ควรมีการศึกษาแนวโน้มของส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติก ประเภทเครื่องใช้ในบ้านและครัวเรือนไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้ทราบแนวโน้มพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภคในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนขยายตลาด ขยายกำลังการผลิตของผู้ประกอบการต่อไป