

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาส่วนประสมทางตลาด (4P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

## ความสำคัญของการศึกษา

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
4. เพื่อให้ทราบถึงปัญหา และสามารถหาแนวทางแก้ไขปัญหาของร้านสะดวกซื้อได้
5. เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น สำหรับผู้ที่สนใจลงทุนทำธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ทั้งร้านสะดวกซื้อใน และนอกสถานบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

## สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านเพศ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านอายุ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านสถานภาพ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน
4. ปัจจัยด้านระดับการศึกษา แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน
5. ปัจจัยด้านอาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน
6. ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน
7. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
8. ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
9. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
10. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

## เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นใหม่ โดยใช้วิธี Convenience Sampling ในการสำรวจผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ผู้ศึกษาดำเนินการสร้างตามขั้นตอน ดังนี้
  - 1.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 1.2 สร้างคำถามของแบบสอบถาม ตามความมุ่งหมายของการศึกษา
  - 1.3 ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและปรับปรุงแบบสอบถาม เพื่อให้ได้เครื่องมือวัดที่สมบูรณ์
    - 1.4 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาเพื่อปรับปรุงให้เหมาะสมโดยมีการนำไปทดสอบและหาค่าความเชื่อมั่น
  2. ลักษณะของเครื่องมือ เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้น แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ
    - ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Closed-End Question) มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ
    - ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check-List) จำนวน 11 ข้อ
    - ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยจำแนกออกเป็น 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จำนวน 4 ข้อใหญ่ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

### วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้การตอบแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาและผู้ช่วยได้ไปแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้ คือ 398 คน โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. แจกแบบสอบถามให้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ตามแบบความสะดวก ( Convenience Sampling ) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 100
2. เตรียมเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราคน 398 คน

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาจัดทำ ดังนี้

1. การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลจากแบบสอบถาม (Checking)
2. การลงรหัส (Coding) นำคำตอบจากแบบสอบถามที่ตรวจสอบถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้แล้วล่วงหน้า เพื่อเตรียมบันทึกห้สดังกล่าวลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อคำนวณหา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้การหาค่า Chi-Square ในการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละตอน ผู้ศึกษาได้ดำเนินการดังนี้

- 3.1 ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ (Percentage)และนำเสนอในรูป ตาราง

- 3.2 ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ (Percentage)และนำเสนอในรูปตาราง

- 3.3 ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 เกี่ยวกับข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอในรูปตาราง

- 3.4 ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน เปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้ค่าสถิติ Chi-Square

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistical Analysis) โดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลในตาราง เพื่ออธิบายเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistical Analysis) ใช้ค่าสถิติ Chi-Square ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistical Analysis) ใช้ค่าสถิติ Chi-Square ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

## สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ สรุปสาระสำคัญของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 398 คน จำแนกตามเพศ เป็นเพศชายร้อยละ 39.7 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 60.3 จำแนกตามอายุ อายุต่ำกว่า 20 ปีร้อยละ 12.3 อายุระหว่าง 21-30 ปีร้อยละ 37.2 อายุระหว่าง 31-40 ปีร้อยละ 21.1 อายุระหว่าง 41-50 ปีร้อยละ 17.6 และอายุ 51 ปีขึ้นไปร้อยละ 11.8 จำแนกตามสถานภาพ สถานภาพโสดร้อยละ 44.5 สถานภาพสมรส ยังไม่มีบุตรร้อยละ 20.1 สถานภาพสมรส และมีบุตรร้อยละ 18.6 และสถานภาพหม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ร้อยละ 16.8 จำแนกตามระดับการศึกษา ระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. ร้อยละ 32.9 ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ ปวท./ ปวส. ร้อยละ 19.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 37.4 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 9.8 จำแนกตามอาชีพ นักเรียน/ นักศึกษาร้อยละ 10.3 อาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจร้อยละ 11.1 อาชีพพนักงานบริษัทร้อยละ 52.8 และอาชีพธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 25.9 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาทร้อยละ 13.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทร้อยละ 31.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทร้อยละ 27.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทร้อยละ 13.3 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไปร้อยละ 13.6

1. พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ความถี่ในการซื้อสินค้า 1-2 ครั้ง/เดือนร้อยละ 18.8 ความถี่ในการซื้อสินค้า 3-4 ครั้ง/เดือนร้อยละ 22.9 ความถี่ในการซื้อสินค้า 5-6 ครั้ง/เดือนร้อยละ 19.3 และความถี่ในการซื้อสินค้ามากกว่า 6 ครั้ง/เดือนร้อยละ 38.9 จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1-200 บาทร้อยละ 43.5 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 201-400 บาทร้อยละ 22.6 ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 401-600 บาทร้อยละ 16.6 และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 600 บาทขึ้นไปร้อยละ 17.3 จำแนกตามวันที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อมากที่สุด วันที่ใช้บริการวันจันทร์ร้อยละ 20.1 วันที่ใช้บริการวันอังคารร้อยละ 4.3 วันที่ใช้บริการวันพุธร้อยละ 9.5 วันที่ใช้บริการวันพฤหัสบดีร้อยละ 6.0 วันที่ใช้บริการวันศุกร์ร้อยละ 16.1 วันที่ใช้บริการวันเสาร์ร้อยละ 15.3 และวันที่ใช้บริการวันอาทิตย์ร้อยละ 28.6 จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อมากที่สุด ช่วงเวลา 06.01-12.00 น.ร้อยละ 25.4 ช่วงเวลา 12.01-18.00 น.ร้อยละ 24.9 ช่วงเวลา 18.01-24.00 น.ร้อยละ 42.5 และช่วงเวลา 24.01-06.00 น.ร้อยละ 7.3 จำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านสะดวกซื้อมากที่สุด ซื้อเพราะตัวท่านเองร้อยละ 56.8 ซื้อเพราะครอบครัวร้อยละ 18.6 ซื้อเพราะเพื่อนร้อยละ 18.1 และซื้อเพราะญาติร้อยละ 6.5 จำแนกตามการรับรู้ในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ การรับรู้จากอินเทอร์เน็ตร้อยละ 1.8 การรับรู้จากโทรทัศน์ร้อยละ 10.8 การรับรู้จากวิทยุร้อยละ 2.0 การรับรู้จากแผ่นพับ/ ใบปลิวร้อยละ 5.8 การรับรู้จากวารสาร/ นิตยสารร้อยละ 5.5 และการรับรู้จากพบด้วยตนเองร้อยละ 74.1 จำแนกตามเหตุผลในการมาใช้บริการร้านสะดวกซื้อ ซื้อเพราะคุณภาพของสินค้าร้อยละ 5.0 ซื้อเพราะใกล้ที่พัก ร้อยละ 35.4 ซื้อเพราะพนักงานบริการดีร้อยละ 10.6 ซื้อเพราะสะดวกในการมาซื้อร้อยละ 39.7 ซื้อเพราะราคาถูกหรือร้อยละ 5.0 และซื้อเพราะการประชาสัมพันธ์ดีร้อยละ 4.3 จำแนกตามการซื้อสินค้าใดในร้านสะดวกซื้อมากที่สุด ซื้ออาหารสำเร็จรูปร้อยละ 12.8 ซื้อเครื่องดื่มร้อยละ 18.8 ซื้อของใช้ประจำวันร้อยละ 29.6 ซื้อเครื่องเขียนร้อยละ 2.8 เคาน์เตอร์เซอร์วิสร้อยละ 8.8 และซื้อขนมขบเคี้ยวร้อยละ 27.1 จำแนกตามราคาสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ราคาแพงมากกว่าร้อยละ 3.8 ราคาแพงกว่าเล็กน้อยร้อยละ 19.8 ราคาใกล้เคียงกันร้อยละ 52.5 และราคาถูกลงกว่าร้อยละ 23.9 จำแนกตามความเพียงพอของร้านสะดวกซื้อ ร้านสะดวกซื้อเพียงพอร้อยละ 36.4 และร้านสะดวกซื้อ ไม่เพียงพอร้อยละ 63.6 และการจำแนกตามการส่งเสริมการขายของร้านสะดวกซื้อ การลดราคาร้อยละ 25.4 การแจกของแถมร้อยละ 19.6 การชิงโชคร้อยละ 10.6 การแลกซื้อร้อยละ 24.1 การสะสมแต้มปี ปลูกองร้อยละ 11.6 และการขายสินค้าควบคู่ในราคาพิเศษร้อยละ 8.8

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.70$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 3.85$ ) เป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยด้านราคา ( $\bar{x} = 3.81$ ) เป็นลำดับที่ 2 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{x} = 3.59$ ) เป็นลำดับที่ 3 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x} = 3.57$ ) เป็นลำดับที่ 4

### การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

1. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านเพศ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
2. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านอายุ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
3. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
4. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษา แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
5. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
6. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พบว่า ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
7. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 7 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

8. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 8 พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

9. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 9 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

10. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 10 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านเพศ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p > .05$ ) ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

2. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านอายุ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา คือ กลุ่มอายุ 20-30 ปี จะมีความถี่ในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ มากกว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี เพราะกลุ่มอายุ 20-30 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี

3. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านสถานภาพ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา คือ กลุ่มที่มีสถานภาพโสด มีการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อด้วยตนเอง มากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส

4. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ใช้บริการร้านสะดวกซื้อในการชื้อขนมขบเคี้ยว มากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

5. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านอาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่าอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา คือ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เพราะเหตุผลสะดวกในการมาซื้อ มากกว่ากลุ่มอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา

6. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 6 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา คือ กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านสะดวกซื้อ 1-200 บาท มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

7. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 7 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เพราะมีบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส และสินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน

8. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 8 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เพราะสินค้ามีการแสดงป้ายราคาสินค้าชัดเจน และราคาสินค้า บริการอยู่ในมาตรฐาน

9. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 9 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เพราะร้านสะดวกซื้อเปิดบริการ 24 ชั่วโมง และมีสถานที่จอดรถสะดวก

10. จากการทดสอบสมมติฐานที่ 10 ปรากฏว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .05$ ) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อ เพราะพนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย และพูดจาสุภาพ ไพเราะ ยิ้มแย้ม

จากการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ เกสร พาพิมพ์ (2545, บทคัดย่อ) เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้ใช้บริการร้านสะดวกซื้อจิวพีในสถานีบริการน้ำมันเจ็ท จังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับสูง ส่วนปัจจัยด้านราคา ซึ่งปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรานั้น พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับสูง

### ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ : ร้านสะดวกซื้อต่างๆ ควรเน้นการให้บริการด้าน Counter Service เพิ่มมากขึ้น เพราะผู้บริโภคยังคงมีความต้องการในเรื่องของความสะอาดสบายเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด
2. ด้านราคา : ร้านสะดวกซื้อต่างๆ ควรเน้นการแสดงป้ายราคาของสินค้าให้ชัดเจนและอยู่ในมาตรฐานมากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย : ร้านสะดวกซื้อต่างๆ ควรเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด รวมทั้งความสะอาดภายในร้าน และการเลือกเปิดร้านสะดวกซื้อควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของร้านเป็นสำคัญ เพราะผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายเป็นสำคัญ