

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาระยะยาวที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วย ลักษณะประชากรศาสตร์ กลยุทธ์ทางการตลาด และความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี จากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน โดยผู้ศึกษาได้สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 การอภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ กลยุทธ์ทางการตลาด และความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

ลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 36–45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปัจจุบันอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 10,000–15,000 บาท

กลยุทธ์ทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาออกเป็นรายด้าน พบว่า แต่ละด้านมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นได้ ดังนี้ สถานที่ตั้งของร้าน คุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และการกำหนดราคา ตามลำดับ หากจำแนกเป็นรายด้านของกลยุทธ์ทางการตลาดได้ ดังนี้

สถานที่ตั้งของร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่อง ร้านจะต้องมีพื้นที่ภายในกว้างขวาง สะดวกต่อการใช้บริการและการใช้งานรถเข็นสำหรับเลือกซื้อสินค้ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.71$) และป้ายของร้านจะเป็นรูปแบบจอ LED เพื่อแสดงถึงความทันสมัยของร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.07$, $SD = 0.74$)

คุณภาพผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่อง สินค้าภายในร้านจะต้องเป็นสินค้าที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในการใช้งานในเรื่องความคงทนและประสิทธิภาพการใช้งาน ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.67$) สินค้าภายในร้านบางส่วนจะเป็นสินค้าที่เป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.19$, $SD = 0.68$) และผลิตภัณฑ์ภายในร้านจะต้องมีความสวยงามและทันสมัยมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.19$, $SD = 0.70$)

การส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่อง ร้านจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Line และ Instagram เป็นต้น ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.69$) ร้านจะมีกิจกรรมการสะสมคะแนนเพื่อรับส่วนลด ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.62$) และร้านจะมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของร้านผ่านจอ LED ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.69$)

การกำหนดราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรื่อง ร้านมีการตั้งราคาสินค้าที่มีราคาที่ใกล้เคียงกับร้านค้าอื่นในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.22$, $SD = 0.71$) ร้านมีการกำหนดราคาสินค้าที่หลากหลายตามคุณภาพของสินค้าตั้งแต่ราคาต่ำสุดจนถึงราคาสูงสุดเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อตามความสามารถในการซื้อของลูกค้า ($\bar{X} = 4.22$, $SD = 0.70$) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และราคาของสินค้าภายในร้านจะมีราคาใกล้เคียงกับร้านค้าออนไลน์ พื้นที่ ($\bar{X} = 4.11$, $SD = 0.69$)

ความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ระดับความคิดเห็นของความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.52$, $SD = 0.56$)

5.1.2 ผลการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน พบว่า รายได้ต่อเดือนและอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาปัจจุบันที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ไม่แตกต่างกัน

5.1.3 ผลการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า สถานที่ตั้งของร้าน คุณภาพผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการกำหนดราคาไม่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 ลักษณะประชากรศาสตร์

5.2.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ ผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะเข้าใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล พูไฟ (2560); ฉันทนา ปาปัดถา และคณะ (2562); สุจิตรา บรรณจิตร และคณะ (2565) โดยภาพรวมของผลการศึกษาพบว่า เพศไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ในปัจจุบันเพศต่าง ๆ มีสิทธิเท่าเทียมกัน จึงทำให้ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงมีสิทธิในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง ทำให้เพศที่ต่างกันมีความต้องการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างเหมือนกัน

5.2.1.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ผลการศึกษาพบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะเข้าใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิณา แยมศรี (2559); อีรวรรณ วงศ์เนาวรัตน์ (2559); ฉันทนา ปาปัดถา และคณะ (2562) โดยภาพรวมของผลการศึกษาพบว่า อายุไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากลูกค้าแต่ละช่วงอายุต่างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้าง ทำให้ลูกค้าแต่ละช่วงอายุมีความต้องการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างเหมือนกัน

5.2.1.3 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรส ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะเข้าใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิณา แยมศรี (2559); อีรวรรณ วงศ์เนาวรัตน์ (2559); ธนบดี แสงทวี (2561) โดยภาพรวมของผลการศึกษาพบว่า สถานภาพสมรสไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากลูกค้าที่มีสถานภาพโสดหรือสถานภาพสมรสต่างมีอำนาจในการตัดสินใจไม่ต่างกัน จึงทำให้ความต้องการใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างเหมือนกัน

5.2.1.4 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาปัจจุบัน ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะเข้าใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนบดี แสงทวี (2561); ฉันทนา ปาปัดถา และคณะ (2562); สุจิตรา บรรณจิตร และคณะ (2565)

โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาปัจจุบันไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ใกล้เคียงกัน ทำให้ความต้องการในการใช้บริการวัสดุก่อสร้างคล้ายคลึงกัน จึงส่งผลต่อความต้องการเหมือนกัน

5.2.1.5 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล พูไฟ (2560); ฉันทนา ปาปัดถา และคณะ (2562); สุรเดช บัวพันธุ์วิไล (2563) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของลูกค้าแตกต่างกัน ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2.1.6 ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิวรรธน์ วงศ์เนาวรัตน์ (2559); อธิรุทธิ์ เรื่องศิริวัฒน์ (2561); ภัทรวดี กฤตรัชชานันต์ (2562) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างของลูกค้าแตกต่างกัน ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2.2 กลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.2.1 กลยุทธ์ทางการตลาดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความต้องการที่จะเข้าใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิณนา แยมศรี (2559); อธิวรรธน์ วงศ์เนาวรัตน์ (2559); ปวีณา จำเริญเกตุประทีป (2559) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2.2.2 กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการกำหนดราคา ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดราคาไม่ส่งผลต่อความต้องการที่จะเข้าใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัญญา ประดับการ และนิติพล ภูตะโชติ (2561); อัญชลี เขาวราช (2562); สุจิตรา บรรณจิตร และคณะ (2565) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า ราคาไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เนื่องจากการกำหนดราคาสินค้าของร้านค้าในพื้นที่ที่มีราคาที่ไม่แตกต่างกันมาก จึงทำให้ลูกค้าให้ความสำคัญกับสถานที่ตั้งของร้าน บรรยากาศของร้าน และการตกแต่งที่ทันสมัยมากกว่าการกำหนดราคา

5.2.2.3 กลยุทธ์ทางการตลาดด้านสถานที่ตั้งของร้าน ผลการศึกษาพบว่า สถานที่ตั้งของร้านส่งผลต่อความต้องการที่จะเข้าใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิธินา แยมศรี (2559); อารีรัตน์ สุขพิริยกุล (2560); ผกาพรรณ อารีการ (2562) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า สถานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2.2.4 กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความต้องการที่จะเข้าใช้บริการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี เยาวราช (2562); ทิยาวรรณ สว่างทิพพาภรณ์ และคณะ (2563); พรกนก ชูเศษ (2563) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า การส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าวัสดุก่อสร้างและการตัดสินใจที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้าง ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ผู้ประกอบการกิจการร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่และผู้ประกอบการรายใหม่ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางในการเริ่มต้นธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และสามารถนำผลที่ได้ไปปรับใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยข้อเสนอแนะที่จะแนะนำต่อไปนี้จะเรียงลำดับจากกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด ตามลำดับ ดังนี้

5.3.1.1 ด้านสถานที่ตั้งของร้าน ผู้ประกอบการควรจัดพื้นที่ภายในร้านให้มีพื้นที่กว้างขวางต่อการใช้งานในการเดินเลือกซื้อสินค้าและใช้งานรถเข็นสำหรับเลือกซื้อสินค้า เพื่อความสะดวกต่อการใช้บริการภายในร้าน สถานที่ตั้งของร้านควรอยู่ติดถนนเส้นทางหลักเพื่อการเดินทางมาใช้บริการที่สะดวกและลูกค้าที่ต่างพบเห็นได้ง่าย ร้านควรมีที่จอดรถสำหรับผู้ติดตามของลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อพักผ่อนระหว่างที่รอลูกค้าใช้บริการภายในร้านและมีเครื่องดื่มให้บริการต่อลูกค้าและ

ผู้ติดตามโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ร้านควรจะมีสถานที่ตั้งของร้านอยู่ในตำแหน่งที่พบเห็นได้ง่าย มีพื้นที่จอดรถกว้างขวางต่อการให้บริการ มีที่จอดรถสำหรับรถบรรทุก รถยนต์และรถจักรยานยนต์ และป้ายร้านควรเป็นรูปแบบจอ LED เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่พบเห็นร้าน

5.3.1.2 ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรจำหน่ายสินค้าที่มีภาพลักษณ์ที่ดี กล่าวคือ สินค้าที่มีความคงทนในการใช้งาน เป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้งานสินค้า สินค้าของร้านจะต้องสามารถนำมาคืนได้เมื่อลูกค้าเกิดความไม่พอใจหรือไม่ประทับใจในสินค้าภายใน 45 วัน สินค้าต้องมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับและได้มาตรฐานที่กำหนด และมีสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ โดยนำเข้าจากประเทศที่มีชื่อเสียงในด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านการก่อสร้าง เช่น อเมริกา เยอรมนี และญี่ปุ่น เป็นต้น และสินค้ามีความสวยงามและทันสมัยเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจในภาพลักษณ์ภายนอกของตัวสินค้า สินค้าภายในร้านบางส่วน ควรเป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

5.3.1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Line และ Instagram เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่าง ๆ ของร้าน เช่น การสะสมคะแนนเพื่อรับส่วนลด และกิจกรรมเนื่องในโอกาสพิเศษ เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละกิจกรรมที่ทางร้านจัดออกมา ช่วยให้ลูกค้าได้รับสิทธิประโยชน์สูงสุดจากทางร้าน และร้านควรมีระบบสมัครสมาชิกแบบ VIP เพื่อสิทธิพิเศษที่เหนือกว่าลูกค้าทั่วไป เช่น ส่วนลด 5 เปอร์เซ็นต์สำหรับสินค้าทุกรายการภายในร้าน และจัดส่งสินค้าฟรีถึงบ้าน 2 ครั้งต่อเดือน เป็นต้น และควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละวันของร้านผ่านทางจอ LED หน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าที่ผ่านร้านได้เห็นถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่อาจจะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจและเข้ามาใช้บริการ

นอกจากนี้ ยังมีกลยุทธ์ทางการตลาดอีก 1 ด้าน คือ กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการกำหนดราคา ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความสำคัญเช่นกัน ผู้ประกอบการควรพัฒนาและปรับปรุงเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะเข้าใช้บริการมากขึ้น กล่าวคือ

ด้านการกำหนดราคา ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการกำหนดราคาสินค้าที่มีราคาใกล้เคียงกับร้านอื่นในพื้นที่ เพื่อให้ลูกค้าจะได้ไม่เกิดการเปรียบเทียบราคาและตัดสินใจใช้บริการได้ง่ายขึ้น กำหนดราคาสินค้าที่หลากหลายตามคุณภาพของสินค้า โดยมีราคาตั้งแต่ต่ำสุดจนถึงราคาสูงสุด เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าตามความสามารถในการซื้อของลูกค้าแต่ละคนได้ เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณมาก ลูกค้าสามารถต่อรองราคาได้เพื่อให้ลูกค้าได้ราคาที่ต่ำกว่าราคาที่ร้านแสดงในป้ายแสดงราคา สินค้าภายในร้านต้องมีป้ายกำหนดราคาที่ชัดเจนในรูปแบบ LED เพื่อให้ราคาที่แสดงมีความโดดเด่นและลูกค้าสามารถเห็นได้อย่างชัดเจน ราคาของสินค้าภายในร้านจะต้องใกล้เคียงกับ

ร้านค้าออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการตัดสินใจซื้อสินค้าภายในร้านได้ทันทีเมื่อเกิดการเปรียบเทียบกับร้านค้าออนไลน์

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการศึกษาถึงตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อความต้องการในการใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าที่ผู้ศึกษายังไม่ได้ศึกษา และเป็นตัวแปรที่ควรนำมาใช้ในการศึกษาถึงความต้องการให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เป็นต้น

5.3.2.2 ควรมีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบกิจการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ของลูกค้าต่อไป