

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาระดับกลยุทธ์การประกอบการของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมสำหรับผู้ประกอบการ และปัจจัยกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ในทัศนะของเจ้าของกิจการ เพื่อนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลทางด้านกลยุทธ์การตลาด ซึ่งผู้ประกอบการ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถนำเอาผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นสารสนเทศในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตลาดเป้าหมาย อันจะก่อให้เกิดการได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการศึกษา “กลยุทธ์การประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร : มิติการวิเคราะห์เจ้าของกิจการ” สามารถสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย รักษาความสะอาดร้านค้าและสินค้า นำสินค้าที่ออกใหม่และอยู่ในความต้องการของลูกค้ามาจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และนำสินค้าที่มีความหลากหลายมาจำหน่ายในร้าน ลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านราคา

ลูกค้าให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ให้ความสำคัญกับการติดป้ายราคาที่ชัดเจน กำหนดราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านค้าปลีกทั่วไป และกำหนดราคาโดยใช้เกณฑ์จิตวิทยา (ลงท้ายด้วยเลข 9) ลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ด้านสถานที่

ลูกค้าให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดตกแต่งร้านสะดวกแก่การเลือกซื้อสินค้า ทำเลที่ตั้ง

อยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย ทำเลที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทาง บ้ายซื้อร้านมีความโดดเด่น จดจำง่าย และมีบริการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย (ลดราคา แจกของแถม) มีการติดป้ายโฆษณาสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ มีการให้เครดิตแก่ลูกค้าขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ ลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์อิทธิพลของกลยุทธ์ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร: มีติการวิเคราะห์เจ้าของกิจการ จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านกำไรเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่สามารถกลยุทธ์ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านกำไรเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (y) คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (x_1) โดยตัวแปรนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์กลยุทธ์ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านกำไรเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (y) ได้ร้อยละ 41.9

ด้านผลประกอบการปีที่แล้วเทียบกับปีที่ผ่านมา

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์กลยุทธ์ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านผลประกอบการปีที่แล้วเทียบกับปีที่ผ่านมา (y) คือ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (x_3) โดยตัวแปรนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์กลยุทธ์ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านผลประกอบการปีที่แล้วเทียบกับปีที่ผ่านมา (y) ได้ร้อยละ 51.9

ด้านลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์กลยุทธ์ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านลูกค้าเข้ามาใช้บริการ (y) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านราคา (x_2) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x_3) ตามลำดับ โดยตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้สามารถร่วมกันพยากรณ์กลยุทธ์ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมด้านลูกค้าเข้ามาใช้บริการ (y) ได้ร้อยละ 37.1

อภิปรายผล

ผลการศึกษา กลยุทธ์การประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร : มิติการวิเคราะห์เจ้าของกิจการ มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

1. จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย รักษาความสะอาดร้านค้าและสินค้า นำสินค้าที่ออกใหม่และอยู่ในความต้องการของลูกค้ามาจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และนำสินค้าที่มีความหลากหลายมาจำหน่ายในร้าน ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภมิตร โรจนศุภมิตร (2552) เรื่อง ผลกระทบทางเศรษฐกิจของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตอำเภอเมืองน่าน ผลการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กส่วนใหญ่ ทำการขายสินค้าตามป้ายที่ติดไว้ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นขนาดเล็กมีการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่น้อยกว่าที่ไม่ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนที่ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นเป็นการดำเนินกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และราคาสูงขึ้น ร้อยละ 49.3 และร้อยละ 47.1 ของผู้ประกอบการทั้งหมด โดยดำเนินการรักษาความสะอาดของสินค้าและร้านค้า จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และติดป้ายแสดงราคาสินค้า

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษา กลยุทธ์การประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร : มิติการวิเคราะห์เจ้าของกิจการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการเป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 10 ปีขึ้นไป ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนับว่าเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการ

2. จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ($\bar{X} = 4.57$) และรายข้อ ได้แก่ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย ($\bar{X} = 4.74$) รักษาความสะอาดร้านค้าและสินค้า ($\bar{X} = 4.58$) นำสินค้าที่ออกใหม่และอยู่ในความต้องการของลูกค้ามาจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ($\bar{X} = 4.52$) และนำสินค้าที่มีความหลากหลายมาจำหน่ายในร้าน ($\bar{X} = 4.50$) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ควรมีส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการเขตพื้นที่อื่น เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จเพราะธุรกิจค้าปลีก ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันมากขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากตัวแปรที่งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษา เพื่อคุณภาพลักษณะของร้านค้าปลีก และหากกลยุทธ์ในการพัฒนาปรับปรุงร้านค้าปลีกให้ดียิ่งขึ้น