

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5th National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดิ เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพงษ์ กิรติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโภคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มະโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์ชนู เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาต สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.คงกลับดินทร์ แสงอาษาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรรณสถิตย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญาพัสวี

กล่อมลงเริญ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรีด้า

ศรีนุวรรตน์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา

เทชเกกิ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์

อวีโรหานานท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ตันจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ฤลากล

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวารณ์

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กุลนุน

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อุ่นจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

www.ba.mju.ac.th

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน
รองศาสตราจารย์ ดร.จกบดินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนียา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาญุส
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา^{*}
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ
อาจารย์ ดร.กัญญาพสี
อาจารย์ ดร.ปิยวารรณ
อาจารย์ ดร.อรุณี
อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์
อาจารย์ ดร.พนมพร
อาจารย์ ดร.ศรรษา^{*}
อาจารย์ ดร.กุลชณา^{*}
อาจารย์ ดร.อนุชา^{*}
อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสวาริยะ
บุญมาก
สมฤทธิ์สกุล
خلالประเสริฐสุข
ศิริโกคาภิจ
บังเมฆ
มนีพันธ์
สงเคราะห์
หยู่เย็น
ชุลิกาวิทย์
วรรณสกิต
ศรีนฤรรณ
เทชเดกิ
อวีโรจนานนท์
ตันจันทร์พงศ์
ตุลาสมบัติ
ฟองเพชร
กล่อมลงเจริญ
สิริประเสริฐศิลป์
ยศบุตร
ใบไม้
เฉลิมวรรณ
วรุณกุล
แวนแก้ว
กันทรดุษฎี
มารังค์

สภาพปัจจุหาและแนวทางการพัฒนาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กรณีศึกษา ร้าน ห้างเจริญสุข
แขวง บางยี่เรือ เขต ธนบุรี กรุงเทพมหานคร

Problems and solutions to traditional retail development Case studies

Haang Charoen Suk store Khwaeng Bang Yi Ruea Khet Thon Buri Bangkok

สวิชศร สังข์นุช¹ พิทักษ์ ศิริวงศ์²

¹นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

²รองศาสตราจารย์ดร. มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุหาและแนวทางการพัฒนาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม นำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์เป็นแนวทางในการแก้ไขปัจจุหา ปรับปรุงและพัฒนาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต่อไป โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาเอกสาร ต่างๆ จากการสำรวจสถานการณ์ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก และผู้บริโภคโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก 15 คน และผู้ให้ข้อมูลรอง 1 คน ผลการศึกษาพบว่า สภาพปัจจุหาและแนวทางการพัฒนาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมนั้นผู้บริโภคชี้ช่องใน การบริการและมีความต้องการที่จะมาใช้บริการอีก ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกและผู้บริโภคได้ให้ข้อมูล สภาพปัจจุหาและความต้องการในด้านต่างๆ เช่น ด้านความต้องการ ด้านความสะดวกสบาย ด้าน ต้นทุนและผลประกอบการ ด้านคู่แข่งทางการค้า จากการศึกษาสรุปได้ทราบถึงสภาพปัจจุหาของ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมว่ามีจุดอ่อน สินค้าไม่ครอบคลุมกับความต้องการของลูกค้า การจัดวางสินค้า สภาพอากาศ การเดินทาง ต้นทุนและผลประกอบการ คู่แข่งทางธุรกิจ และยังทราบถึงแนวทางในการ แก้ไขปัจจุหาและพัฒนาร้านค้าปลีกในยุคปัจจุบันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต่อไป

คำสำคัญ: ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม, ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก, ผู้บริโภค

Abstract

This research aims to study the problem and develop traditional retail business. The results led researchers to use as a guide to troubleshooting. Improve and develop the traditional retail business. Using qualitative research with data collection, analysis and documentation. The field survey Observation without

participation Interviews with operators, retailers and consumers through in-depth interviews. The primary and the secondary one 15 person study found. Problems and solutions to retail development are traditional consumers like the service and the need to use the service again. Operators, retailers and consumers to have more problems and needs in areas such as demand side. The comfort Cost and Performance Top Competitors. The study findings were aware of the problems of traditional retailers that have weaknesses. Product does not cover the needs of the customer. Product placement, weather, travel costs and turnover. Business rivals And also about the ways to solve problems and develop retail in the present lead to the sustainable development of the traditional retail business.

Keywords: traditional retailers, operator retailers, customer

บทนำ

ธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิม จะตั้งร้านเป็นร้านค้าขนาดเล็กตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนสินค้า ส่วนมากจะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ในการดำเนินชีวิต และใช้เงินลงทุนในการทำธุรกิจไม่มาก ใช้ การบริหารกันเองในครอบครัวด้วยการซื้อสินค้ามาและขายสินค้าไป ไม่มีการนำเทคโนโลยีและการ บริหารสมัยใหม่มาใช้มากนัก เป็นธุรกิจที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะเป็นแหล่งการจ้าง งานและแหล่งรายได้หลักของประเทศไทย นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยัง ผู้บริโภค

จากการลักษณะของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมทำให้ธุรกิจค้าปลีกเป็นที่นิยมในการประกอบอาชีพ ซึ่งเห็นได้จากผลสำรวจว่ามีการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกสูงขึ้นจาก 2,997 ราย ในปี พ.ศ. 2542 เป็น 3,481 ราย ในปี พ.ศ. 2548 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2552)

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจค้าปลีกและสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมค้าปลีกใน ปัจจุบันจากรูปแบบเดิมให้มีความทันสมัยและมีความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภคมากขึ้น มีการนำ แนวคิดจากต่างประเทศในการลงทุนธุรกิจค้าปลีกมาปรับใช้กับธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมของไทยจน เกิดเป็นธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่และร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพิ่มจำนวนขึ้น ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในปี พ.ศ. 2550 มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึง 4.7 แสนล้านบาทและมีจำนวนสาขาเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 14.3 ในช่วงปี พ.ศ. 2550–2551 มีสาขาเพิ่มขึ้นพันกว่าสาขาในช่วงเวลาดังกล่าว (กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์, 2551)

หลังจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำธุรกิจและการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ใน ประเทศไทยส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการค้าปลีกด้วยเดิมจำนวนมาก เนื่องจากลูกค้าดั้งเดิมซึ่งเป็น

ลูกค้าของผู้ประกอบการค้าปลีกดังเดิม ได้ทยอยหายไปอย่างรวดเร็วและไปเข้าสินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ห้างเซ็นทรัล สหพัฒนา ห้างแม็คโคร ห้างบีกีซี รวมทั้งการเข้ามาของร้านสะดวกซื้อต่างๆที่มีการขยายตัวและสาขาเข้ามาใกล้ชุมชนและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดังเดิมได้รับผลกระทบที่รุนแรง

ร้านห้างเจริญสุขจัดจำหน่ายสินค้ามีรูปแบบการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ง่ายต่อการจัดจำหน่าย โดยหน้าร้านจะมีการจัดตั้งสินค้าโซนในตู้กระจก เพื่อให้ลูกค้าสามารถเห็นสินค้าและเลือกซื้อได้อย่างสะดวก และบริเวณใกล้เคียงจะมีร้านขายสินค้าที่แตกต่างกันออกไป

ขณะที่แนวทางการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ยุค “ไทยแลนด์ 4.0” โดยเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ทิศทางจากนี้ไปผู้ประกอบการค้าปลีกจะต้องดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ หรือไทยแลนด์ 4.0 มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันในตลาด ดังนั้นเพื่อเป็นการศึกษาถึงสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดังเดิมรวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจปลีกแบบดังเดิมในไทยว่าเป็นเช่นไร เพื่อทราบแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาให้ธุรกิจค้าปลีกแบบดังเดิมสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม

ร้านค้าปลีกแบบดังเดิมมีรูปแบบที่หลากหลายมากตามรายละเอียดที่ตั้งค้าและลักษณะเป็นสถานที่ติดต่อและหาซื้อของที่เป็นพื้นฐานความจำเป็นในการดำรงชีวิต ซึ่งรูปแบบธุรกิจดังเดิมปัจจุบันแบ่งได้ดังนี้ ตลาดสด หาบเร่และแผงลอย ร้านค้า ตลาดนัด โซ่ห่วย/ร้านชำ โดยโซ่ห่วยเป็นร้านที่ขายเครื่องอุปโภคบริโภค และมีสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางเพื่อความสำเร็จของร้านค้าปลีกแบบดังเดิม
2. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและแนวทางการแก้ไขปัญหาของร้านค้าปลีกแบบดังเดิม
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาของร้านค้าปลีกแบบดังเดิม

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้ศึกษาธุรกิจการค้าปลีกแบบดังเดิมร้านห้างเจริญสุข เขตธนบุรี จังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้แยกประเภทการศึกษา ดังนี้
 - 2.1 สภาพปัจจุบันและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจค้าปลีกแบบดังเดิม
 - 2.2 แนวทางในการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดังเดิมให้มีความยั่งยืน
3. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกแบบดังเดิม ผู้บริโภคที่มาใช้บริการ

4. ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยได้ใช้เวลาศึกษาครั้งนี้ ตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2559 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2559
ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการทำธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิมรวมถึงสภาพปัจจุบันและแนวทางในการแก้ไขปัญหาของธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน
2. ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ของธุรกิจการค้าปลีกและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการค้าปลีกเพื่อความยั่งยืน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและบทวน แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
 2. ทฤษฎีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
 3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหากาражื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเข้า (Schiffman and Kanuk, 1994)

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขั้นสุดท้ายหรืออาจหมายถึงผู้ที่มีความต้องการซื้อสินค้าไปใช้เพื่อส่วนตัว

กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป (รัฐวัชร์ พัฒนจิรารุจน์, 2557)

2. ทฤษฎีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ฟลิป คอตเลอร์ (Kotler Philip, 1997) ได้อธิบายปัจจัยที่มีผลพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าไว้ดังนี้

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมได้ สังคมหนึ่งโดยเฉพาะลักษณะขั้นทางสังคม ประกอบด้วย 6 ระดับ

ขั้นที่ 1 Upper-Upper Class ประกอบด้วยผู้ที่มีชื่อเสียงเก่าแก่เกิดมาในกองเจนกองทอง

ชั้นที่ 2 Lower –Upper Class เป็นชั้นของคนรวยหน้าใหม่ เป็นผู้ที่มีรายได้สูงสุด จัดอยู่ในระดับมหาเศรษฐี

ชั้นที่ 3 Upper-Middle Class ประกอบด้วยชาวหุ้นที่ประสบความสำเร็จในวิชาอื่น ๆ สมาชิกชั้นนี้ส่วนมากจะเปรียญจากมหาวิทยาลัย กลุ่มนี้เรียกว่าเป็นตาเป็นสมองของสังคม

ชั้นที่ 4 Lower-Middle Class เป็นพวกรายได้ปานกลางโดยเฉลี่ย ประกอบด้วยพวกรายได้ปานกลาง เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก พวกราษฎร์ที่ต้องทำงานหนักและต้องดับเบิล

ชั้นที่ 5 Upper-Lower Class เป็นพวกราษฎร์ที่ไม่มีความสำเร็จทางอาชีพ แต่เป็นชั้นที่ทำงานเป็นชั้นที่ใหญ่ที่สุด ในชั้นทางสังคม

ชั้นที่ 6 Lower-Lower Class ประกอบด้วยคนงานที่ไม่มีความสำเร็จทางอาชีพที่ต้องทำงานเป็นชั้นที่ต่ำที่สุด เป็นของตนเองขนาดน้อย

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่ง ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บุคลากร และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง หมายถึงกลุ่มใด ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกัน ระหว่างคนในกลุ่ม แบ่งเป็น 2 ระดับ กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ครอบครัว เพื่อนสนิท มีกิจกรรมร่วมกัน เช่น งานอดิเรก งานบุญ งานสังคม และช่วงอายุ

กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย มีความเห็น眼寳 น้อยน้อกจากกลุ่มปฐมภูมิ

2.2 ครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อบริโภคที่สำคัญที่สุด นักการตลาดจะพิจารณาครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

2.3 บุคลากรทางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ทำให้บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สภากาชาดไทย เศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฒนธรรม ศาสนา ความเชื่อและเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง

ทั้งนี้มนุษย์มักจะแสดงออกจากความต้องการที่อยู่ภายใน ซึ่งมาสโลว์ ได้กำหนดทฤษฎี ลำดับขั้นตอนของความต้องการซึ่งกำหนดความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ไว้ 5 ระดับ ดังนี้

1. ความสำเร็จส่วนตัว 2. ความต้องการด้านอิgo (ความภาคภูมิใจ สถานะ ความเคารพ)

3. ความต้องการด้านสังคม 4. ความปลอดภัยและมั่นคง 5. ความต้องการของร่างกาย

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

มอร์ส Morse(1958) ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่าความพึงพอใจคือ สภาพที่จิตประสาทจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนมีความต้องการ และถ้าความต้องการ

นั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะลดลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้น ๆ ไม่ได้รับการตอบสนองเลยความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

อีเลียและพาร์ทริกค์ Elia and Partrick(1972) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจเอาไว้ว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลในด้านความพึงพอใจ หรือสภาพจิตใจของบุคคลในด้านความพึงพอใจ หรือเป็นสภาพจิตใจของบุคคลว่า ชอบมากหรือชอบน้อยอย่างไร

เทพพนม และสวิง(2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคนๆหนึ่ง สิ่งที่ขาดหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

นภารัตน์(2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิดจากการ "ได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น"

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จากอิทธิพลรวม (Total Effect) จะพบว่าเกิดจากความสามารถในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างภาพลักษณ์ทางธุรกิจ และการจัดการส่วนประสมทางการตลาด ตามลำดับ ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้พบว่าความสามารถในการบริหารร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผู้ประกอบ การต้องมุ่งเน้นเรื่องระบบการบริหารในด้านต่างๆ เช่น การจัดการระบบการเงิน การควบคุมรายจ่าย ระบบสารสนเทศ การใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ การจัดการการสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ในการให้บริการและพูดถึงบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสภาพปัจจุหา และแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดเป็นขอบเขตของการศึกษาและแนวคิดในการสัมภาษณ์ของการศึกษาในครั้งนี้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาสภาพปัจจุหาและหาแนวทางพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม กรณีศึกษา ร้านห้างเจริญสุข โดยทำการศึกษาสภาพปัจจุหาและแนวทางการพัฒนาร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมโดยมีรายละเอียดวิธีการศึกษาดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพแบบปรากฏการณ์วิทยา

การวิจัยแบบปรากฏการณ์วิทยาเป็นทั้งปรัชญา และวิธีการที่มุ่งศึกษาและทำความเข้าใจ ประสบการณ์การดำเนินชีวิตในแต่ละวันของบุคคลว่าแท้จริงแล้วบุคคลนั้นรับรู้และให้ความหมายกับประสบการณ์ที่กระทำอย่างไรบ้าง มีความคิด ความรู้สึกอย่างไรต่อบุคคล และเหตุการณ์แวดล้อมต่าง ๆ

หลักการในการศึกษาปรากฏการณ์วิทยา ก็คือการศึกษาเรื่องราว หรือความคิดที่เกิดขึ้นตาม วิถีทางที่มันเกิดอย่างที่เป็นอยู่และที่ตัวของมัน ในการศึกษาปรากฏการณ์ได้ก็ให้มุ่งที่ตัวปรากฏการณ์ นั้นๆ การสืบสวนจะต้องเป็นไปอย่างลึกซึ้ง รอบด้าน และอิสระ(ศรีเพ็ญ ศุภพิทยากุล, 2532)

1. แหล่งข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่ศึกษาจากเอกสาร (Documentary study) ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร บทความ ข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต รวมถึงแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ(Secondary Data) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาต่อไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม (Field Study) ซึ่งใช้วิธีการสำรวจภาคสนาม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยมุ่งศึกษาสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม จึงให้ความสำคัญต่อผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม และผู้บริโภคทำการศึกษา

2. วิธีการที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิมและผู้บริโภคในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการดังนี้

1. การสำรวจภาคสนาม (Field Survey) ผู้วิจัยได้เดินทางไปสำรวจยังร้านค้าปลีกห้างสรรพสุขเพื่อทำการสำรวจลักษณะทางกายภาพของพื้นที่

2. การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยได้แบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Non-Structural Interview) ผู้วิจัยใช้การพูดคุยสนทนain เรื่องๆ ที่ไม่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

2.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยทำ หลังจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง โดยมีประเด็นคำถามดังนี้

2.2.1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าปลีกแบบตั้งเดิม

2.2.3 ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกแบบตั้งเดิม

2.2.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

3.ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาแบ่งกลุ่มประชากรที่จะใช้ในการศึกษา ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1.ผู้ประกอบ คือ สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญเป็นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

2.กลุ่มผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อของที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

4.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

4.1แนวคำถามในการวิจัยเพื่อใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยมีประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

4.1.1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

4.1.3 ปัญหาหรืออุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

4.1.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ได้แก่ ปากกา สมุด โทรศัพท์ เครื่องบันทึกเสียงและตัวผู้วิจัยในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญในงานวิจัย

5.การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

เป็นข้อมูลจากการศึกษาภาคสนาม (Field Study) ซึ่งใช้วิธีการสำรวจภาคสนาม (Field Survey) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้วิธีการแบบสามเหลี่ยม (Methodological Triangulation) คือ การรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกันโดยใช้วิธีในการรวบรวมข้อมูลต่างกัน ทั้งจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมควบคู่กับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพร้อมกัน แล้วก็ศึกษาข้อมูลจากเอกสารประกอบ

6.การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา โดยจำแนกตามประเด็นการวิเคราะห์ ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยใช้ข้อมูลการศึกษาเอกสารทั้งทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ประเภทธุรกิจค้าปลีก มหาวิเคราะห์ประกอบกันกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบไม่ทางการ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และอื่นๆ เพื่อมาเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ เพื่ออธิบาย การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

7.ระยะเวลาการทำวิจัย

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เวลาดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2559 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2559 รวมระยะเวลาในการทำวิจัยในครั้งนี้ 3 เดือน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาสภาพปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากวิธีต่างๆ เช่น การสำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ซึ่งจากการศึกษาดังกล่าว สามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์

2. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

3. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

4. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ประกอบการร้านห้างเจริญสุข แขวงบางยี่เรือ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ร้านห้างเจริญสุข และทำการสังเกตุสภาพแวดล้อม การดำเนินการ

ผู้บริโภคที่มีอายุ 12-60 ปี มีทั้งเพศชายและเพศหญิง ทุกคนที่ให้สัมภาษณ์ต่างเคยมาซื้อสินค้าที่ร้านโดยส่วนหนึ่งเป็นลูกค้าประจำที่มีความสัมพันธ์กับร้านมานานจากรุ่นสู่รุ่น อีกส่วนหนึ่งที่มาซื้อเพราะการบอกรับต่อ โดยผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าจะมีบางส่วนนำไปจัดจำหน่ายที่ร้านของผู้บริโภคเอง จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคพบว่ามีบริการหลังการขาย บริการส่งสินค้าในบริเวณใกล้เคียง และรับเปลี่ยนคืนสินค้ากรณีที่ชำรุด

2. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ผู้ที่วิจัยได้ลงพื้นที่ไปยังร้านห้างเจริญสุขเพื่อสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ทำให้ทราบว่าสินค้าที่จัดจำหน่ายภายในร้าน ยังไม่ครอบคลุมและไม่เพียงพอ กับความต้องการของผู้บริโภคทั้งหมด

จากการสัมภาษณ์ ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าภายในร้าน กล่าวว่า “ห้างร้านมีสินค้าที่ตรงกับความต้องการแต่ยังไม่ครอบคลุมทั้งหมด ในกรณีเลือกซื้อสินค้า มีการจัดวางให้สามารถเลือกซื้อได้อย่างสะดวกแต่บางจุดยังจัดวางสินค้าไว้ในที่สูงอยู่ในที่ที่มองเห็นและเลือกซื้อได้ไม่สะดวก”

จากการสัมภาษณ์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้สินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น มีราคาที่ถูก

ลง

3. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

การที่จะพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมจะต้องคำนึงถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขให้การค้าปลีกมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า จำนวน 15 คน พบว่า โดยภาพรวมร้านค้าปลีกไม่ค่อยมีปัญหาใหญ่นัก อาจเป็นเพราะว่า มีการบริการที่ดี ซื่อสัตย์

และมีบริการหลังการขายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยสรุปปัญหาและอุปสรรคของร้านค้าปลีกแบบดังเดิม มีดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับสินค้าไม่ครอบคลุมกับความต้องการของลูกค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า ลูกค้ามีความต้องการสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งสินค้าบางอย่างทางร้านไม่มีจัดจำหน่ายหรือสินค้าไม่เพียงพอ ดังนั้นทางร้านควรมีการจัดเก็บสินค้าไว้ในคลังให้เพียงพอ กับความต้องการของผู้บริโภคและห้ามสินค้าใหม่เข้ามาจัดจำหน่ายภายในร้าน

2. ปัญหาเกี่ยวกับการจัดวางสินค้า หรือบรรยากาศภายในร้าน จากการสัมภาษณ์และการสังเกต พบร่วมกับสินค้าบางอย่างที่ผู้บริโภคต้องการซื้อมีการจัดวางอยู่ในตำแหน่งที่สูงซึ่งยากต่อการเลือกซื้อ และมีสภาพอากาศร้อนอบอ้าวภายในร้านบางช่วงเวลา ทำให้ผู้บริโภคไม่สบายเมื่อเดินเลือกซื้อ สินค้าภายในห้องสรรพสินค้า ดังนั้นทางร้านจึงควรจัดวางสินค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก รวมทั้งควรมีการติดตั้งเครื่องระบายอากาศเพื่อรักษาอุณหภูมิภายในร้านไม่ให้ร้อนอบอ้าวจนเกินไป

3. ปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางมาซื้อสินค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า การใช้รถส่วนตัวเดินทางมาซื้อสินค้าไม่ค่อยสะดวกมากนักเนื่องจากทางเข้ามีบริเวณไม่กว้าง มีคนเดินเลือกซื้อกันเป็นจำนวนมากทำให้ต้องไปทางที่จอดรถบริเวณอื่นหรือต้องจักรถรับจ้างบริเวณนั้นแทนการเดินทางส่วนตัวไป ดังนั้นทางร้านควรจะมีบริการการโทรศัพท์สั่งสินค้าและจัดส่งสินค้าที่ทั่วถึงเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย

4. ปัญหาเกี่ยวกับต้นทุนและผลประกอบการ จากการสัมภาษณ์พบว่า ต้นทุนสินค้าของร้านค้าปลีกแบบดังเดิมมีราคาที่สูงกว่าร้านค้าสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า เนื่องจากร้านค้าปลีกแบบดังเดิมมีปริมาณในการสั่งซื้อสินค้ามาจัดจำหน่ายได้น้อยกว่าจึงทำให้มีต้นทุนที่สูงและต้องจัดจำหน่ายในราคาน้ำหนักที่ต่ำกว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และห้างสรรพสินค้าต่างๆ ที่มีปริมาณการสั่งซื้อและซองทางการจัดจำหน่ายที่มากกว่าดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้องการให้ต้นทุนของสินค้าที่นำมาจัดจำหน่ายมีราคาต่ำลงเพื่อที่จะได้รับผลกำไรที่มากขึ้น

5. การแข่งขันและคู่แข่งทางการค้า จากการสัมภาษณ์พบว่า มีร้านค้าปลีกที่จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่เหมือนกัน นอกจากนี้ยังมีร้านค้าสมัยใหม่ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้เคียง ซึ่งส่งผลกระทบกับร้านค้าปลีกแบบดังเดิมโดยตรงเนื่องจากผู้บริโภคหันไปใช้บริการ ร้านค้าสมัยใหม่ และห้างสรรพสินค้าที่มีความสะดวกสบายมากกว่า ทำให้ร้านค้าปลีกแบบดังเดิมต้องหากลยุทธ์เพื่อแก้ไข ดังนั้นจึงเสนอแนวทางโดยการสร้างเว็บไซต์ขึ้นเพื่อเสนอขายสินค้าและมีบริการจัดส่งสินค้าให้กับผู้บริโภค

4. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่นๆ

จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคส่วนใหญ่อยากให้ร้านค้าปลีกทางแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นให้โดยเร็ว เพื่อให้มีสินค้าที่ครอบคลุมและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และผู้บริโภคจะมีความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยสภาพปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก และเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงและพัฒนาภายในร้านค้าต่อไป การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารต่างๆ การสำรวจภาคสนาม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 15 คน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้วิธีการแบบสามเส้า คือ การรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน โดยใช้วิธีการรวมข้อมูลต่างกัน ทั้งจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมควบคู่การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พร้อมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารประกอบ

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารทั้งทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มหาวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบไม่ทางการ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และอื่นๆ เพื่ออธิบายสภาพปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก

1. การสรุปผลวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ศึกษาสภาพปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีก สามารถสรุปได้ดังนี้
จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความต้องการที่หลากหลายและความหลากหลาย
ในการเข้าถึงสินค้าและบริการต่างๆ เนื่องจากในปัจจุบันมีสินค้าให้เลือกมาก many ผู้บริโภคสามารถ
เข้าถึงและรับรู้ข่าวสารของสินค้าและบริการใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วผ่านทางสื่อโฆษณา ป้ายโฆษณา
รวมถึงสังคมออนไลน์ต่างๆ และทำให้ผู้วิจัยทราบถึงสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ว่ามี
จุดอ่อน สินค้าไม่ครอบคลุมกับความต้องการของลูกค้า การจัดวางสินค้า สภาพอากาศ การเดินทาง
ต้นทุนและผลประกอบการ คู่แข่งทางธุรกิจ และยังทราบถึงแนวทางในการแก้ไขปัจจุบันและพัฒนา
ร้านค้าปลีกในยุคปัจจุบัน โดยมี 5 ด้าน คือ ด้านความต้องการ ด้านความสะดวกสบาย ด้าน
สภาพแวดล้อม ด้านต้นทุนและผลประกอบการ ด้านคู่แข่งทางการค้า

ด้านความต้องการ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภค มีความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น
เนื่องจากสินค้าที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ร้านค้าต้องหมั่นตรวจสอบความต้องการและหาสินค้า
ใหม่ๆ ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มาจัดจำหน่ายภายในร้าน

ด้านความสะดวกสบาย จากการศึกษาพบว่า ผู้คนในยุคปัจจุบันเน้นความสะดวกสบาย
รวดเร็ว และได้รับของที่มีคุณภาพ แต่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในปัจจุบันยังไม่สามารถให้ความสะดวก
สบาย กับผู้บริโภคได้มากเท่าที่ควร ดังนั้นควรจะมีบริการการโทรศัพท์สั่งสินค้าและจัดส่งสินค้าที่ทันสมัย
เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย

ด้านสภาพแวดล้อม จากการศึกษาพบว่า การจัดร้าน การจัดวางสินค้า สภาพอากาศ มีผลกับ
การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจมาใช้บริการ ดังนั้นจึงควรจัดวางสินค้าให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้

อย่างสะดวก รวมทั้งความมีการติดตั้งเครื่องระบบอากาศเพื่อรักษาอุณหภูมิภายในร้านไม่ให้ร้อนอบอ้าวจนเกินไป

ด้านต้นทุนและผลประกอบการ จากการศึกษาพบว่า ด้วยต้นทุนสินค้าที่สูงกว่าแต่ต้องจำหน่ายสินค้าในราคาน้ำหนัก แต่ยังได้กำไรทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีผลประกอบการที่ไม่ค่อยดีนัก เพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำลงจึงควรสั่งซื้อในปริมาณที่เพิ่มขึ้นและหาช่องทางในการจัดจำหน่ายที่มากขึ้น

ด้านคู่แข่งทางการค้า จากการศึกษาพบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีคู่แข่งและมีการแข่งขันที่สูงในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้านค้าสมัยใหม่ ห้างสรรพสินค้า จะใช้วิธีลดราคาของสินค้าให้ต่ำกว่าที่อื่นๆเพื่อให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นจึงควรหาแนวทางกระจายสินค้าออก โดยสร้างเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น สอบถามรายละเอียดต่างๆของสินค้าได้โดยไม่ต้องเดินทางมาที่ร้าน ซึ่งเป็นจุดที่ห้างไม่มีบริการ

2.อภิปรายผล

ในปัจจุบันมีการแข่งขันเกิดขึ้นมากมายในวงการธุรกิจ รวมไปถึงธุรกิจค้าปลีกที่ต้องแข่งขันกับร้านค้าด้วยกันเองและห้างสรรพสินค้า โดยคนส่วนใหญ่นิยมเข้าไปซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า เพราะให้ความสะดวกสบายมากกว่าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิษณุ อุ่มวิญญาณ(2554)

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นการเปิดร้านค้าขายสินค้าอุปโภค บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ รัฐวุชร พัฒนิยะรุจิ (2557) แต่ยังมีปัญหามากในเรื่องบรรยายกาศภายในร้าน การจัดวางของสินค้า การกระจายสินค้าออกไม่หมด ดังนั้นเพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาร้านค้าปลีกควรมีเครื่องระบบอากาศภายในร้าน จัดวางสินค้าในตำแหน่งที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้สะดวกคือ วางในระดับสายตา ไม่สูงจนเกินไป รวมถึงศึกษาความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันว่ามีความต้องการทางด้านไหนและจัดจำหน่ายสินค้าด้านนั้น เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขายสินค้าไม่ออก หรือมีการสร้างเงื่อนไขของร้าน เปิดจำหน่ายทางออนไลน์ให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้าพร้อมกับสอบถามรายละเอียดโดยไม่ต้องเดินทางมาที่ร้านเองเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อของหรือใช้บริการทางออนไลน์ทำให้ร้านค้าปลีกกระจายสินค้าภายในร้านได้เร็วขึ้น

จากการศึกษาศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า ปัจจัยสำคัญที่จะพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้ยั่งยืนได้ คือ การอำนวยความสะดวกต่างๆให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีสินค้าที่ครอบคลุมและเพียงพอ และมีการจัดวางสินค้าที่ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า มีการบริการและอัธยาศัยที่ดีกับผู้บริโภคเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้มาร่วมใช้บริการ รวมถึงการสร้างช่องทางกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภคให้มากขึ้น

3.ข้อเสนอแนะ

3.1.ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1.1 จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบความสะดวกสบาย มีการบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ ดังนั้นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรจะพัฒนา โดยเน้นใช้

เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และรักษาให้ความช่วยเหลือ เปลี่ยนร้านค้าปลีกแบบเดิมๆให้ทันสมัยมากขึ้น เพื่อก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 และพัฒนาให้สามารถรองรับผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยกำลังเริ่มก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ซึ่งมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปในการศึกษาความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อทราบสิ่งที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ธุรกิจค้าปลีกก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กฤษณ์ ทัพจุฬา. (2557). ความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์. (2551). สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า.

ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.dit.go.th/otcc/index.asp>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2552). ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2559, จาก

<http://www.dbd.go.th>.

รัฐวัชร์ พัฒนจิราธุน. (2557). พฤติกรรมผู้บริโภค. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2559, จาก

<http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>

เทพพนม และสวิง. (2540). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ. ค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2559, จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/492000>

นภารัตน์. (2544). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ. ค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2559, จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/492000>

พิษณุ อิ่มวิญญาณ. (2554). การจัดการร้านค้าปลีกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของ

ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ศรีเพ็ญ ศุภพิทยากุล. (2532). วิธีปรักรกฎการณ์วิทยา. ค้นเมื่อ 28 ธันวาคม 2559, จาก

<http://portal.edu.chula.ac.th/pub/jrm/index.php/jrm/article/view/500>

Elia and Partrick. (1972). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ. ค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2559, จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/492000>

Kotler Philip. (1997). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม

2559, จาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>

Morse. (1958). แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ. ค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2559, จาก

<https://www.gotoknow.org/posts/492000>

Schiffman and Kanuk. (1994). พฤติกรรมผู้บริโภค.ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2559, จาก

<http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>

