

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : การศึกษาค่ากว่าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การศึกษาผลกระทบจากธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ต่อผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านขายของชำ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวกิงกาญจน์ คำราพิช
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.พนม พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: สิงหาคม 2545
จำนวนหน้า	: 68 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่ธุรกิจร้านขายของชำได้รับจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ และกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายของชำนำมาใช้หลังจากที่ได้รับผลกระทบจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำผลการวิจัยเป็นข้อมูลปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจร้านขายของชำ รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาด ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดขนาดตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิจัยครั้งนี้พบว่า ธุรกิจร้านขายของชำ เจ้าของกิจการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จะมีช่วงอายุ ระหว่าง 46-55 ปี มีสถานภาพแต่งงาน มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านเป็นลูกค้าทั่วไป มีมูลค่าสินทรัพย์ของกิจการต่ำกว่า 100,000 บาท และสินค้าที่ขายดี เป็นสินค้าประเภท บุหรี่ สุรา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเคยถามลูกค้าถึงเหตุจูงใจในการเข้ามาซื้อสินค้าในร้าน และเหตุจูงใจที่ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าที่ร้านส่วนใหญ่ เพราะ ความสะดวก ใกล้บ้าน

ผลกระทบของธุรกิจร้านขายของชำ ที่ได้รับจากธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จำแนกตามผลกระทบที่เป็นประโยชน์ที่ลดลงพบว่า ด้านรายได้และการตลาด คือ ผลกระทบด้านจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเฉลี่ยต่อวัน ด้านต้นทุนและค่าใช้จ่าย คือ ค่าใช้จ่ายในการประกอบการ

ที่ไม่เกี่ยวกับต้นทุน ด้านกำไรจากการดำเนินงาน ด้านการชำระหนี้ คือ การคืนเงินค่าเงินต้น และดอกเบี้ยการกู้ยืม ด้านสินทรัพย์หมุนเวียน คือ สินค้าประเภทเครื่องสำอาง ในด้านของผลกระทบที่เป็นผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้น พบว่า ด้านรายได้และการตลาด คือ มูลค่าการซื้อสินค้าเฉลี่ยแต่ละครั้งของลูกค้า ด้านต้นทุนและค่าใช้จ่าย คือ ต้นทุนซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อเดือน ด้านกำไรจากการดำเนินงาน ด้านการชำระหนี้ คือ การจ่ายชำระหนี้ค่าซื้อสินค้า และด้านสินทรัพย์หมุนเวียน คือ ยอดลูกค้าหนี้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอัตราการลดและค่าเฉลี่ยอัตราการเพิ่มขึ้นในด้านเดียวกัน คือ ด้านรายรับจากยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ด้านต้นทุนซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อเดือน ด้านกำไรจากการดำเนินงาน ด้านการจ่ายชำระหนี้ค่าสินค้า และด้านปริมาณสินค้าที่นำมาจำหน่ายประเภทเครื่องสำอาง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอัตราการลดลงจำแนกตามระยะเวลาเปิดดำเนินการ ด้านรายได้และการตลาด คือ จำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเฉลี่ยต่อวัน มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 6-10 ปี รายรับจากยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 21 ปีขึ้นไป ความถี่ในการเข้ามาใช้บริการต่อสัปดาห์ของลูกค้าแต่ละคน มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 21 ปีขึ้นไป มูลค่าการซื้อสินค้าเฉลี่ยแต่ละครั้งของลูกค้ามีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 6-10 ปี ต้นทุนและค่าใช้จ่าย มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 16-20 ปี ค่าใช้จ่ายในการประกอบการที่ไม่เกี่ยวกับต้นทุนสินค้า มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 21 ปีขึ้นไป กำไรจากการดำเนินงานมีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 21 ปีขึ้นไป การชำระหนี้ค่าซื้อสินค้า มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 21 ปีขึ้นไป การคืนเงินค่าเงินต้น และดอกเบี้ยการกู้ยืม มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 21 ปีขึ้นไป สินทรัพย์หมุนเวียนสินค้าประเภทเครื่องสำอาง มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 21 ปีขึ้นไป ของใช้ส่วนตัว มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 6-10 ปี ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11-15 ปี เครื่องดื่ม มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11-15 ปี สินค้าอุปโภคบริโภค มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 6-10 ปี ขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11-15 ปี อาหารกึ่งสำเร็จรูป มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 6-10 ปี บุหรี่ สุรา มีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11-15 ปี และด้านยอดลูกค้าหนี้รวมเฉลี่ยต่อเดือนมีระยะเวลาเปิดดำเนินการ 11-15 ปี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หลังจากที่ได้รับผลกระทบ ได้เลือกใช้กลยุทธ์ด้านการตลาด โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆเป็นกลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะเจ้าของธุรกิจร้านขายของชำ ต้องปรับปรุงกลยุทธ์และการดำเนินงาน ควรเพิ่มปริมาณสินค้าในร้านให้หลากหลาย มีให้เลือกหลายยี่ห้อ สินค้ามีความทันสมัย จัดหาสินค้า

ได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ลดราคาสินค้าให้แก่ลูกค้า เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าในร้าน คิดป้ายราคาสินค้าให้ชัดเจน ไม่เอาเปรียบลูกค้า จัดรูปแบบร้านค้าให้ทันสมัย สะอาด สร้างบรรยากาศที่ดี มีระเบียบ มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า มีมนุษยสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ทำการส่งเสริมการตลาด โดยการสะสมคะแนนเพื่อแลกของสมนาคุณ จับคู่pong มีพนักงานขายที่มีมนุษยสัมพันธ์ ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น รวมถึงการจัดให้มีที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

PAYAP UNIVERSITY