

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของการขยายตัวของดิสเคานท์สโตร์ที่ส่งผลต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมก่อนและหลังมีการปรับปรุงในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 40 – 49 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น เปิดดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลา 30 ปีขึ้นไป ลักษณะของร้านส่วนใหญ่เป็นอาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการเองระยะห่างระหว่างร้านค้าปลีกประเภทดิสเคานท์สโตร์กับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ทำการปรับปรุงร้านให้มีรูปแบบทันสมัย ส่วนใหญ่มีระยะห่างประมาณ 1 กิโลเมตร – 2 กิโลเมตรและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่มีจำนวนลูกค้าประจำลดลง มีจำนวนลูกค้าขาจรลดลงมียอดขายลดลง มีกำไรลดลง

ปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย

จากการศึกษาการเปรียบเทียบดำเนินกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่า ก่อนทำการปรับปรุงร้าน ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเป็นร้านค้าแบบธรรมดา ส่วนใหญ่ไม่มีเครื่องอำนวยความสะดวกในการให้บริการ ส่งผลให้ร้านมียอดขายลดลง ลูกค้าประจำลดลง ลูกค้าขาจรลดลง มีกำไรลดลง ภายหลังทำการปรับปรุง พบว่า ร้านค้าส่วนใหญ่เป็นร้านติดเครื่องปรับอากาศและมีบางร้านที่ติดพัดลม ร้านค้าส่วนใหญ่นำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการปรับปรุงการบริหารของร้าน ส่งผลให้ร้านค้ามียอดขายสินค้าเพิ่มขึ้น ลูกค้าประจำเพิ่มขึ้น ลูกค้าขาจรเพิ่มขึ้น มีกำไรเพิ่มขึ้น

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมก่อนและหลังที่ทำการปรับปรุงร้านให้มีรูปแบบทันสมัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 – 45 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพแม่บ้าน โดยมีรายได้เฉลี่ย/เดือน 10,001 – 20,000 บาท และสมาชิกในครอบครัวมีจำนวน 3 คน ก่อนปรับปรุง พบว่า มีผู้บริโภคที่เคยใช้บริการมีจำนวน 385 คน และใช้บริการเป็นระยะเวลา 5 – 6 ปี โดยมีความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเฉลี่ย 1 – 5 ครั้ง/เดือน และมีค่าเฉลี่ยในการซื้อสินค้าต่ำกว่า 200 บาท/ครั้ง ภายหลังปรับปรุง พบว่า มีผู้บริโภคซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย 6 – 10 ครั้ง/เดือน โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าครั้งละ 201 – 500 บาท

ก่อนทำการปรับปรุง พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ความพึงพอใจด้านการขายและการบริการ ภายหลังการปรับปรุงร้าน พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจด้านราคา ความพึงพอใจด้านสถานที่ ความพึงพอใจด้านการขายและการบริการ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ (ความถี่) พบว่า เพศ อายุ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ (ความถี่) ในการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของผู้บริโภค สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ (ความถี่)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า (ค่าใช้จ่าย) พบว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า (ค่าใช้จ่าย) เพศ ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า (ค่าใช้จ่าย)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ (ความถี่) ในการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมภายหลังการปรับปรุง พบว่า

เพศ จำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ (ความถี่) ในการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของผู้บริโภค

อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ (ความถี่)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า (ค่าใช้จ่าย) พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า (ค่าใช้จ่าย) ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า (ค่าใช้จ่าย) ของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

Abstract

175435

The thesis on "The Impact of Discount Store Expansion on Renovated on Traditional Retail Store in Bangkok Metropolitan"

The study found that most of owners of modernized Traditional Retail were female between 40-49 years of age, and graduated from junior high schools. They were generally in the business for at least 30 years. Most of the stores had commercial buildings as their business premises, the possessory rights of which belonged to the owners, at a distance of approximately 1-2 kilometers. Most of Tradition Retail experienced a drop in both regular and casual customers, which led to falling sales volumes and profits. In the aspect concerning storeowners' viewpoints on key factors effecting operations of Traditional Retail, factors getting high average points were product, price, distribution, promotional marketing, and sales by salesperson.

In comparing operations among Traditional Retail, it was found that most retail stores were banal and had no service facilities, these stores could not attract customers to buy. Sales volumes dropped, so did regular customers, casual customers, and profits. After Store Modernization The study showed that modernized retail stores were air-conditioned, with just a few had electric fans installed. After the modernization, stores had higher sales, regular customers, casual customers, and profits.

In studying behavior of consumer of Traditional Retail before and after modernization, it was found that majority of the consumers were females, aged between 36-45 years, married, and received bachelor's degrees. Most of them were housewives of a family of three, and earned Baht 10,001-20,000 a month. The study concerning

behavior of consumers of Traditional Retail showed that 385 persons had bought from these stores, mostly for the period of 5-6 years. The average frequency of purchase was 1-5 times per month, with the spending of less than Baht 200 a purchase. After stores were modernized, consumers bought from the stores at the average of 6-10 times a month and spent around Baht 201-500.

Results of consumer behavior study revealed that consumers' satisfactions, on goods and services of Traditional Retail, that got moderate average points were the presence of sales representatives, and the assistance from store owners. After Store Modernization Consumer satisfactions receiving high total average points were those about product, price, place and sales and services.

From the analysis of association between general characteristics of consumers and purchasing behavior (frequency) in Traditional Retail, it was found that:-

Sex Age and occupation had positive association with purchasing behavior (frequency). Marital status, educational background, income, family size had negative association with purchasing behavior (frequency)

From the analysis of association between general characteristics of consumers and purchasing behavior (spending) in Traditional Retail, it was found that:-

Age, marital status, background, occupation, income, and family size were associated with purchasing behavior (spending). Sex , educational was not associated with purchasing behavior (spending)

After Store Modernization From the analysis of association between general characteristics of consumers and purchasing behavior (frequency) in Traditional Retail, it was found that:-

Sex had positive association with purchasing behavior (frequency).

Age, marital status, educational background, occupation, income and Family size had negative association with purchasing behavior (frequency).

From the analysis of association between general characteristics of consumers and purchasing behavior (spending) in Traditional Retail, it was found that:-

Sex age, marital status, occupation, spending, and family size were associated with purchasing behavior (spending). Educational background was not associated with purchasing behavior (spending).