

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ประการ คือ ศึกษาภาพรวมของธุรกิจดีสเคาท์สโตรในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต กลยุทธ์ในการปรับตัวของห้างซูเปอร์ซีปเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของดีสเคาท์สโตรข้ามชาติ ทั้งทางด้านราคาและไม่ใช้ราคา และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกดีสเคาท์สโตรของผู้บริโภค โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างห้างซูเปอร์ซีปกับดีสเคาท์สโตรข้ามชาติ

จากการศึกษาภาพรวมของธุรกิจ พบว่า ตลาดดีสเคาท์สโตรในจังหวัดภูเก็ตมีแนวโน้มที่จะเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย กล่าวคือ นับตั้งแต่ปี 2538-2550 จังหวัดภูเก็ตมีผู้ประกอบการดีสเคาท์สโตรเพียง 4 ราย ได้แก่ ห้างซูเปอร์ซีป เทสโก้-โลตัส บิ๊กซีและแม็คโคร โดยสินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายคลึงกันมาก เนื่องจากประเภทของสินค้าที่จำหน่ายมีความใกล้เคียงกันและเป็นตราสินค้าของผู้ผลิตระดับประเทศ อีกทั้งการเข้าสู่ตลาดของผู้ขายรายใหม่สามารถกระทำได้อย่างยาก เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเงินลงทุน การประหยัดจากขนาดของผู้ประกอบการเดิมและข้อจำกัดทางกฎหมาย

เมื่อพิจารณาการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ พบว่า ในส่วนของกลยุทธ์ทางด้านราคา ห้างซูเปอร์ซีปจะใช้นโยบายราคาเดียวในทุกช่วงเวลา ในขณะที่ดีสเคาท์สโตรข้ามชาตินิยมตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการขาย ซึ่งการตั้งราคาสินค้าของทั้งสองฝ่ายเป็นไปตามกลไกตลาดและมีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวคิดเส้นอุปสงค์หักงอ ในขณะที่กลยุทธ์ที่ไม่ใช้ราคาที่ใช้สร้างความได้เปรียบเหนือดีสเคาท์สโตรข้ามชาติของห้างซูเปอร์ซีป ประกอบด้วย จำนวนและประเภทของสินค้า ความสดใหม่ของสินค้าประเภทอาหารสด การให้บริการส่งสินค้าถึงบ้านฟรี ท่าเลที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง ช่องทางการชำระเงินค่าสินค้า และการจัดส่งพนักงานขายไปรับคำสั่งซื้อจากร้านค้าปลีกรายย่อย แต่สิ่งที่ห้างซูเปอร์ซีปเสียเปรียบดีสเคาท์สโตรข้ามชาติ คือ จำนวนตราสินค้าที่ห้างซูเปอร์ซีปผลิตขึ้นเอง ความเพียงพอของที่จอดรถ การวางผังร้าน บรรยากาศภายในร้าน อำนาจการต่อรองกับบริษัทผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย สื่อโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

สำหรับผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกดีสเคาท์สโตรของผู้บริโภค โดยใช้แบบจำลองโลจิต ปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสที่จะไปซื้อสินค้าจากห้างซูเปอร์ซีปมากกว่าดีสเคาท์สโตรข้ามชาติ ประกอบด้วย รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากบ้านไปยังห้างซูเปอร์ซีปสั้นที่สุดเมื่อเทียบกับดีสเคาท์สโตรข้ามชาติ การให้เหตุผลด้านราคา ถูกและความหลากหลายของสินค้าเป็นอันดับแรกเมื่อเทียบกับการให้เหตุผลด้านบรรยากาศ

ภายในร้านเป็นอันดับแรก รวมทั้งการให้การระดมยอซื้อเพื่อแลกของสมนาคุณเป็นเหตุจูงใจด้านการส่งเสริมการขายเมื่อเทียบกับส่วนลดที่ได้จากการซื้อสินค้า

หากพิจารณาตามแบบจำลองมัลติโนเมียลโลจิต ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกดีสเคทส์โตร์ ระหว่างห้างซูเปอร์ซีปกับดีสเคทส์โตร์ข้ามชาติ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์หลักในการซื้อสินค้าไปเพื่อการจำหน่ายหรือประกอบกิจการส่วนตัวเมื่อเทียบกับการซื้อสินค้าไปเพื่อการอุปโภคบริโภค ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากบ้านไปยังห้างซูเปอร์ซีปสั้นที่สุดเมื่อเทียบกับดีสเคทส์โตร์ข้ามชาติ การให้เหตุผลด้านราคาถูก ความหลากหลายของสินค้าและระยะเวลาในการเดินทางสั้นที่สุดจากบ้านไปยังดีสเคทส์โตร์ที่ไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุดต่อเดือนเป็นอันดับแรกเมื่อเทียบกับการให้เหตุผลด้านบรรยากาศภายในร้านเป็นอันดับแรก การให้การระดมยอซื้อเพื่อแลกของสมนาคุณเป็นเหตุจูงใจด้านการส่งเสริมการขายเมื่อเทียบกับส่วนลดที่ได้จากการซื้อสินค้าและอายุ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการไปซื้อสินค้าจากห้างซูเปอร์ซีปเมื่อเทียบกับดีสเคทส์โตร์ข้ามชาติในลักษณะที่ไม่ใช่เส้นตรง (nonlinear)