

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของธุรกิจค้าปลีกไทยในกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค โดยมุ่งที่จะศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการบริหารจัดการตลาดของร้านค้าปลีกไทยในกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค จำแนกตามสถานภาพทางธุรกิจของร้านค้าปลีกไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ร้านค้าปลีกที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 322 ร้าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมโดยการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน , χ^2 , ANOVA , และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS V.11

ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพทางธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นร้านค้าปลีกขายสินค้าอุปโภค มีจำนวนบุคลากร 3-4 คน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 1-5 ปี รูปแบบการจัดตั้งเป็นแบบธุรกิจส่วนตัว สถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบันได้แก่ ความผันผวนทางการเมือง ร้านค้าปลีกต่างชาติควรลดเวลาในการจำหน่ายสินค้าในแต่ละวันให้น้อยลง ลูกค้านิยมซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่างชาติมากขึ้น เนื่องจากตั้งอยู่ในบริเวณชุมชน มีสินค้าที่หลากหลาย มีการให้ของแถม ลูกค้านิยมให้ร้านค้าปลีกไทยลดราคาสินค้าลงให้เท่ากับราคาขายสินค้าในร้านค้าปลีกต่างชาติ จุดแข็งของร้านค้าปลีกไทยคือวิธีการจดจำลูกค้าใช้ความคุ้นเคย การให้เครดิตร้านค้าปลีกไทยต้องการให้ผู้ส่งสินค้าลดราคาขายสินค้าให้เท่ากับราคาที่ขายให้กับร้านค้าปลีกต่างชาติ ต้องการข้อมูลข่าวสารจากสมาคมค้าปลีกไทย และต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือในเรื่องการขยายสาขาของร้านค้าปลีกต่างชาติ เนื่องจากการขยายสาขาของร้านค้าปลีกต่างชาติทำให้อยอดขายและกำไรของร้านค้าปลีกไทยลดลง

การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญของแนวทางการบริหารจัดการของธุรกิจค้าปลีกไทยจำแนกตามประเภทสินค้าหลักที่ขาย จำนวน 4 รายการ ได้แก่ ด้านราคา ด้านการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการเงิน ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 10 รายการ ได้แก่ เพิ่มความหลากหลายของประเภทสินค้าให้มากขึ้น ลดราคาเมื่อสินค้าใกล้หมดอายุ กำหนดราคาสินค้าโดยใช้นโยบายราคาที่ยืดหยุ่นได้ ให้บริการจัดส่งสินค้า ให้บริการในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ การจัดวางแสดงสินค้าให้เป็นที่น่าสนใจของลูกค้า ให้ของแถมตามสัดส่วนการซื้อสินค้า บันทึกรายการด้านการเงินและบัญชี นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในด้านการเงินและบัญชี มีนโยบายการบริหารหนี้สินที่มีประสิทธิภาพ การวิจัยครั้งนี้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

An objective of this research is to study the problem and requirement of consumer product retailer business in Thailand. A main aim is to compare the difference management approaches used in consumer product retailers classified by business status of retailer. The sample in this study is 322 retailer stores in an area of Bangkok. The tool that we use in this research is questionnaire which is collected through in-person interview. The statistics methods used in an analysis are percentile, standard deviation, χ^2 , ANOVA, and difference analysis by pair of data using Scheffe analysis. All of the statistical analysis is performed using SPSS V.11 application software.

From this research, we reveal that retailer business completing our questionnaire is retailer store selling consumer product. Most of them are operated by a few people, and the business is last for 1-5 years. Retailer store is based on small business organization. For the factors that currently impact the retailer business are the political chaos and the super and mega store operated by foreigners. In this case, to reduce the impact, the super and mega store should decrease the opening time per day. Since these super and mega stores are located close to the community and offer a variety of products, several sale promotions, they are preferred by the customers. Also, the customer demands retailer store to reduce the price at the same level offered by super and mega store. However, from this study, we discover that the strength of the retailer store is a friendly environment to the customer. In order to help the retailer store operating by local people, the supplier is required to offer a credit to the retailer stores, so that the price at the retailer store can be reduced. The retailer stores also need information from the Retailer Business of Thailand and also the support from the government, especially to limit the branch expansion of the super and mega store, since these super and mega stores have the great impact on the amount of sell of the retailer business.

In this study, we compare the difference among average scores for the different management approaches used by retailer business classified by the factors of main selling product. These 4 factors include price, selling method, marketing promotion, and finance. When the comparison is performed by each factor, we reveal that there is the significant statistical difference at the level of .05 for 10 items. These are increasing a variety of products, decreasing the price when the expiry date is approaching, setting the price by using flexible policy, providing delivery service, providing order making through telephone, changing the look of product on the shelf, offering bonus when the customer buys for a certain amount, recording the financial and accounting data, using computer to enhance the efficiency of financial and accounting tasks, and performing effective debt management. In this research, the statistical significance is set at .05.