

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยสร้างยุทธศาสตร์ในรูปแบบที่ 5 โดยผู้วิจัยได้นำยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าขนาดเล็กในตลาดห้วยสะแก ตำบลห้วยสะแก อำเภอห้วยสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มาทดลองใช้กับปัญหาทุกข้อของร้านค้าขนาดเล็กในตลาดห้วยสะแก

สรุป

การวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ปัญหาการวิจัย

1. รูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในตลาดห้วยสะแกที่สามารถแข่งขันกับกลุ่มร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คือรูปแบบใด
2. ผลการทดลองใช้รูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในตลาดห้วยสะแกให้ผลอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดห้วยสะแก ให้สามารถแข่งขันกับการขยายตัวของกลุ่มร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่
2. เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดห้วยสะแก

สมมติฐานการวิจัย

1. ยอดขายหลังการใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก สูงกว่ายอดขายก่อนการใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีก
2. จำนวนลูกค้าหลังการใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก มากกว่าจำนวนลูกค้าก่อนการใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก
3. ความพึงพอใจของลูกค้าหลังการใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก สูงกว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีก

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เป็นร้านค้า ได้แก่ ร้านค้าปลีกในเขตเทศบาลตำบลทับสะแก บริเวณที่เรียกว่า “ตลาดทับสะแก” จำนวน 30 ร้าน กลุ่มตัวอย่างที่เป็นร้านค้า ได้แก่ ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก 10 ร้าน ได้แก่ 1) ร้านอู๊ดยูนิค 2) ร้านอิงเสียงหวด 3) ร้านอนุสรณ์พาณิชย์ 4) ร้านสร้อยแก้ว 5) ร้านแต้วการคำ 6) ร้านแสงไทย 7) ร้านไคว้จิบเซ้ง 8) ร้านเอี่ยมเจริญ 9) ร้านบรรจงพาณิชย์ 10) ร้านกิมฮั่งสั่ง

ประชากรที่เป็นลูกค้าของร้านค้า 10 ร้านจำนวนประมาณ 500 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าของร้านค้า 10 ร้านได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 400 คน

2. ระยะเวลาในการวิจัย เมษายน 2547 ถึง มิถุนายน 2548

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรกระทำการ คือ การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก

3.2 ตัวแปรพัฒนาการ คือ ยอดขายสินค้า จำนวนลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยประเภทการวิจัยและพัฒนา (R & D) โดยใช้รูปแบบการวิจัยยุทธศาสตร์ ดังนี้

ขั้น D_0 สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนา คือ ยอดขายลดลง จำนวนลูกค้าลดลง และความพึงพอใจของผู้บริโภคลดลง ซึ่งนำไปสู่ขั้น R_1 อันประกอบด้วย ขั้น R_1A วิเคราะห์สภาพปัญหา R_1O สภาพปัญหามีคู่แข่งขั้นทางการค้า พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน เจ้าของกิจการขาดความรู้ด้านการพัฒนาการขยาย ขาดรูปแบบในการพัฒนาปรับปรุงร้านค้า มีการจัดร้านที่น่าสนใจมีการโฆษณาจูงใจลูกค้าด้วยสื่อต่างๆ เพิ่มขึ้น และขั้น D_1O ได้ปัญหาเป้า คือ ขาดรูปแบบการพัฒนาการขยาย

ขั้น R_2 อันประกอบไปด้วยขั้น R_2A การศึกษาหลักวิชาการสร้างยุทธศาสตร์ไปอันนำไปสู่ R_2O ได้ข้อความรู้เกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาลูกค้าเป้า ขั้น D_2 ประกอบไปด้วย D_2A ขั้นการสร้างยุทธศาสตร์ของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก ไปสู่ D_2O ได้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก

ขั้น R_3 อันประกอบไปด้วยขั้น R_3A การวิจัยทดลองยุทธศาสตร์อันนำไปสู่ R_3O ได้ผลการทดลองยุทธศาสตร์ที่สร้างขึ้นเพื่อแสดงถึงการใช้ได้ของยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก

เครื่องมือในการวิจัย

1. ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก

2. แบบบันทึกยอดขาย และแบบบันทึกจำนวนลูกค้า
3. กล้องถ่ายรูป
4. แบบสอบถามความพึงพอใจ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ด้านยอดขาย โดยเก็บตั้งแต่เดือนเมษายน 2547 – มิถุนายน 2548 แบ่งเป็นก่อนใช้ยุทธศาสตร์ คือ เมษายน – สิงหาคม 2547 ระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์ คือ กันยายน 2547 – มกราคม 2548 และ หลังการใช้ยุทธศาสตร์ คือ กุมภาพันธ์ – มิถุนายน 2548 ซึ่งเป็นยอดขายแต่ละเดือนที่เจ้าของร้านค้าบันทึกในแบบบันทึกยอดขายประจำ

2. ด้านลูกค้า โดยใช้แบบนับความถี่ของลูกค้าจากจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าของลูกค้าแต่ละร้าน โดยเก็บตั้งแต่เมษายน 2547 – มิถุนายน 2548 แบ่งเป็นก่อนใช้ยุทธศาสตร์ ระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์ และหลังการใช้ยุทธศาสตร์

3. ด้านความพึงพอใจ โดยนำจากการใช้แบบสอบถามซึ่งมีด้วยกัน 4 ด้าน คือ ด้านการจัดและตกแต่งร้านค้าปลีก ด้านตัวผลิตภัณฑ์และราคาสินค้า ด้านการส่งเสริมการขายและด้านการบริการ ทั้งนี้ได้แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อดูผลของยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก มีดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรรายได้ และตัวแปรความพึงพอใจผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้านความพึงพอใจโดยใช้ ค่า t (t -dependent) โดยใช้โปรแกรม SPSS for windows

2. ตัวแปรลูกค้า ใช้ค่าไค-สแควร์ ทดสอบสมมติฐานด้านจำนวนลูกค้า แสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้กราฟจากโปรแกรม Excell 97

ผลการวิจัย

การวิจัยทดลองยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก ตำบลทับสะแก อำเภอบ้านทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยตามลำดับที่ของวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อพัฒนารูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในตลาดทับสะแก ตำบลทับสะแก อำเภอบ้านทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีหน่วยระบบทำงาน 4 หน่วยระบบ มีส่วนประกอบดังนี้

หน่วยระบบที่ 1 การรวมกลุ่มร้านค้าปลีก ศึกษางานจากคู่แข่งทางการค้า(ร้านค้าปลีกสมัยใหม่)

เจ้าของร้านค้าปลีกขนาดเล็กเดินทางไปดูงานที่ห้างบิ๊กซี จังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษางานทั้งด้านการบริหารจัดการ ด้านบริการ ด้านการส่งเสริมการขาย การจัดตกแต่งร้าน และตัวผลิตภัณฑ์ และตัวสินค้า ด้วยแนวทางด้านการจัดการและบริหารและนโยบายของทางห้างบิ๊กซี เจ้าของร้านค้าปลีกจะนำมาหลักการและแนวความคิดของร้านค้าปลีกสมัยใหม่มาเป็นแนวทางในการพัฒนาร้านตัวเองให้มีประสิทธิภาพในการเพิ่มยอดขายและมีสิ่งดึงดูดลูกค้าได้ โดยแสดงจากยอดขายที่เพิ่มขึ้นและจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นในแบบบันทึกการขายของแต่ละร้าน

หน่วยระบบที่ 2 การจัดรูปแบบร้านให้สะดวก สะอาด และน่าสนใจ

เจ้าของร้านค้าปลีกได้นำรูปแบบและการจัดตกแต่งร้านที่ได้จากการศึกษาดูงานประกอบกับหลักวิชาและความเป็นไปได้ของทุนที่เจ้าของร้านค้าปลีกแต่ละรายจะอำนวย ทำการปรับปรุงให้รูปแบบและการจัดตกแต่งร้านค้าโดยอาศัยเทคนิคการบริหารพื้นที่เป็นการจัดสรรพื้นที่ร้านส่วนที่จะจัดวางสินค้าประเภทต่างๆ รวมทั้งทางเดินและเคาน์เตอร์ เพื่อให้ร้านค้าใช้พื้นที่ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ

1. จัดแผนผังร้านซึ่งจะครอบคลุมพื้นที่ภายในร้านทั้งหมด เพื่อให้ลูกค้าเดินไปยังจุดที่เราต้องการจะให้ลูกค้าเข้าไป หรือให้ลูกค้าสามารถเดินดูสินค้าได้อย่างทั่วถึง
2. การจัดวางสินค้าประเภทเดียวกัน หรือสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันไว้ให้อยู่บริเวณใกล้เคียงกันจะเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า เพื่อดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้ามีชิ้นใจสินค้าเพื่อจัดซื้อสินค้าให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ และดูสะอาดสวยงามตามความต้องการของผู้บริโภคในสมัยปัจจุบัน

หน่วยระบบที่ 3 จัดหาแหล่งซื้อสินค้าที่มีต้นทุนต่ำคุณภาพสมราคา

การบริหารต้นทุนสินค้าเป็นอีกตัวหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ทำให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็กจะต้องจัดหาสินค้าที่มีต้นทุนต่ำเพื่อที่จะแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้า โดยที่จะต้องขยันออกหาสินค้าตามมหกรรมสินค้าเพื่อจะได้ซื้อสินค้านำมาขาย หรือซื้อสินค้าในช่วงที่บริษัทให้โปรโมชั่นพิเศษ และยังซื้อสินค้าจากร้านขายส่งที่มีโครงการซื้อสลิปมีแถม หรือซื้อสลิปได้เครดิต 1 เดือน การจัดหาสินค้าต้นทุนต่ำมีความจำเป็นมากสำหรับการแข่งขัน

หน่วยระบบที่ 4 คือ ทำการส่งเสริมการตลาด

โดยจัดรายการส่งเสริมการขายที่สามารถจูงใจให้ลูกค้าได้เข้ามาหาซื้อสินค้าตามที่ต้องการ แล้วยังต้องซื้อของใช้ที่ราคาประหยัดหรือต้องซื้อสินค้ามากกว่าที่ตั้งใจไว้เนื่องจากกระบวนการจูงใจของทางร้าน โดยวิธีการลดราคาสินค้า การแลกซื้อสินค้า การแจก การแถม และ

กระบวนการที่ลูกค้าพอใจที่จะเป็นลูกค้าประจำ เป็นการโฆษณาอีกทางหนึ่งของทางร้าน ที่สามารถจะเพิ่มจำนวนลูกค้าจากการแนะนำหรือการพูดถึงทางร้านคำที่มีการส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่ง ตามวิธีการส่งเสริมการขายที่กล่าวไว้ในบทที่ 3 ผลที่ได้คือ ทุกร้านมียอดลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และยอดขายเพิ่มมากขึ้นทุกร้าน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในตลาดทับสะแก ตำบลทับสะแก อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้

1. ด้านยอดขายของร้านค้าปลีกขนาดเล็กพบว่า รายได้ช่วงก่อนใช้ยุทธศาสตร์ตั้งแต่ เมษายน – สิงหาคม 2547 มีรายได้เฉลี่ย 102,245.00 บาท และช่วงระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก ตั้งแต่กันยายน 2547 – มกราคม 2548 ร้านค้ามีรายได้เฉลี่ย 117,972.00 บาท และหลังการใช้ยุทธศาสตร์ช่วงกุมภาพันธ์ – มิถุนายน 2548 มีรายได้เฉลี่ย 114,411.00 บาท และพบว่าช่วงเวลาก่อนใช้ยุทธศาสตร์และระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และช่วงเวลาก่อนใช้ยุทธศาสตร์กับหลังการใช้ยุทธศาสตร์พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนช่วงเวลาระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์กับหลังการใช้ยุทธศาสตร์พบว่าไม่มีความแตกต่าง

2. ด้านลูกค้าของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแกพบว่า ก่อนใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก ตั้งแต่เมษายน – สิงหาคม 2547 มีลูกค้าเฉลี่ย 1,199.90 คน ช่วงระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์ ตั้งแต่กันยายน 2547 – มกราคม 2548 มีลูกค้าเฉลี่ย 1,436.42 คน ส่วนหลังการใช้ยุทธศาสตร์ ตั้งแต่กุมภาพันธ์ – มิถุนายน 2548 มีจำนวนลูกค้าเฉลี่ย 1,346.64 คน พบว่าช่วงเวลามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และก่อนการใช้ยุทธศาสตร์กับหลังการใช้ยุทธศาสตร์ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์กับหลังการใช้ยุทธศาสตร์พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ด้านความพึงพอใจ แบ่งเป็นก่อนใช้ยุทธศาสตร์และหลังการใช้แนวทางพัฒนาการขายที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก ในการตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ในการรวมทุกด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำแนกเป็นรายด้านดังนี้ คือ

ด้านตกแต่งรูปแบบร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านตัวผลิตภัณฑ์และราคาสินค้า พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านบริการ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัย โดยเรียงตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในตลาดทับสะแก ให้สามารถแข่งขันกับการขยายตัวของกลุ่มร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้นำโครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา (เจเลียว บุรีภักดี, 2546 : 2/10) มาใช้ศึกษาวิเคราะห์ปัญหาของร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก ให้ได้ปัญหาทุกขั้วร้อน ปัญหาเป่า โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้การวิจัยและพัฒนาในรูปแบบที่ 5 คือ การสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนา คือ ยุทธศาสตร์พัฒนารูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในตลาดทับสะแก ให้สามารถแข่งขันกับการขยายตัวของกลุ่มร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และผู้วิจัยได้นำทฤษฎีระบบ(เจเลียว บุรีภักดี, 2546 : 2/6 – 2/9) เข้ามาใช้ ซึ่งมีหน่วยระบบทำงาน 4 หน่วยระบบดังที่กล่าวข้างต้น จากการใช้ยุทธศาสตร์ทำให้เจ้าของร้านค้าปลีกมีความรู้ความเข้าใจในด้านการบริหารจัดการร้านค้าปลีกมากขึ้น สามารถที่จะพัฒนา และปรับปรุงร้านค้าจากเดิมให้มีความทันสมัยตรงตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของโลกปัจจุบัน ทำให้ได้ร้านค้าที่มีความสวยงาม มีระเบียบ สะอาด และง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า มีความหลากหลายของสินค้า

2. เพื่อศึกษาผลการทดลอง ใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาด ทับสะแก ตำบลทับสะแก อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการทดลองพัฒนารูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแกจากการทดลอง มีดังนี้

2.1 ด้านยอดขาย พบว่า ระหว่างการทดลองและหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก มีรายได้สูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องการเพิ่มผลประกอบการของร้านปรานบุรีซูเปอร์สโตร์ในร้านเต้าพานิช ของ วิจารณ์ ตามพร (2548) ผลการทดลองช่วงก่อนการใช้ยุทธศาสตร์และระหว่างใช้ยุทธศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนก่อนการใช้ยุทธศาสตร์และหลังใช้ยุทธศาสตร์มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์และหลังการใช้ยุทธศาสตร์ไม่แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าก่อนใช้ยุทธศาสตร์มีรายได้ต่ำ เมื่อมีการพัฒนาปรับปรุงและส่งเสริมการขายมี

รายได้เพิ่ม เป็นยุทธศาสตร์ที่ใช้ได้ผลเพราะหลังจากที่ไม่ได้ใส่ตัวกระทำ การและ การใช้ยุทธศาสตร์มีรายได้ลดลง

2.2 ด้านจำนวนลูกค้าพบว่า ระหว่างการทดลองและหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดห้วยสะแก มีรายได้สูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และสอดคล้องกับการงานวิจัยของคุณธิป แสงฉาย (2544) ผลจากการศึกษา พบว่าร้านสะดวกซื้อจะส่งผลกระทบต่อร้านขายของชำในรัศมี 200 เมตร ทำให้ยอดขายและจำนวนลูกค้าลดลง ในขณะที่ดิสเคาน์สโตร์จะส่งผลกระทบต่อร้านขายของชำทุกร้านทั่วทั้งพื้นที่การศึกษา โดยทำให้ยอดขายและจำนวนลูกค้าลดลงเล็กน้อยแตกต่างกัน และได้ศึกษาจนพบว่า ปัญหาของร้านขายของชำคือ สินค้าเก่าเก็บและไม่ติดป้ายราคาสินค้า ไม่มีการปรับตัวเพื่อการแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้มีเพียงการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะการดำเนินงานที่แย่ง และเห็นได้จากผลการวิจัยด้านลูกค้า

2.3 ด้านความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการปรับตัวของร้านค้าปลีกในตลาดห้วยสะแกหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์สูงกว่าก่อนการทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์” ความพึงพอใจและความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ของ ชีรวิทย์ ฉายภมร (2544) ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความภักดีของผู้บริโภค และความพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายภาพรวมของแต่ละร้านมีลักษณะดังนี้

1. ร้านอุทัยนิค สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 2 ชั้น 1 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 13 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน ดูแลรับ – จ่ายเงิน ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านโดยการทาสีใหม่ จัดซื้อชั้นโชว์สินค้า และเพิ่มแสงสว่างประมาณ 40,000 บาท การจัดหาสินค้าจะใช้วิธีสั่งซื้อจากบริษัทโดยตรงและลงสินค้าตามการส่งเสริมการขายของบริษัท เช่น ซื้อโค้กกระป๋อง 10 ถาดได้แถม 1 ถาดฟรี และสั่งซื้อสินค้าจากกรุงเทพหรือซื้อสินค้าจากร้านห้าง Makro หรือ Lotus

ปัญหาและอุปสรรคพบว่าการจัดซื้อสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าทำได้ยาก และการขายสินค้าที่ต้องแข่งขันด้านราคาต้องให้ความสนใจกับคู่แข่งทางการค้า การตั้งราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้ายเป็นความต้องการของลูกค้า และการจัดหาสินค้าขนาดปานกลางและมีของแถมขายคู่ด้วยจะได้รับความสนใจมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่าสินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการส่งซองเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้าไปชิงโชค จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบ

การสะสมคูปองแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

2. ร้านอิงเชียงฮวด สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 2 ชั้น 1 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 15 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน คูแลรับ – จ่ายเงิน ตรวจเช็คยอดสินค้าคงเหลือในร้าน มีคนงาน 2 คน จัดสินค้าในร้าน ทำความสะอาดและบริการส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านโดยการทาสีใหม่ จัดซื้อชั้นโชว์สินค้า ตกแต่งหน้าร้านค้าให้สะอาดตาถูกค้าด้วยสินค้าใหม่หรือสินค้าขนาดครบคร้าราคาพิเศษ และเพิ่มแสงสว่างประมาณ 54,000 บาท

ปัญหาและอุปสรรคพบว่า วิธีการสั่งซื้อสินค้าให้ได้ราคาต่ำต้องขยันเช้คราคาสินค้าจากร้านค้าส่ง และสั่งซื้อในปริมาณมากเพื่อทางร้านจะสามารถขายสินค้าราคาต่ำในสภาพที่ต้องมีการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งทางการค้า การตั้งราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้ายเป็นที่ต้องการของลูกค้า และการจัดหาสินค้าที่มีของแถมขายสินค้าเป็นคู่ ได้รับความนิยมมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่าสินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการแลกของเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้า และนำของแถมจากช่วงโปรโมชันมาใช้ในการส่งเสริมการขาย จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบการสะสมคูปองแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

3. ร้านอนุสรณ์พาณิชย์ สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 1 ชั้น 2 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 12 ปี เจ้าของกิจการเป็นสามีและภรรยาอายุสูงกว่า 50 ปี ไม่มีลูกหลานช่วยทำการค้า เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน คูแลรับ – จ่ายเงิน เปิด - ปิดร้าน จัดสินค้าในร้าน ทำความสะอาด ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านโดยการทาสีใหม่ จัดซื้อชั้นโชว์สินค้า และเพิ่มแสงสว่างประมาณ 30,000 บาท

ปัญหาและอุปสรรคพบว่า การสั่งซื้อสินค้าให้ได้ราคาต่ำทำได้ยากเพราะต้องซื้อจากรถที่มาส่งสินค้าจากร้านค้าส่ง และสั่งซื้อจากบริษัท ทำให้ทางร้านต้องขายสินค้าตามราคาป้าย ทำให้ทางร้านต้องจำหน่ายสินค้าพ้ันๆ ที่ลูกค้ามีความต้องการมาก การตั้งราคาขายสินค้าจะขายตามราคาป้าย และการจัดหาสินค้าที่มีของแถมขายสินค้าเป็นคู่ ได้รับความนิยมมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่าสินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการแลกของเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้า จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบการสะสมคูปองแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

4. ร้านสร้อยแก้ว สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 1 ชั้น 1 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 10 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน คูแลรับ – จ่ายเงิน จัดสินค้าในร้าน เปิด-ปิดร้าน

ทำความสะอาด และบริการส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านโดยการทาสีใหม่ จัดซื้อชิ้นโซว์สินค้า ทำตู้โซว์สินค้า และเพิ่มแสงสว่างประมาณ 33,000 บาท

ปัญหาและอุปสรรคพบว่า จากการศึกษาดูงานทำให้ได้รับทราบข้อมูลทางด้านการปรับปรุงร้านค้าให้สะอาด สะดวกและน่าสนใจสภาพเดิม รวมถึงวิธีการสั่งซื้อสินค้าให้ได้ราคาต่ำ ต้องขยันเช็คราคาสินค้าจากร้านค้าส่ง จากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่และจัดตั้งซื้อสินค้าจากงานมหกรรมสินค้าเพื่อให้สามารถแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งทางการค้าได้ การตั้งราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้ายเป็นที่ต้องการของลูกค้า และการจัดหาสินค้าที่มีของแถมขายสินค้าเป็นคู่ ได้รับความสนใจมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่าสินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการแลกของเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้า และนำของแถมจากช่วงโปรโมชันมาใช้ในการส่งเสริมการขาย จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบการสะสมคูปองแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

5. ร้านแก้วการค้า สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 2 ชั้น 2 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 18-19 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน ดูแลรับ - จ่ายเงิน ตรวจเช็คยอดสินค้าคงเหลือในร้าน มีน้องช่วยตอนช่วงเย็น จัดสินค้าในร้าน ทำความสะอาด ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้าน จัดซื้อชิ้นโซว์สินค้า ทำตู้โซว์ด้านขวาของร้าน และเพิ่มแสงสว่างประมาณ 34,000 บาท

ปัญหาและอุปสรรคพบว่า การสั่งซื้อสินค้าของทางร้านจะสั่งซื้อจากบริษัทโดยตรง ในจำนวนที่ได้รับส่วนลดหรือได้รับของแถม เพื่อทางร้านจะสามารถการขายสินค้าราคาต่ำในราคาที่ สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้า การตั้งราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้ายเป็นที่ต้องการของลูกค้า และการจัดหาสินค้าที่มีของแถมขายสินค้าเป็นคู่ ได้รับความสนใจมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่าสินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการแลกของเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้า และนำของแถมจากช่วงโปรโมชันมาใช้ในการส่งเสริมการขาย จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบการสะสมคูปองแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

6. ร้านแสงไทย สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 1 ชั้น 1 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 14 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน ดูแลรับ - จ่ายเงิน จัดสินค้าในร้าน ทำความสะอาด ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านโดยการจัดทำตู้โซว์ 2 ด้าน จัดซื้อชิ้นโซว์สินค้าและเพิ่มแสงสว่างประมาณ 40,000 บาท

ปัญหาและอุปสรรคพบว่าวิธีการสั่งซื้อสินค้าให้ได้ราคาต่ำต้องขยันเช็คราคาสินค้าจากร้านค้าส่ง หรือหาซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่จัดช่วงลดราคาสินค้า เพื่อที่ทางร้านจะ

สามารถเสนอขายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าราคาป้ายและเป็นการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งทางการค้า การตั้งราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้ายเป็นสิ่งที่ต้องการของลูกค้า และการจัดหาสินค้าที่มีของแถมขายสินค้าเป็นคู่ ได้รับความสนใจมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่าสินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการแลกของเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้า และนำของแถมจากช่วงโปรโมชั่นมาใช้ในการส่งเสริมการขาย จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบการสะสมคู่มือแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

7. ร้านโคว์จิบเซ้ง สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 2 ชั้น 1 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 9-10 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน ดูแลรับ - จ่ายเงิน ตรวจเช็คยอดสินค้าคงเหลือในร้าน จัดสินค้าในร้าน และมีคนงาน 1 คน ทำความสะอาดและบริการส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านโดยการทาสีใหม่ จัดซื้อชั้นโชว์สินค้า จัดทำตู้โชว์สินค้า 2 ตู้ ตกแต่งหน้าร้านค้า ให้สะอาดตาถูกคำ และเพิ่มแสงสว่างประมาณ 45,000 บาท

ปัญหาและอุปสรรคพบว่า การสั่งซื้อสินค้าให้ได้ราคาต่ำต้องขยันเช็คราคาสินค้าจากร้านค้าส่ง การเดินทางเข้าไปซื้อสินค้าเองจากตลาดนัดคลองถม สวนจตุจักร ตลาดโบ้เบ้ จะทำให้ได้สินค้าราคาต่ำและได้สินค้าแปลกใหม่เสมอ ทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้าได้ การตั้งราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้ายเป็นสิ่งที่ต้องการของลูกค้า และการจัดหาสินค้าที่มีของแถมขายสินค้าเป็นคู่ ได้รับความสนใจมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่าสินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการแลกของเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้า และนำของแถมจากช่วงโปรโมชั่นมาใช้ในการส่งเสริมการขาย จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบการสะสมคู่มือแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

8. ร้านเอี่ยมเจริญ สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 2 ชั้น 1 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 12 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน ดูแลรับ - จ่ายเงิน ตรวจเช็คยอดสินค้าคงเหลือในร้าน จัดสินค้าในร้าน และทำความสะอาด ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านโดยการจัดซื้อชั้นโชว์สินค้า และเพิ่มแสงสว่างประมาณ 35,000 บาท

ปัญหาและอุปสรรคพบว่า การสั่งซื้อสินค้าหลักทั่วไปสั่งซื้อจากรถบริษัทจะถูกกว่าถ้าต้องการสินค้าราคาต่ำและแปลกใหม่ให้ได้ราคาต่ำต้องขยันเช็คราคาสินค้าจากร้านค้าส่ง และสั่งซื้อในปริมาณมากเพื่อทางร้านจะสามารถขายสินค้าราคาต่ำในสภาพที่ต้องมีการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งทางการค้า การตั้งราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้ายเป็นสิ่งที่ต้องการของลูกค้า และการจัดหาสินค้าที่มีของแถมขายสินค้าเป็นคู่ ได้รับความสนใจมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่า

สินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการแลกของเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้า และนำของแถมจากช่วงโปรโมชั่นมาใช้ในการส่งเสริมการขาย จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบการสะสมคูปองแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

9. ร้านบรรจงพาณิชย์ สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 2 ชั้น 1 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 13 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน ดูแลรับ - จ่ายเงิน จัดสินค้าในร้าน ทำความสะอาดและบริการส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านโดยการทาสีใหม่ จัดซื้อชิ้นโซว์สินค้าและตู้โชว์สินค้า และเพิ่มแสงสว่างประมาณ 38,000 บาท

ปัญหาและอุปสรรคพบว่า วิธีการจัดซื้อสินค้าให้ได้ราคาต้นทุนต่ำต้องขยันเช็คราคาสินค้าจากร้านค้าส่ง และต้องเป็นสมาชิกร้านค้าส่งเช่น Marko เพื่อรับข่าวสารด้านราคาสินค้าเพื่อทางร้านจะสามารถแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งทางการค้า การตั้งราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้ายเป็นที่ต้องการของลูกค้า และการจัดหาสินค้าที่มีของแถมขายสินค้าเป็นคู่ ได้รับความสนใจมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่าสินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการแลกของเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้า และนำของแถมจากช่วงโปรโมชั่นมาใช้ในการส่งเสริมการขาย จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบการสะสมคูปองแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

10. ร้านกิมฮั่งตั้ง สภาพร้านค้าเป็นห้องแถวไม้ 2 ชั้น 1 คูหา ดำเนินกิจการประมาณ 18 ปี เจ้าของร้านทำหน้าที่สั่งซื้อสินค้า ขายสินค้าหน้าร้าน ดูแลรับ - จ่ายเงิน ตรวจเช็คยอดสินค้าคงเหลือในร้าน มีคนงาน 2 คน จัดสินค้าในร้าน ทำความสะอาดและบริการส่งสินค้า ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงร้านโดยการทาสีใหม่ จัดซื้อชิ้นโซว์สินค้า และเพิ่มแสงสว่างประมาณ 40,000 บาท

ปัญหาและอุปสรรคพบว่า การสั่งซื้อสินค้าให้ได้ราคาต้นทุนต่ำต้องขยันเช็คราคาสินค้าจากร้านค้าส่ง และสั่งซื้อในปริมาณมากเพื่อทางร้านจะสามารถแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งทางการค้า การตั้งราคาขายสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้ายเป็นที่ต้องการของลูกค้า และการจัดหาสินค้าที่มีของแถมขายสินค้าเป็นคู่ ได้รับความสนใจมาก (ราคาสินค้าที่ขายเป็นคู่จะสูงกว่าสินค้าธรรมดาประมาณ 1-2 บาทต่อชิ้น) การส่งเสริมการขายทางร้านได้ขอรับการสนับสนุนจากบริษัท และของรางวัลได้จากการแลกของเปล่าหรือชิ้นส่วนของสินค้า และนำของแถมจากช่วงโปรโมชั่นมาใช้ในการส่งเสริมการขาย จึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการขาย ลูกค้าชอบการสะสมคูปองแลกสินค้าและมุมสินค้าราคาประหยัด (สินค้าที่จัดมุมประหยัดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นสินค้าที่จำเป็นในการอุปโภคและบริโภค)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 เจ้าของร้านค้าปลีกขนาดเล็กต้องมีทัศนคติที่ดีต่อธุรกิจที่ทำอยู่ มีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงเพื่อมุ่งหวังที่จะแข่งขันกับคู่แข่งทางการค้า มีการบริหารจัดการและพัฒนา รูปแบบการค้าให้ทันสมัยและสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภค การเข้าใจสถานการณ์ที่ เปลี่ยนไปและรู้จักปรับตัวเพื่อแข่งขัน มีการจัดการและบริหารงานในเรื่องระบบบัญชีแบบง่ายๆ สามารถทำบัญชีรายรับรายจ่าย เช็ดยอดสินค้าเข้าและออก เพื่อรู้จำนวนที่แน่นอน และติดตาม ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวทางธุรกิจ เพื่อทันต่อความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค

1.2 เจ้าของร้านค้าปลีกขนาดเล็กต้องเร่งปรับตัว โดยลดจุดด้อย เพิ่มจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของเรื่องความสะดวก ใกล้บ้านพัก ความคุ้นเคยกับลูกค้า ในการจัดจำหน่ายสินค้าจำพวก เครื่องบำรุงกำลัง น้ำแข็ง และสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการบริโภค ในทันที และไม่ต้องใช้เวลาเดินทาง หรือมีความยุ่งยากในการซื้อหา และยังเป็นสินค้าที่จำเป็นเช่น เครื่องปรุงอาหารในครัว เครื่องใช้ส่วนตัวที่หมดแต่ไม่ได้มีการเตรียมซื้อไว้ก่อน ทำให้ผู้บริโภคต้อง พึ่งร้านค้าปลีกขนาดเล็ก จึงจำเป็นที่จะต้องมีส่วนเหลือนี้ไว้บริการลูกค้าให้เพียงพอกับความต้องการ ของผู้บริโภค

1.3 เจ้าของร้านค้าปลีกขนาดเล็กต้อง

1.3.1 ทำความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด เจ้าของร้าน จะต้องเข้าใจสาเหตุต่างๆ ที่ลูกค้ามาเลือกซื้อของที่ร้านเราเพราะเหตุใด พฤติกรรมในการเลือกซื้อ ของลูกค้าแต่ละกลุ่มเป็นอย่างไร จะช่วยให้เจ้าของกิจการสามารถจับประเด็นและนำไปปรับปรุงร้าน ของตนได้ตามความต้องการของผู้บริโภค

1.3.2 สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างญาติมิตร บริการการขายด้วยใจรัก บริการ มีการแนะนำสินค้า บอกกล่าวถึงคุณลักษณะพิเศษของสินค้า เป็นการสร้างลูกค้าประจำและ ยังได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า

1.3.3 มีการบริหารร้านอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการ กระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและการจัดทำบัญชี การบันทึกสต็อกสินค้า การสั่งซื้อสินค้า เพื่อนำ ข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการจัดซื้อสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.3.4 มีการจัดตกแต่งร้าน ให้เป็นระเบียบ สวยงามและสะดวกในเลือกซื้อ สินค้า เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ การจัดร้านที่ดีเป็นการบริหารพื้นที่ขายให้เกิด ประโยชน์สูงสุด สินค้าที่มีความสัมพันธ์กันให้อยู่บริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกันก็จะเป็นการเพิ่มความ สะดวกให้กับผู้บริโภค จัดให้มีแสงสว่างเพียงพอ มีอากาศปลอดโปร่ง ไม่มีมูมอับ

1.3.5 มีการส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขายนับเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมากในยุคปัจจุบัน ร้านค้าปลีกขนาดเล็กควรมีการจัดโปรโมชั่นตามโอกาสและความเหมาะสม เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้า เป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ หรืออาจเป็นการขอบคุณหรือสมนาคุณกับลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และเป็นการเรียกลูกค้าอีกวิธีหนึ่งด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยในครั้งต่อไปข้อเสนอแนะของผู้วิจัย คือ งานวิจัยที่เกี่ยวกับร้านค้าปลีกควรมีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของเจ้าของกิจการและผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ปัจจุบัน

2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับร้านค้าปลีก เป็นงานวิจัยที่จะต้องศึกษาหายุทธศาสตร์ใหม่ๆ ในการพัฒนาการขายให้มีประสิทธิภาพตามความต้องการของผู้บริโภค และในแต่ละท้องถิ่นที่มีตัวแปรที่ต่างกันไปตามความแตกต่างของภูมิศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม

2.3 งานวิจัยเกี่ยวกับร้านค้าปลีก เป็นงานวิจัยที่ต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่จะต้องให้ความสนใจศึกษาความพึงพอใจของมนุษย์หรือความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่อย่างไม่จำกัด แต่เราต้องจัดหาทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อบริการความต้องการของผู้บริโภค

2.4 ควรมีงานวิจัยเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายกับร้านค้าปลีกขนาดเล็ก เนื่องจากหลายท่านเห็นว่าร้านค้าปลีกขนาดเล็กไม่มีกำลังที่จะทำการส่งเสริมการขายได้หรือทำได้อาจจะไม่ได้รับประโยชน์ในการส่งเสริมการขาย แต่ถ้ามีการร่วมมือกับบริษัทหรือหน่วยส่งเสริมการตลาดจะสามารถช่วยให้การส่งเสริมการขายในร้านค้าปลีกขนาดเล็กประสบความสำเร็จอย่างมาก

จากการทดลองหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์พัฒนารูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก ซึ่งได้แก่ ด้านยอดขาย ด้านลูกค้า และด้านความพึงพอใจของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก จากตารางพบว่า ลูกค้าร้อยละ 60 เป็นเพศหญิง กลุ่มลูกค้าอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 34.50 จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน พบว่า ร้อยละ 30.25 ที่เป็นลูกค้ามาใช้บริการเท่ากับ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน ด้านยอดขายแบ่งตามช่วงเวลาการหาลำสถิติ โดยใช้ t (t-test) คือ ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์กับระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และก่อนใช้ยุทธศาสตร์กับหลังการใช้ยุทธศาสตร์ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์กับหลังการใช้ยุทธศาสตร์ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01