

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของ ผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

Factors influencing the decision to buy products from traditional retailers of consumers in Na Pradu Municipality area Khok Pho District Pattani Province

สุจิรา บุญทัตโร¹ ชารีนี ยาลาแวง² วัชระ ขาวสังข์³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 128 คน มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 122 คน และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ผลิตภัณฑ์ ราคา กระบวนการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร สถานที่ และกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่ด้านผลิตภัณฑ์มีความต้องการให้สินค้าภายในร้านมีความทันสมัย กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน มีสินค้าไว้คอยให้บริการที่หลากหลาย ด้านราคา ต้องการให้ราคาของสินค้าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้เมื่อเทียบกับร้านค้านอื่น ๆ และราคาของสินค้าเมื่อเทียบกับคุณภาพ หรือปริมาณที่ได้รับมีความเหมาะสม ในขณะที่ด้านสถานที่ต้องการร้านค้าตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนเดินทางสะดวก และมีการจัดวางสินค้าภายในร้านเป็นหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าได้สะดวก ด้านการส่งเสริม การตลาด ต้องการให้มีการเปลี่ยนสินค้าได้ และมีการลดแลกแจกแถม สำหรับด้านบุคคลต้องการให้มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และมีการบริการที่เป็นมิตรเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีสุภาพและเป็นกันเองกับลูกค้า ในด้านกระบวนการให้บริการ ต้องการกระบวนการคิดราคาและทอนเงินมีความถูกต้องครบถ้วน และกระบวนการในการชำระเงินมีความรวดเร็ว และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ต้องการความมีเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชน และการตกแต่งร้านสวยงาม

คำสำคัญ : อิทธิพล, ปัจจัย, ร้านค้าปลีก

¹นักศึกษา สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

²นักศึกษา สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

³อาจารย์ สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

Abstract

Research on factors that influence the decision to buy products from traditional retailers of consumers in Na Pradu Municipality area Khok Pho District Pattani Province The objective is to analyze factors that influence the decision to buy products from traditional retailers of consumers in the Na Pradu Municipality area. Khok Pho District Pattani Province To compare factors that influence the decision to buy products from traditional retailers of consumers in Na Pradu Municipality area Khok Pho District Pattani Province Is a quantitative research using a sampling method that does not rely on the probability principle (Non-Probability Sampling). The results showed that ; The sample group that responded to the questionnaire in this study was 128 women, aged between 20-30 years, 122 bachelor's degree education level, and had a private company employee income of between 15,001 - 30,000 baht. Regarding marketing mix factors, product 7Ps, prices, marketing promotion processes, personnel, locations and overall physical conditions are at a high level. Where the product needs to be modernized in the shop Is currently popular There are products that provide a variety of price services, requiring the price of the product to be acceptable in comparison to other stores. And the price of the product compared to the quality Or the amount received is appropriate While the location of the shop is located in a convenient community And have product placement in the shop as a category, making it easy to find products Marketing promotion Want to have a product return And have reduced redemption for free For the person who wants to be honest to the customer and has a friendly service, caring for the customer is very polite and friendly to the customer. In the service process Needing a pricing process and making money with accuracy and completeness And the payment process is quick And the creation and presentation of physical characteristics Want the original identity of the community And beautiful shop decoration

Keywords: influence, factor, retail store

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) (Traditional Trade) มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมานานเพราะเป็นแหล่งการจ้างงานและเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศโดยมูลค่าของธุรกิจค้าปลีกนั้นสูงเป็นอันดับ 2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product) กล่าวคือ มีมูลค่าสูงถึง 1.2 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็น 14 เปอร์เซ็นต์ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product) ในปี พ.ศ. 2550 และสูงเป็นอันดับที่ 2 รองจากภาคอุตสาหกรรม นอกจากนั้นยังเป็นแหล่งเชื่อมโยงและกระจายสินค้าขั้นสุดท้ายจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตร้านค้าปลีกและผู้บริโภคเป็นความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งในสังคมไทยในอดีตด้วยรูปแบบของธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเป็นร้านค้าขนาดเล็กขายสินค้าที่ใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในการดำเนินชีวิตตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนโดยใช้เงินลงทุนในการทำธุรกิจไม่สูงมากนัก มีการบริหารงานกันเองภายในครอบครัวไม่ซับซ้อนด้วยการซื้อและขายสินค้าไป ไม่มีการใช้เทคโนโลยีและการบริหารจัดการสมัยใหม่มากนักด้วยลักษณะของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมข้างต้นทำให้ธุรกิจค้าปลีกเป็นที่นิยมในการประกอบอาชีพมีอัตราการดำเนินธุรกิจค้าปลีกแบบ

ดั้งเดิมได้เพิ่มจำนวนร้านค้าปลีกสูงขึ้นจาก 2,997 ราย ในปี พ.ศ. 2542 เป็น 3,481 รายในปี พ.ศ. 2548 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2552)

สถานการณ์โลกที่ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทั้งด้านวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์รวมถึงเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้คนในสังคมปัจจุบันจึงต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ความเป็นไปในปัจจุบัน และในการดำรงชีวิตในตอนนี้เป็นช่วงเวลาที่มีการแข่งขันและเร่งรีบของคนเมืองทั่วไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้านนี้ทำให้ พื้นที่ต่าง ๆ การมีพัฒนามากขึ้น แต่สิ่งหนึ่งในทางของธุรกิจ ธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจนั้นได้แก่ ธุรกิจค้าปลีก ในปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกนั้นมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือธุรกิจค้าปลีกแบบสมัยใหม่ แต่ในงานวิจัยครั้งนี้จะกล่าวถึงธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือที่เรียกอีกอย่างว่า “โชห่วย” ประเทศไทยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา มีเหตุการณ์ของการเปลี่ยนแปลงทางด้าน เศรษฐกิจ สังคมและการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงธุรกิจการค้าปลีกของไทยอย่างมาก อาทิเช่น การเปิดเสรีการค้า ธุรกิจและบริการการค้าปลีกของไทย โครงสร้างทางสังคม ครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความเป็นอยู่ การด รารงชีพของคนในสังคม ความต้องการและรสนิยม ตลอดจนการเมืองระหว่างประเทศที่ทำให้การค้าปลีกต้องเผชิญการแข่งขันในทุกรูปแบบอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ทำให้

ร้านค้าปลีกดั้งเดิมขนาดเล็กในประเทศต้องยุบเลิกกิจการเป็นจำนวนมาก การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ มีการดำเนินการต่อเนื่องในรูปแบบที่เน้นการลงทุนร่วมกับกลุ่มนักธุรกิจในประเทศไทยจึงทำให้ธุรกิจข้ามชาติต่างๆ เป็นที่นิยมและสามารถขยายสาขาได้อย่างรวดเร็ว ธุรกิจรูปแบบค้าปลีกนี้เรียกว่า Modern Trade (พีระพงษ์ กิติเวชโกคาวัฒน์, 2551) และเมื่อผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป วิถีชีวิตที่ปรับเปลี่ยนตามกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญต่อคุณภาพของสินค้ามากกว่าเน้นที่ปริมาณมากขึ้น การจับจ่ายซื้อของเน้นที่ความคุ้มค่าจากจำนวนและราคาในกลุ่มสินค้าที่เป็นสินค้าทั่วไปและยังเน้นใน การให้บริการและคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคาจากสาเหตุดังกล่าวทำให้ร้านค้าปลีกต้องหันมาเน้นด้านการสร้างรูปแบบการให้ บริการ และสร้างความรู้สึกต่อตราสินค้า ผ่านการออกแบบตกแต่ง ร้านค้าที่โดดเด่นดูใจ ที่นำไปสู่การเข้าไปซื้อสินค้า การค้าปลีกดั้งเดิมหรือโชห่วยมีการปรับเปลี่ยนไปสู่ร้านค้าทันสมัยที่เน้นความสะดวกและเน้นบริการในหลาย ๆ ด้าน จึงทำให้จำนวนร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมลดน้อยลง การดำเนินการธุรกิจค้าปลีกได้มีการพัฒนารูปแบบการค้าที่เน้นในด้านการบริหารจัดการ ทั้งด้านเทคโนโลยี ทำให้เกิดการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในด้านจัดส่งสินค้าลดส่งผลให้มีการปรับราคาและอัตรากำไร นอกจากนี้ยังมีการขยายจำนวนร้านค้าที่มีขนาดเหมาะสมต่อชุมชน รูปแบบการค้าปลีกสมัยใหม่มีการพัฒนามากขึ้นทำให้เกิดการลดต้นทุนการจัดการ ค่าเช่าพื้นที่ และเน้นตลาดที่ใกล้ชิดกับผู้ซื้อ ทำให้ลูกค้าสะดวกในการซื้อขายสินค้ามากขึ้น อาจจะหมายความว่า การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ส่งผลกระทบต่อให้กับธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จึงทำให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมถูกมองข้ามไป เพราะการดำเนินงานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่ เป็นการดำเนินงานแบบครอบครัว การจัดวางสินค้าไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เน้นความสะดวกต่อเจ้าของร้านแต่ไม่สะดวกต่อผู้ซื้อ

จากปัญหาดังกล่าวเป็นสาเหตุทำให้รายได้ของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วย ลดลง เนื่องจากผู้บริโภคหันไปใช้บริการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มากขึ้นและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมทำให้อัตราการปิดตัวลง ดังนั้นทางผู้ศึกษาจึงมีความสนใจต้องศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานีระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 ถึง มกราคม พ.ศ. 2562 จำนวน 600 คน (ร้านค้าปลีกเทศบาลตำบลนาประดู่, 2561)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานีระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 ถึง มกราคม พ.ศ. 2562 สุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ เกรซี มอร์แกน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 234 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับสลาก (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555 : 77)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ใช้เป็นแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัย สร้างเครื่องมือจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี แบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว กำหนดเกณฑ์ให้คะแนน 1 - 5 แทนระดับความคิดเห็นดังต่อไปนี้

- | | |
|-----------|---|
| 1 หมายถึง | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าน้อยที่สุด |
| 2 หมายถึง | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลึ้น้อย |
| 3 หมายถึง | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลึ้นปานกลาง |
| 4 หมายถึง | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมาก |
| 5 หมายถึง | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมากที่สุด |

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานีในแต่ละด้าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ แล้วเสนอในรูปแบบของตาราง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

สถานภาพของผู้บริโภค	จำนวน (234 คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	106	45.30
หญิง	128	54.70
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	57	24.36
20 – 30 ปี	118	50.43
31 – 40 ปี	25	10.68
41 ปีขึ้นไป	34	14.53
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าอนุปริญญา	78	33.33
อนุปริญญา	27	11.54
ปริญญาตรี	122	52.14
ปริญญาโท	7	2.99
สถานภาพ		
โสด	11	4.70
สมรส	115	49.15
หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่	42	17.95
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	45	19.23
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	20	8.55
พนักงานบริษัทเอกชน	78	33.33
รับจ้าง	64	27.35
นักศึกษา	27	11.54
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3	1.28
15,001-30,000 บาท	181	77.35
30,001-45,000 บาท	31	13.25
45,001 บาทขึ้นไป	19	8.12

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.70) มีอายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 50.43) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52.14) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 49.15) ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 33.33) และ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ร้อยละ 77.35)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.75	0.96	มาก
ด้านราคา	3.54	1.17	มาก
ด้านสถานที่หรือช่องทางใน การให้บริการ	3.83	0.99	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.31	1.09	ปานกลาง
ด้านบุคคลที่ให้บริการ	3.86	0.81	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.07	0.56	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.47	1.14	ปานกลาง
รวม	3.69	0.96	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการศึกษเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.07 รองลงมาคือ ด้านบุคคลที่ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ของผู้บริโภค ในพื้นที่เทศบาลตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 สอดคล้องกับงานวิจัยของมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของเกตุร โยบัวกลิ่น (2552) เรื่องผลกระทบของการขยายตัวร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีต่อการดำเนินงานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมโดยที่ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ผลิตภัณฑ์ ราคา กระบวนการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร สถานที่ และกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิ์ ทัญญา (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จากอิทธิพลรวม (Total Effect) เกิดจาก ความสามารถในการบริหาร การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างภาพลักษณ์ทางธุรกิจและการจัดการส่วนประสมทางการตลาด ตามลำดับ ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้พบว่าความสามารถในการบริหารร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผู้ประกอบการต้องมุ่งเน้นเรื่องระบบการบริหารในด้านต่างๆ เช่น การจัดการระบบการเงิน การควบคุมรายจ่ายระบบสารสนเทศ การใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์ใช้ในการ

จัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ การจัดการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ในการให้บริการและพูดถึงบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมควรปรับตัวให้มีความ ยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจและสภาพแวดล้อมภายนอกหันมาให้ความสำคัญกับการบริหารสินค้าให้มีเพียงพอต่อการจำหน่าย ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเอง โดยการติดตามข่าวสาร ความรู้ใหม่ๆ ทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนที่จะเป็น ประโยชน์แก่การดำเนินกิจการร้านค้าปลีกดั้งเดิมและต้องมีการ

2. พัฒนาจุดเด่นของตนเองในเรื่องของการบริการที่ได้เปรียบคู่แข่ง ในด้านความใกล้ชิดและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด และ ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ส่วนธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ขนาดเล็กกิจการยังสามารถที่จะแข่งขันได้หากมีการปรับปรุงตกแต่งร้านค้าและบริการ

3. ควรมีการวิจัยติดตามและประเมินผลมาตรการของรัฐบาลเพื่อกำกับ ควบคุมการเกิดขึ้นของการค้าปลีกแนวใหม่และศึกษาแนวโน้มการค้าปลีกของ ไทยในอนาคตเพื่อเตรียมความพร้อมในการได้เปรียบเชิงกลยุทธ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และพื้นที่อื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎณ์ ทัพพญา. (2557). **ความสำเร็จของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขภักดิ์บัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- กัลยรัตน์ โตสุขศรี. (2552). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแชมพูสระผม “แพนทีน โพร-วี” ในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ตุลย์ลักษณ์ อุโฬจิตร. (2550). **ความพึงพอใจพฤติกรรมและความจงรักภักดีของผู้บริโภคต่อร้านขายยา ที แอนด์ ที**. กรุงเทพฯ: ฟาร์ม่า