

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัย เรื่อง การบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ในห้างสรรพสินค้า
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ในห้างสรรพสินค้า
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการ
จำแนกตามลักษณะผู้ประกอบการ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหาร
เสริม ในห้างสรรพสินค้า อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 145 คน โดยขนาดของกลุ่ม
ตัวอย่างได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970 , p. 608) ได้กลุ่ม
ตัวอย่าง จำนวน 103 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 2
ส่วน คือ

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ได้แก่ รูปแบบ
กิจการ ประสบการณ์การเปิดร้านค้าปลีก ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 การบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่
ตำแหน่งที่ตั้งร้านค้า การขาย การจัดการด้านการเงิน การส่งเสริมการขาย ระบบข้อมูลสารสนเทศ
การจัดสินค้า และการจัดการสินค้า ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5
ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert) จำนวน 23 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 15-30 มกราคม 2553 ได้รับแบบสอบถามคืนมา จำนวน 103 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ รูปแบบกิจการ ประสบการณ์ การเปิดร้านค้าปลีก และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้ความถี่และร้อยละ

2. วิเคราะห์การบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการธุรกิจ จำแนกตามลักษณะผู้ประกอบการ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการธุรกิจ จำแนกตามลักษณะผู้ประกอบการโดยใช้ F-test

4. เปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ของคะแนนการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยวิธี Least Significant Difference (LSD)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ในห้างสรรพสินค้า อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 59.20 รองลงมา ห้างหุ้นส่วนจำกัด ร้อยละ 27.20 มีประสบการณ์การเปิดร้านค้าปลีก น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 46.60 รองลงมา 1-5 ปี ร้อยละ 28.20 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 61.10 รองลงมาปริญญาตรี ร้อยละ 35.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 55.40 รองลงมา 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 25.20

2. วิเคราะห์การบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ตำแหน่งที่ตั้งร้านค้า

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74-3.80$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. ความสะดวกของทางเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน

2. ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ประกอบการ ที่เป็นเจ้าของคนเดียว ระดับการศึกษาปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป

การขาย

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87-4.01$) ทุกรายการ คือ

1. พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อมและดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี

2. พนักงานสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

3. พนักงานแต่งกายได้เหมาะสม สุภาพ

4. พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ประกอบการ ทุกรูปแบบกิจการ ทุกประเภทการเปิดร้านค้าปลีก ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การจัดการด้านการเงิน

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51-4.01$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. การควบคุมต้นทุนในการดำเนินงาน

2. ความเพียงพอของเงินลงทุน

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ประกอบการ ที่เป็น ห้างหุ้นส่วนสามัญ ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป

การส่งเสริมการขาย

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69-3.70$) จำนวน 2 รายการ คือ

1. การมีบัตรสะสมแต้ม

2. มีการสมัครสมาชิกเพื่อให้ได้รับส่วนลดพิเศษ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ประกอบธุรกิจ ที่เป็น เจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วนสามัญ
ประสบการณ์การเปิดร้านค้าปลีก น้อยกว่า 1 ปี ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี
และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระบบข้อมูลสารสนเทศ

ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74-3.95$) ทุกรายการ คือ

1. มีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการขาย เช่น จำนวนขาย สินค้าคงเหลือ ฯลฯ
2. มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ
3. มีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ประกอบธุรกิจ ทุกรูปแบบกิจการ ทุกประสบการณ์การเปิด
ร้านค้าปลีก ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การจัดสินค้า

ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72-3.97$) ทุกรายการ คือ

1. จัดสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่เพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อได้ง่าย
2. จัดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมไว้หน้าร้าน
3. จัดสินค้าที่ลดราคาหรือมีโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้าในตำแหน่งที่เด่นชัด

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ประกอบธุรกิจ ทุกรูปแบบกิจการ ทุกประสบการณ์การเปิด
ร้านค้าปลีก ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี และทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การจัดการสินค้า

ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78-4.03$) ทุกรายการ คือ

1. มีการจัดเตรียมสินค้าให้พร้อมสำหรับการขาย
2. มีการจัดหาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เข้ามาจำหน่ายในร้านอย่างสม่ำเสมอ
3. มีการจัดระบายสินค้าที่ค้างสต็อกอยู่ตลอด

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ประกอบธุรกิจ ทุกรูปแบบกิจการ ทุกประสบการณ์การเปิด
ร้านค้าปลีก ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี และ ทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. การเปรียบเทียบการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการ ค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการ จำแนกตามลักษณะผู้ประกอบการ

ผลการเปรียบเทียบการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบการ
ธุรกิจ จำแนกตามลักษณะผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม
จำแนกตามลักษณะผู้ประกอบการ มีความคิดเห็น ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ตำแหน่งที่ตั้งร้านค้า

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ที่มีประสบการณ์การเปิดร้านค้าปลีก
ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 รายการ คือ ความ
เหมาะสมของทำเลที่ตั้ง และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ
ความสะดวกของทางเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน

การขาย

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน มีความ
คิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี
ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้า

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความ
คิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม และ
ดูแลเอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี

การส่งเสริมการขาย

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ที่มีประสบการณ์การเปิดร้านค้าปลีก
ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีการแจกรางวัลหรือ
ของที่ระลึก

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ในห้างสรรพสินค้า อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ได้ผลการวิจัยที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคนเดียว มีประสบการณ์การเปิดร้านค้าปลีก น้อยกว่า 1 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท

2. วิเคราะห์การบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม

ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$ 3.65 3.86 3.87 3.88 และ 3.93) จำนวน 6 ด้าน เรียงลำดับจากมากที่สุด คือ การขาย การจัดการสินค้า ระบบข้อมูลสารสนเทศ การจัดสินค้า การจัดการด้านการเงิน และการส่งเสริมการขาย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกรายการ ยกเว้น รายการความคุ้มค่าของกำไรจากการขาย และรายการมีการแจกรางวัล หรือของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.41$ และ $\bar{X} = 3.44$ ตามลำดับ) สำหรับด้านตำแหน่งที่ตั้งร้านค้า ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 รายการ คือ ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง และความสะดวกของทางเดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน

3. การเปรียบเทียบการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม จำแนกตามลักษณะผู้ประกอบการ

การขาย การส่งเสริมการขาย การจัดการด้านการเงิน ระบบข้อมูลสารสนเทศ การจัดสินค้า และการจัดการสินค้า ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ที่มีรูปแบบกิจการ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับด้านตำแหน่งที่ตั้งร้านค้า ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ที่มีประสบการณ์การเปิดร้านค้าปลีก ต่างกันมีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการค้นพบดังกล่าว พบว่า มีค่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐกามาศ พลศรี (2549, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก มีกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดด้านด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัย

ของ ไพฑูรย์ สุขวงษ์ (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อร้านค้าปลีก ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็กส่วนใหญ่ขายสินค้าปลีก ร้อยละ 72.5 เป็นการลงทุนขายคนเดียว ร้อยละ 65.5 มีการบริหารจัดการหรือมีการปรับปรุงด้านการตลาด ในเรื่องของการจัดวางสินค้าที่เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ นอกจากนี้ ในส่วนของร้านค้าปลีกขนาดเล็กควรมีการพิจารณาปรับปรุงร้านในด้านการจัดวางสินค้า การหาสินค้ามาจำหน่ายที่หลากหลายมากขึ้น และปรับปรุงด้านมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้าให้ดีขึ้น และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุขเมต ไกรพิทักษ์กุล (2545) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบจากการขยายตัวของคิสเคาน์ส โดร์ที่มีต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตจังหวัดชลบุรี ผลการศึกษา พบว่า ร้านค้าปลีกเองจะต้องมีการปรับตัวทั้งในด้านการเอาใจใส่ลูกค้าและสร้างโมเดลที่ดีแก่ลูกค้าตลอดจนกระทั่งจัดหาสินค้าใหม่ ๆ มาบริการแก่ลูกค้าในชุมชนอยู่อย่างตลอดเวลา เพื่อที่จะสร้างความจงรักภักดีและความเอาใจใส่จากลูกค้า เพราะผลกระทบที่เกิดขึ้นกับร้านค้าปลีกในปัจจุบันมีสาเหตุใหญ่มาจากลูกและพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าเป็นสิ่งสำคัญ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ บุญชริก มงคลพิทักษ์สุข (2551) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ในการบริหารสินค้าคงเหลือของธุรกิจค้าปลีก กรณีศึกษากิจการเฟรชมาร์ทกิจการเฟรชมาร์ท ผลการศึกษา พบว่า ควรมีการควบคุมปริมาณสินค้าสูญหาย และสินค้าสูญเสียนเกินกว่ามาตรฐานที่กิจการกำหนดเพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดการสินค้าคงคลังและการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งวางแนวทางและกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาสินค้าคงคลังดังกล่าว โดยนำทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสินค้าคงคลัง ได้แก่ การบริหารและการป้องกันสินค้าไม่ให้สูญหาย การวิเคราะห์อัตราการหมุนเวียนสินค้าคงเหลือ ระบบการจัดการสินค้าคงคลังแบบเอบีซี ทฤษฎีการพยากรณ์ต่าง ๆ การคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อแบบประหยัด และการคำนวณจุดสั่งซื้อใหม่มาใช้ในการแก้ปัญหา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัย

ด้านตำแหน่งที่ตั้งร้านค้า

ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ให้ความสำคัญในด้านตำแหน่งที่ตั้งร้านค้า เนื่องจาก เป็นแหล่งที่จะทำให้ธุรกิจสามารถประกอบกิจกรรมทางธุรกิจได้ โดยพิจารณาถึงกำไร ค่าใช้จ่าย ความสะดวกของลูกค้า และปัจจัยที่สำคัญอื่น ๆ ตลอดจนระยะเวลาที่ผู้ประกอบการประสงค์ที่จะประกอบการค้า โดยพยายามหาแหล่งที่ตั้งที่เหมาะสมสำหรับสินค้าประเภทนั้น ๆ และก่อให้เกิดผลประโยชน์โดยรวมจากการเลือกทำเลที่ตั้งสูงสุดแต่เสียค่าใช้จ่ายต่ำสุด เท่าที่จะสามารถ

เป็นไปได้ โดยพิจารณาเลือกตำแหน่ง หรือจุดที่เฉพาะเจาะจงของที่ตั้งธุรกิจว่าอยู่ที่ เลขที่ ถนน หรือ อาคารใดภายในทำเลที่ตั้ง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม สามารถนำผลที่ได้ไปศึกษาต่อ ดังนี้

1. ควรศึกษาความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เกี่ยวกับการบริการ ต่าง ๆ ของร้านค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต่อไป

3. ควรศึกษาปัญหา การบริหารธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ในเชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้น โดยละเอียด

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี