

บทที่ 5

การอภิปรายผลและความหมาย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติทั้งเชิงพรรณนา และวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังได้นำเสนอประโยชน์ที่ได้รับจากผลการวิจัยสำหรับวงการวิชาการ ผู้ประกอบการ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้มีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย รวมทั้งนำเสนอข้อจำกัดงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต พร้อมทั้งข้อสรุปสำหรับการอภิปรายผลและความหมายไว้ในบทนี้ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การอภิปรายผลที่ได้จากการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

การอภิปรายผลที่ได้จากการวิเคราะห์ในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอการสรุปข้อค้นพบในงานวิจัย ซึ่งประกอบด้วยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นการตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยและทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (67.87%) มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 ถึง 6 (28.52%) มีอายุเฉลี่ย 36 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ (82.31%) และเฉลี่ยได้ดำเนินกิจการร้านค้าปลีกมาแล้วเป็นเวลา 6 ปีครึ่ง ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านค้าส่ง (64.98%) มาจำหน่ายในร้าน

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาการจัดการโซ่อุปทาน ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ ผลการดำเนินงานด้านการตลาดและการเงิน

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาการจัดการโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วยมิติด้านความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ระดับการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คุณภาพของข้อมูลข่าวสารที่มีการแลกเปลี่ยนและการจัดการสินค้าคงคลัง ผลการวิเคราะห์พบว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจในระดับปานกลาง ในขณะที่การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ระดับการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คุณภาพของข้อมูลข่าวสารที่มีการแลกเปลี่ยนและการจัดการสินค้าคงคลัง ได้ดำเนินกิจกรรมในระดับมาก

จากข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่า ด้านความสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยมิติของการแก้ไขปัญหาทางการค้าร่วมกัน การช่วยเหลือผู้ขายหรือผู้ผลิตในการพัฒนาคุณภาพของสินค้า การมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนทางธุรกิจ การพัฒนาแผนทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการมีส่วนร่วมในการวางแผนจำหน่ายสินค้าใหม่ของร้านค้าปลีกจากคู่ค้า ความสัมพันธ์ในมิติดังที่กล่าวมา ยังมีไม่มาก เป็นไปได้ว่าเกิดจากอำนาจการต่อรองของร้านค้าปลีกรมีน้อยกว่าปริมาณการซื้อขายที่น้อย

ในทางกลับกันผลการวิเคราะห์ข้างนี้ได้ว่า ร้านค้าปลีกมีความสัมพันธ์ที่ดีมากกับลูกค้า ในมิติของการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า มีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอย่างเป็นระบบ รวมทั้งยังมีการตระหนักในความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อกิจการ พร้อมทั้งยังเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ขอความช่วยเหลือในการเลือกซื้อสินค้า และยังได้มีการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างกิจการกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จากข้อค้นพบดังกล่าวอนุมานได้ว่าร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมนั้น มีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชนที่เป็นลูกค้า และมีกิจกรรมที่รักษาสถานลูกค้าของร้านเอาไว้

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับคู่ค้าในระดับมาก ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนในมิติของข้อมูลทางการค้า การให้ข้อมูลความต้องการสินค้าที่ทันสมัยจากผู้ขาย การได้รับข้อมูลจากผู้ขายเกี่ยวกับการเปลี่ยนทางการค้าที่จะเกิดขึ้น มีการแบ่งปันความรู้ที่สำคัญของธุรกิจระหว่างร้านค้าปลีกกับคู่ค้า มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สนับสนุนการวางแผนธุรกิจ รวมทั้งการแจ้งข้อมูลที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานกิจกรรมทางธุรกิจระหว่างกัน เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาด และคู่ค้าก็ได้รับประโยชน์จากการนำข้อมูลข่าวสารนั้นไปปรับปรุงโซ่อุปทานในกิจการของตนเอง

ผลของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันในระดับมากดังกล่าวนี้ เป็นไปได้ว่าในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้มีความพยายามในการปรับตัวค่อนข้างมาก เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกิจการกับคู่ค้า นอกจากนั้นจากผลการศึกษายังพบว่าคุณภาพของข้อมูลข่าวสารที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน ในมิติของความทันสมัยของข้อมูล ข้อมูลมีความถูกต้องสมบูรณ์ มีปริมาณข้อมูลเพียงพอสำหรับตัดสินใจทางธุรกิจ ข้อมูลมีความเที่ยงตรงเชื่อถือได้ การแลกเปลี่ยนดังกล่าวมานี้มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่าเกิดจากความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันระหว่างคู่ค้าและผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ที่มีการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจแบบพึ่งพาซึ่งกันและกันมาได้ระยะหนึ่ง ทำให้

เกิดความไว้วางใจและมีส่วนร่วมในผลสำเร็จของทั้งสองฝ่าย จึงทำให้มีการเปิดเผยและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีคุณภาพระหว่างกันมากขึ้น

การศึกษาระดับของการจัดการสินค้าคงคลังของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นการศึกษาในมิติของการตรวจนับสินค้าในร้านค้าเป็นประจำ การกำหนดระยะเวลาในการซื้อ การสั่งซื้อโดยดูตามยอดสินค้าในคลังที่ได้มีการตรวจนับและการจัดกลุ่มสินค้าที่ขายดีตามแนวทาง ABC ผลของการศึกษาพบว่าการจัดการสินค้าคงคลังในมิติดังที่กล่าวมานั้นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากผลการศึกษาดังกล่าว อนุมานได้ว่าผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้มีการระมัดระวังในการบริการสินค้าในร้านเป็นอย่างมาก เป็นไปได้ว่าเป็นผลมาจากปริมาณเงินทุนและสถานที่ในการจัดเก็บที่มีจำกัด ทำให้เป็นปัจจัยในการผลักดันให้ผู้ประกอบการเอาใจใส่ต่อการบริหารสินค้าคงเหลือเป็นอย่างดี

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาศามารถในการแข่งขัน พบว่าความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและความทันสมัยของสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพของสินค้า ด้านการส่งมอบสินค้าและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ซึ่งอธิบายได้ว่าความสามารถในการแข่งขันด้านราคาในมิติของราคาที่ต่ำกว่าหรือได้เปรียบคู่แข่ง รวมทั้งการมีส่วนลดราคาให้กับลูกค้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ยังเป็นรองร้านค้าปลีกสมัยใหม่และคู่แข่งทางการตลาด สาเหตุอาจเนื่องมาจากปริมาณการซื้อของร้านค้าปลีกในแต่ละครั้งไม่มาก เมื่อเทียบกับค้าปลีกรายใหญ่ ประกอบกับการที่ต้องซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งอีกต่อหนึ่ง ทำให้ต้นทุนสินค้าที่กิจการซื้อราคาสูงกว่าคู่แข่ง การนำมาจำหน่ายให้กับลูกค้า จึงต้องจำหน่ายในราคาที่สูงกว่า

นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่าความทันสมัยของสินค้าของร้านค้าปลีกอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งความทันสมัยของสินค้าในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาในมิติของการจำหน่ายสินค้าที่ออกมาใหม่เร็วกว่าคู่แข่ง การเป็นผู้ขายรายแรกในพื้นที่ที่จำหน่ายสินค้าใหม่ การมีสินค้าใหม่จำหน่ายให้กับลูกค้าก่อนรายอื่น และระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจนำสินค้าใหม่มาจำหน่ายในร้าน ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านค้าส่ง ดังนั้นสินค้าที่นำมาจำหน่ายในร้านจึงไม่มีความแตกต่างกันรวมทั้งระยะเวลาความรวดเร็วในการนำสินค้าใหม่มาจำหน่ายในตลาดก็ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก

อย่างไรก็ดีผลการศึกษาพบว่าความสามารถในการแข่งขันในด้านคุณภาพของสินค้า การส่งมอบสินค้าและการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าร้านค้าปลีกแบบ

ดั้งเดิมต่างเห็นว่ามีความสามารถในการแข่งขันในระดับมาก จากข้อค้นพบดังกล่าวเป็นไปได้ว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมส่วนใหญ่แล้ว เป็นเจ้าของกิจการเอง และกิจการมักจะมีการบริหารงานในรูปแบบของเจ้าของคนเดียว เป็นธุรกิจครอบครัวขนาดเล็ก การจัดหาสินค้ามาจำหน่ายผู้ประกอบการมักจะเป็นผู้ดำเนินการเอง ทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าที่เลือกมาจำหน่าย

นอกจากนั้นในด้านความสามารถในการส่งมอบสินค้า ซึ่งเป็นการศึกษาในมิติของการจำหน่ายสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีสินค้าจำหน่ายได้พอเพียงตลอดเวลาซึ่งหมายถึงการมีสินค้าในร้านเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต่างเห็นว่ามีความสามารถในการส่งมอบสินค้าของกิจการอยู่ในระดับที่มาก นอกจากนั้นในด้านความสามารถในการแข่งขันด้านการกระจายสินค้า ในมิติของการปรับปรุงรายการสินค้าในร้านเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา การตอบสนองความต้องการสินค้าใหม่ของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่ามีความสามารถในระดับที่มาก

จากผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปได้ว่า การบริหารธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม มีรูปแบบของการดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียว ดังนั้นอำนาจในการตัดสินใจบริหารจัดการอยู่ที่เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ ทำให้การตัดสินใจด้านการส่งมอบสินค้า การกระจายสินค้าและการนำสินค้าที่ใหม่ๆ มาวางจำหน่ายสามารถทำได้รวดเร็ว ไม่ต้องผ่านขั้นตอนมาก รวมทั้งผู้ประกอบการเองมักจะเป็นผู้ที่เลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง พบปะลูกค้าโดยตรง ทำให้ทราบความต้องการสินค้าของลูกค้า จึงมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าค่อนข้างรวดเร็วกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ

ผลการศึกษาผลการดำเนินงานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่าผลการดำเนินงานด้านการตลาดในมิติของการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาดและยอดขายเพิ่มขึ้นรวมทั้งความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโดยรวม พบว่าผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในรอบระยะเวลา 1 ปีไม่มีการเปลี่ยนแปลง และผลการดำเนินงานด้านการเงินในมิติของผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปตัวเงินและกำไรต่อหน่วยจากการขาย พบว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน

จากข้อค้นพบดังกล่าวเป็นไปได้ว่า การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้เผชิญกับภาวะการแข่งขันที่สูง มีจำนวนผู้ขายรายใหม่เพิ่มขึ้นและมีร้านค้าสะดวกซื้อในบริเวณใกล้เคียงมากขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งตลาดและยอดขายของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้รับผลกระทบ นอกจากนั้นภายใต้สภาวะที่ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่มีสูงขึ้น รวมทั้งการแข่งขันด้านราคา ทำให้ผลการ

ดำเนินงานด้านการเงินไม่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นการสะท้อนว่าธุรกิจไม่มีการเติบโตเท่าที่ควร

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานงานวิจัย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้จำนวน 2 ข้อ โดยเริ่มจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดไว้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษากิจกรรมการจัดการโซ่อุปทานของร้านค้าปลีก ที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของกิจการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มีเป้าหมายเพื่อศึกษากิจกรรมการจัดการโซ่อุปทานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงาน ซึ่งการจัดการโซ่อุปทานประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ พันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ระดับของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คุณภาพข่าวสารที่มีการแลกเปลี่ยนและการจัดการสินค้าคงคลัง ส่วนความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของร้านค้าปลีก ศึกษาในมิติของความสามารถในการแข่งขันด้านราคา คุณภาพของสินค้า การส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า การกระจายสินค้าและความทันสมัยรวดเร็ว

สำหรับผลการดำเนินงานของกิจการในการศึกษาคั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาผลการดำเนินงานด้านการตลาดและด้านการเงิน ดังนั้นเพื่อให้ได้คำตอบในงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐานในการศึกษาจำนวน 2 ข้อ และอธิบายผลการทดสอบสมมติฐานเรียงลำดับตามน้ำหนักของผลกระทบและสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: การจัดการโซ่อุปทานมีผลกระทบในเชิงบวกและทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าการจัดการโซ่อุปทานมีผลกระทบในเชิงบวกและทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยผลการทดสอบดังกล่าวได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Li, Ragu-Nathan, Ragu-Nathan, และ Rao, 2006) ซึ่งได้เสนอไว้ว่าการจัดการโซ่อุปทาน มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ข้อค้นพบในงานวิจัยของผู้วิจัยดังกล่าวนี้อธิบายได้ว่า การจัดการโซ่อุปทานในมิติของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับพันธมิตรทางการค้า การสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า การจัดส่งสินค้า การกระจายสินค้าและการจัดการสินค้าคงคลัง มีผลโดยตรงต่อความสามารถในการ

แข่งขันของธุรกิจ ในมิติของความสามารถในการแข่งขันด้านราคา คุณภาพสินค้า การกระจายสินค้า การส่งมอบและความทันสมัยรวดเร็ว

ข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่าการมีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า ทำให้เกิดความไว้วางใจต่อกัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และมีการแบ่งปัน นอกจากนี้การที่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้มีการแก้ไขปัญหาทางการค้าร่วมกับผู้ขาย การมีส่วนร่วมช่วยเหลือในการพัฒนาคุณภาพของสินค้า พัฒนากลยุทธ์การตลาด การมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนธุรกิจร่วมกันรวมทั้งการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในการวางแผนจำหน่ายสินค้าใหม่ของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ดังกล่าวนี้อันล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้สัมพันธภาพระหว่างลูกค้าและวิสาหกิจแบบดั้งเดิม มีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ต่างฝ่ายต่างได้รับประโยชน์ซึ่งกันและกัน

ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ทำให้ลูกค้าได้รับประโยชน์จากสารสนเทศที่มีการไหลกลับมาจากลูกค้าผ่านลูกค้าปลีก กลับมายังลูกค้า ทำให้ลูกค้าในโซ่อุปทานของธุรกิจค้าปลีก สามารถนำสารสนเทศที่ไหลย้อนกลับมานั้น มาวางแผนการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง จนกระทั่งการวางแผนการบริหารการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้การที่ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสินค้าที่นำมาจำหน่ายในร้านค้า ได้รับการพัฒนาคุณภาพการผลิตทำให้สามารถผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพ ในขณะที่ประสิทธิภาพการผลิตที่ดี ย่อมส่งผลต่อราคาสินค้าที่สมเหตุสมผลกับคุณภาพ ทำให้นำมาจำหน่ายเป็นที่ยอมรับและต้องการของผู้บริโภค ความเกี่ยวเนื่องดังกล่าวมานี้ จึงส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคา คุณภาพของสินค้า การจัดส่ง การกระจายสินค้า การส่งมอบและความทันสมัยรวดเร็วในการจำหน่ายสินค้า

ในด้านความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในมิติของการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าอย่างเป็นระบบ การคำนึงถึงความคาดหวังหรือความต้องการในอนาคตของลูกค้า การเปิดโอกาสให้ลูกค้าขอความช่วยเหลือในการเลือกซื้อสินค้ารวมทั้งการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าปลีกกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ดังกล่าวนี้นี้ มีผลกระทบโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคา คุณภาพสินค้า การกระจายสินค้า การส่งมอบและความทันสมัยรวดเร็วในการนำเสนอสินค้าออกสู่ตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่า ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีส่วนเสริมให้ผู้ประกอบการมีความใกล้ชิดกับลูกค้า และทราบความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยเฉพาะร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ที่ผู้ประกอบการมักทำหน้าที่เป็นพนักงานขายเอง ดังนั้นข้อมูลที่ได้รับจากลูกค้าในแต่ละวัน ผู้ประกอบการสามารถนำมาปรับปรุงและตัดสินใจ

ในด้านการบริหารกิจการได้เลย สารสนเทศไม่ต้องผ่านคนกลางคือพนักงานดังเช่นร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างสรรพสินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการจึงสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการเลือกสินค้าที่มีราคาและคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

นอกจากนั้นความสัมพันธ์กับลูกค้า ยังส่งผลต่อการบริหารการกระจายสินค้าและการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า โดยความสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้ผู้ประกอบการทราบว่าลูกค้าต้องการสินค้าประเภทใด สินค้าใดเป็นที่นิยม ผู้ประกอบการจึงสามารถบริหารสินค้าในร้านค้า โดยการคัดเลือกสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ามาจำหน่าย และส่งผลต่อการบริหารประเภท ยี่ห้อ ของสินค้าในร้านค้าที่ลูกค้าต้องการและที่มากไปกว่านั้น ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ทำให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารการนำสินค้าใหม่ออกวางจำหน่ายในร้านค้าของตนเองได้ดี

ในด้านของผลการศึกษาดัชนีการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ พบว่าระดับการแลกเปลี่ยนสารสนเทศระหว่างร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับคู่ค้ามีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในทางตรงและเชิงบวก ข้อค้นพบดังกล่าวเป็นการศึกษาในมิติของ การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการค้า การให้ข้อมูลในการปรับเปลี่ยนสินค้าที่ทันสมัย การได้รับข้อมูลการเปลี่ยนแปลงทางการค้าที่มีผลต่อธุรกิจ การแบ่งปันความรู้ที่สำคัญของธุรกิจค้าปลีก การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สนับสนุนการวางแผนธุรกิจรวมทั้งการแจ้งข้อมูลข่าวสารทางการค้า ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับผู้ค้าส่ง ซึ่งระดับการแลกเปลี่ยนสารสนเทศที่สม่ำเสมอในมิติดังกล่าวมานี้ ล้วนแล้วแต่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

จากข้อค้นพบดังกล่าวอนุมานได้ว่า การแลกเปลี่ยนสารสนเทศในเชิงลึกที่สม่ำเสมอ ทำให้คู่ค้าและร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ต่างก็มีข้อมูลข่าวสารที่ความสมดุลส่งผลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งในด้านการผลิต การจำหน่าย การวางแผนในโซ่อุปทานของธุรกิจ ลดผลกระทบแซ่มี (Bullwhip effect) จากการที่ประมาณการณ์ในการผลิตและการขายที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการในตลาด อันเป็นผลมาจากการบิดเบือนของสารสนเทศในแต่ละจุดของโซ่อุปทาน

นอกจากนั้นการแลกเปลี่ยนสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ ยังส่งผลดีต่อทั้งสองฝ่ายในการที่ต่างฝ่ายต่างก็ได้รับข้อมูลทางธุรกิจที่เป็นปัจจุบัน ทำให้วิสาหกิจที่อยู่ในโซ่อุปทาน สามารถนำสารสนเทศที่ถูกต้องไปประกอบในการตัดสินใจทางธุรกิจ ส่งผลต่อความสามารถปรับตัวในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในปัจจุบันที่การปรับราคาสินค้าอุปโภคและบริโภคในตลาดเกิดขึ้นบ่อยครั้ง อันเนื่องมาจาก

ปัจจัยกดดันจากพลังงานเชื้อเพลิงในการขนส่งและต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น การมีสารสนเทศที่ทันสมัยในเวลาที่ต้องการ เพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ จึงส่งผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของวิสาหกิจ

นอกเหนือจากระดับการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันแล้ว จากผลการทดสอบสมมุติฐานยังพบว่าคุณภาพของสารสนเทศที่มีการแลกเปลี่ยน มีผลกระทบในทางตรงและในเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งคุณภาพของสารสนเทศที่มีการแลกเปลี่ยนในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาในมิติของความทันสมัย ถูกต้องแม่นยำ ความสมบูรณ์ ความเชื่อถือได้ และปริมาณที่เพียงพอของข้อมูลที่มีการแลกเปลี่ยน จากข้อค้นพบดังกล่าวจึงพออนุมานได้ว่า ในการตัดสินใจทางธุรกิจที่สำคัญและเป็นการตัดสินใจที่มีผลกระทบในเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ คุณภาพของสารสนเทศมีความสำคัญอย่างมากต่อคุณภาพของการตัดสินใจ ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในเชิงกลยุทธ์ (Laudon & Laudon, 2008) ของวิสาหกิจ

ผลการศึกษาการจัดการโซ่อุปทานในมิติของการจัดการสินค้าคงคลัง พบว่าการจัดการสินค้าคงคลังมีผลกระทบทางตรงและในเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจร้านค้าปลีก ซึ่งการจัดการสินค้าคงคลังในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในมิติของการกำหนดเวลาในการสั่งซื้อสินค้า ผู้ประกอบการทราบว่าสินค้าใดที่ขายดี และเมื่อจะทำการซื้อสินค้าผู้ประกอบการได้มีการตรวจนับสินค้าก่อนทำการสั่งซื้อหรือซื้อเพิ่มเข้ามาในร้าน ข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่า การที่วิสาหกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้มีการจัดการสินค้าคงคลังในมิติดังที่กล่าวมา โดยมีการติดตามตรวจสอบว่าสินค้าใดที่ขายดี ทำให้มีการจัดซื้อในปริมาณที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถมีสินค้าตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดในการจัดการสินค้าคงคลังแบบ ABC ซึ่งเป็นโมเดลที่ประมาณปริมาณการใช้สินค้า และจัดกลุ่มของสินค้าตามจำนวนที่ประมาณการณได้ (Shapiro, 2001) ว่างใน ว่าง

การจัดการสินค้าคงคลังในมิติของABC ดังกล่าวพบได้ในธุรกิจค้าปลีกซึ่งมีสินค้าจำนวนมากรายการ การจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ จึงมีความจำเป็นต่อการบริหารต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าของร้านค้าปลีก ซึ่งโดยปกติจะมีสินค้าจำนวนมากหลายรายการ ดังนั้นเมื่อผู้ประกอบการไม่ทราบว่าสินค้าใดที่มีจำนวนมาก หรือค้างในคลังสินค้ามาเป็นเวลานาน สินค้าใดที่ไม่มีการหมุนเวียนจากออกร้านค้าเลย รวมทั้งสินค้าใดที่มียอดขายมาก ลูกค้ามีความต้องการสูง ย่อมส่งผลเสียต่อกิจการ เช่น มีผลต่อการเสื่อมสภาพของสินค้าในกรณีที่สินค้าค้างสต็อกมาเป็นเวลานาน โดยผู้ประกอบการ

ไม่ทราบ ทำให้กิจการสูญเสียรายได้จากการขายหรือสูญเสียรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ใกล้หมดสภาพในราคาที่ต่ำกว่าปกติ

นอกจากนั้นการมีสินค้าไม่พอจำหน่ายในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่ทราบว่าสินค้าใดที่ขายดี ทำให้กิจการสูญเสียโอกาสในการขาย และส่งผลกระทบต่อฐานะลูกค้าในที่สุด จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การจัดการสินค้าคงคลังในโซ่อุปทาน มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประมาณความต้องการซื้อและกำหนดจำนวนในการซื้อได้ค่อนข้างแม่นยำ มีผลต่อการเจรจาต่อรองในการซื้อสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง รวมทั้งได้รับสิทธิพิเศษจากการส่งเสริมการขาย ทำให้กิจการสามารถจัดหาสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งทางการตลาดได้ ส่งผลกระทบต่อราคาขายที่กิจการสามารถกำหนดให้ต่ำกว่าคู่แข่ง

นอกจากนั้นการทราบปริมาณสินค้าที่จำหน่ายในแต่ละรอบระยะเวลา ทำให้วิสาหกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม มีการจัดเก็บสินค้าในคลังในปริมาณที่เหมาะสม สินค้ามีโอกาสค้างสต็อกและเสื่อมสภาพน้อยลง ทำให้สินค้าที่มีจำหน่ายในร้านมีความทันสมัยและยังคงไว้ซึ่งคุณภาพที่มาจากโรงงาน ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพของสินค้า และมากไปกว่านั้นการบริหารจำนวนสินค้าในคลังสินค้าที่เหมาะสม ทำให้กิจการมีสินค้าเพียงพอในการจำหน่ายตลอดเวลาที่ลูกค้ามีความต้องการ ผลกระทบเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า และทำให้ต้นทุนในการซื้อสินค้าของลูกค้าลดลงจากการที่มาซื้อที่ร้านแล้วได้รับสินค้ากลับไปทุกครั้ง ผลดังกล่าวส่งผลทำให้เกิดความภักดีต่อร้านของลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างลูกค้ากับวิสาหกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม

สมมุติฐานที่ 2: การจัดการโซ่อุปทานมีผลกระทบในเชิงบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า การจัดการโซ่อุปทานมีผลกระทบในทางตรงต่อผลการดำเนินงานของกิจการแต่เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม และมีผลกระทบทางอ้อมในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ดังนั้นผลการทดสอบสมมุติฐานดังกล่าวจึงไม่สนับสนุนสมมุติฐาน เนื่องจากการจัดการโซ่อุปทานมีผลกระทบในเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

จากข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่าการจัดการโซ่อุปทานซึ่งประกอบด้วยมิติของการจัดการด้านความสัมพันธ์ทางการค้ากับพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ระดับการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ คุณภาพของสารสนเทศที่มีการแลกเปลี่ยนและ

การจัดการสินค้าคงคลัง มีผลในเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ อาจเป็นไปได้ว่า ในกิจกรรมการจัดการโซ่อุปทานดังกล่าวสำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้งบประมาณในการดำเนินการ ซึ่งโดยปกติร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมอาจจะมีกิจกรรมเหล่านี้บ้างแล้ว แต่ยังไม่เป็นระบบมากนัก เห็นได้จากผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาที่พบว่า การจัดการโซ่อุปทานส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นการพัฒนากิจกรรมดังกล่าวให้มากขึ้น ทำให้ต้องมีค่าใช้จ่ายในการลงทุน จึงส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการโดยตรงในเชิงลบ

อย่างไรก็ดี ผลการศึกษาพบว่าการจัดการโซ่อุปทานนั้น มีผลทางอ้อมผ่านความสามารถในการแข่งขันไปยังผลการดำเนินงานของกิจการ และเป็นผลกระทบในเชิงบวก จากข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่า การจัดการโซ่อุปทานนั้นส่งผลทางบวกต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการ ดังนั้นการจัดการโซ่อุปทานที่มุ่งหวังจะส่งผลทางด้านการตลาดและด้านการเงิน จำเป็นต้องกระทำเพื่อให้เกิดความได้เปรียบด้านราคา คุณภาพของสินค้า การส่งมอบ การกระจายสินค้าความรวดเร็วทันสมัย ถ้าหากไม่มีความสามารถในการแข่งขันจากมิติดังกล่าวมากนัก การจัดการโซ่อุปทานจะมีผลทางตรงทำให้ผลการดำเนินงานลดลง

จากผลการศึกษาสำหรับวัตถุประสงค์งานวิจัยข้อที่ 1 สรุปได้ว่า การจัดการโซ่อุปทานในมิติของการเป็นพันธมิตรกับคู่ค้า การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ระดับของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คุณภาพของสารสนเทศที่มีการแลกเปลี่ยนและการจัดการสินค้าคงคลังดังกล่าวมานี้ มีผลกระทบโดยตรงในเชิงบวกหรือผลกระทบโดยตรงที่มีทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นไปตามข้อสมมุติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของร้านค้าปลีกที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

การศึกษิตตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานจำนวน 1 ข้อ คือ สมมติฐานที่ 3: ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของร้านค้าปลีก มีผลกระทบต่อผลดำเนินงานของกิจการในทิศทางตรงและในเชิงบวก

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่าความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของวิสาหกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการในทิศทางตรงและในเชิงบวก ซึ่งผลการศึกษาได้สนับสนุนสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ และในงานวิจัยนี้ ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกเป็นการศึกษาในมิติของความ

สามารถในการแข่งขันด้านราคา คุณภาพสินค้า การส่งมอบ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและความทันสมัยรวดเร็ว ส่วนผลการดำเนินของวิสาหกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ผู้วิจัยได้ศึกษาในมิติของผลการดำเนินงานด้านการตลาดและผลการดำเนินงานด้านการเงิน

ข้อค้นพบดังกล่าวจากการศึกษาเพื่อทดสอบสมมุติฐานที่ 3 พบว่าความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ซึ่งเป็นความสามารถในการแข่งขันในมิติของการมีสินค้าจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งและมีส่วนลดราคา มีความสัมพันธ์ในทางตรงต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาดและด้านการเงิน ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวอธิบายได้ว่า การจำหน่ายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ทำให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกเข้าซื้อสินค้าของร้านมากกว่าคู่แข่ง ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการเพิ่มโอกาสในการเลือกซื้อสินค้านานาชนิดของร้านค้าโดยลูกค้าที่เข้ามาในร้าน

จากผลการศึกษาพบว่า การจำหน่ายสินค้าในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานของกิจการในด้านการเงินในทางตรงและในเชิงบวก ข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่า การขายสินค้าที่ราคาต่ำกว่าคู่แข่งมีความเป็นไปได้ว่าลูกค้าซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมากขึ้น ส่งผลทำให้ยอดขายสินค้าของทางร้านเพิ่มขึ้น ซึ่งยอดขายที่เพิ่มขึ้นของร้านค้าปลีก เป็นการเพิ่มปริมาณกำไรทำให้ผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบตัวเงินเพิ่มขึ้น นอกจากนี้การที่ยอดขายของกิจการเพิ่มขึ้น ทำให้กิจการต้องมีการซื้อสินค้ามาจำหน่ายจำนวนมากขึ้น การซื้อสินค้ามาจำหน่ายมากๆ โดยปกติมักจะได้รับส่วนลดจากผู้ค้าส่งหรือได้รับการส่งเสริมทางการตลาด และมีการประหยัดจากขนาด (Economy of scale) รวมทั้งการประหยัดจากการขนส่งในแต่ละครั้งที่มีการซื้อสินค้าเข้าร้านปริมาณมากๆ จากเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้กิจการมีกำไรต่อหน่วยจากการขายเพิ่มขึ้น

นอกจากความสามารถในการแข่งขันด้านราคาที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการแล้ว ผลการศึกษายังพบว่าความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพในมิติของการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า สินค้ามีความน่าเชื่อถือ มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดและด้านการเงิน ซึ่งจากผลการศึกษาอธิบายได้ว่าคุณภาพของสินค้าที่ดีกว่า ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อกิจการและไว้วางใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้า ดังนั้นจึงมีผลกระทบโดยตรงต่อยอดขาย

นอกจากนี้การขายสินค้าที่มีคุณภาพของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ทำให้สามารถกำหนดราคาที่สูงในระดับที่ลูกค้ายอมรับได้ เนื่องจากคุณภาพของสินค้ามีผลต่อตำแหน่งทางการตลาดของสินค้า แต่ที่มากกว่านั้นการที่ร้านค้าปลีกจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพมากกว่าคู่แข่ง มีผลทำให้ภาพลักษณ์ของกิจการดีกว่าคู่แข่ง ซึ่งส่งผลต่อตำแหน่งทางการ

ตลาดของกิจการ ที่อยู่ในระดับของร้านค้าจำหน่ายสินค้าคุณภาพและราคาอยู่ในระดับที่สูงกว่าคู่แข่งแต่เป็นที่ยอมรับได้ของลูกค้า ดังนั้นคุณภาพของสินค้าจึงมีผลต่อผลการดำเนินงานทั้งด้านการตลาดและด้านการเงิน

สำหรับความสามารถในการแข่งขันของกิจการด้านการส่งมอบสินค้า ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า การส่งมอบสินค้าในมิติของการจำหน่ายสินค้าที่ลูกค้าต้องการ มีสินค้าไว้รอจำหน่ายอย่างพอเพียงดังกล่าวมานี้ มีผลกระทบต่อยอดขายและผลการดำเนินงานด้านการเงินของกิจการ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่า การมีสินค้าที่ลูกค้าต้องการและมีปริมาณพอเพียงในการจำหน่าย ทำให้ร้านค้าเลิกแบบดั้งเดิมเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายสินค้าให้กับกิจการ จากการที่มีสินค้าไว้บริการลูกค้าหลากหลาย ดังนั้นความน่าจะเป็นที่ลูกค้าจะเลือกซื้อสินค้าจึงมีมากขึ้น และมากกว่านั้นการจำหน่ายสินค้าได้เร็วขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขายเงินสด ทำให้มีกระแสเงินสดไหลเข้าสู่กิจการเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อสภาพคล่องของกิจการ และทำให้ต้นทุนทางการเงินลดลง มีผลต่อความสามารถทางการเงินและกำไรของกิจการในทิศทางที่ดีหรือเป็นบวก

สำหรับความสามารถในการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายหรือจัดจำหน่ายสินค้า ผลการศึกษาพบว่า มีผลต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาดและด้านการเงินของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่า การกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพในมิติของการปรับปรุงรายการสินค้าในร้านให้มีสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้า การจัดหาสินค้าใหม่ๆ ที่พ่วงนำออกสู่ตลาดมาวางจำหน่ายในร้านอยู่เสมอ ทำให้เป็นการดึงดูดลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ ให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน มีผลทำให้เพิ่มยอดขายให้กับกิจการและเพิ่มรายได้ และส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการตลาดและการเงินในที่สุด

ในด้านความสามารถในการแข่งขันของกิจการด้านความทันสมัยและรวดเร็ว ผลการศึกษาพบว่าความทันสมัยและรวดเร็วในมิติของการจำหน่ายสินค้าที่นำออกสู่ตลาดใหม่ๆ ก่อนคู่แข่ง การเป็นผู้ขายรายแรกในพื้นที่ที่ร้านให้บริการลูกค้าดังกล่าวมานั้น มีผลต่อผลการดำเนินงานของร้านค้าปลีกทั้งด้านการตลาดและด้านการเงิน ข้อค้นพบดังกล่าวอธิบายได้ว่า ความรวดเร็วในการนำสินค้าใหม่มาวางจำหน่าย เป็นการสร้างโอกาสในการขายให้กับกิจการก่อนผู้ขายรายอื่น และเป็นการสร้างประโยชน์จากวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งสินค้าใหม่ที่ออกวางจำหน่ายในตลาด โดยปกติจะอยู่ในช่วงการเกิดและเติบโตตามทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ซึ่งในช่วงดังกล่าวของวงจรยอดขายจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นผู้ขายที่นำสินค้ามาวางจำหน่ายในตลาดก่อนรายอื่นๆ จะได้ประโยชน์จากยอดขายที่มากขึ้นและในขณะเดียวกันเมื่อเป็นสินค้าใหม่ ยังไม่มีการแข่งขันราคาผู้

ขายรายแรกๆ จึงสามารถขายในราคาที่สูงได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวความทันสมัยและรวดเร็วในการจัดจำหน่ายสินค้า จึงมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาดและกำไร

จากผลการศึกษาผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาดและด้านการเงิน พอสรุปได้ว่าความสามารถในการแข่งขันของกิจการในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นความสามารถในการแข่งขันด้านราคา คุณภาพสินค้า การส่งมอบสินค้า การจัดช่องทางการจัดจำหน่ายและความทันสมัยรวดเร็ว ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาดและการเงิน และมีผลกระทบในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานดังกล่าว

การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อยืนยันผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในมิติของการจัดการโซ่อุปทาน ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจและผลการดำเนินงานด้านการตลาดและการเงิน ผลการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการต่างก็เห็นด้วยว่าการจัดการโซ่อุปทานในมิติของความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ระดับการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คุณภาพของข่าวสารที่มีการแลกเปลี่ยนและการจัดการสินค้าคงคลัง มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันด้านราคา คุณภาพของสินค้า การส่งมอบการจัดจำหน่ายและความทันสมัยรวดเร็วของร้านตนเอง และในท้ายที่สุดก็มีผลกระทบในทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ ประกอบด้วยประโยชน์สำหรับวงการวิชาการ และประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประโยชน์สำหรับวงการวิชาการ

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยที่ได้มีการผสมผสานแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทาน กำหนดเป็นข้อสมมุติฐานงานวิจัยในการศึกษา ดังนั้นผลที่ได้จากงานวิจัยจึงมีประโยชน์ต่อวงการวิชาการดังนี้

1. ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้รูปแบบการจัดการโซ่อุปทานร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของไทย ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ และส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาดและด้านการเงิน ซึ่งรูปแบบของการจัดการโซ่อุปทานดัง

กล่าว เป็นแนวทางในการศึกษาและเผยแพร่ความรู้ในสาขาวิชาการจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ โดยเฉพาะเนื้อหาด้านการจัดการโซ่อุปทานสำหรับธุรกิจค้าปลีก ที่มีผลทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นและเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุน

2. จากผลการศึกษาพบว่าพันธมิตรทางธุรกิจและการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการจัดการโซ่อุปทานร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ รวมไปถึงมีผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการทั้งด้านการเงินและด้านการตลาด ดังนั้นรูปแบบความร่วมมือในโซ่อุปทานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ได้จากงานวิจัยนี้ จึงเป็นรูปแบบความร่วมมือระหว่างร้านค้าปลีกกับลูกค้า ผู้ค้าส่งและลูกค้า นอกจากนี้ความร่วมมือยังรวมไปถึงการแลกเปลี่ยนสารสนเทศที่มีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจระหว่างร้านค้าปลีกกับลูกค้าและลูกค้า

โมเดลดังกล่าวนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมค้าปลีกในทุกขนาด ดังนั้นประโยชน์ที่มีต่อวงการวิชาการจึงเป็นการส่งเสริมความรู้และความเข้าใจ ทักษะปฏิบัติเรื่องพันธมิตรทางการค้า การแลกเปลี่ยนสารสนเทศ ที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ทำให้วงการวิชาการได้ให้ความสนใจในการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมค้าปลีกของไทยในแต่ละประเด็น ส่งผลดีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ

งานวิจัยนี้มีประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ร้านค้าปลีกและร้านค้าส่งของไทย ดังนี้

1. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนากิจกรรมภายในโซ่อุปทาน เพื่อบรรลุความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งการพัฒนานั้นสามารถพัฒนาด้านความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ลูกค้า โดยการร่วมในการวางแผนธุรกิจในบางส่วน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารภายในโซ่อุปทาน โดยเฉพาะการแจ้งข้อมูลที่สำคัญที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของทั้งสองฝ่าย ผลการวิจัยในครั้งนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกได้มีการพัฒนากิจกรรมจัดการโซ่อุปทาน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตนเอง

กิจกรรมจัดการโซ่อุปทานในงานวิจัยนี้ เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาในด้านต่างๆ และโดยเฉพาะด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นอีกด้านหนึ่งที่ผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง และผู้ขายควรให้ความสำคัญเพิ่มเติมจากส่วน

ของกาสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน เนื่องจากผลการศึกษาวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่า การแลกเปลี่ยนสารสนเทศที่มีคุณภาพ มีผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันร้านค้าปลีก ทั้ง 5 มิติ และมากไปกว่านั้นยังมีผลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ดังนั้นผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ประกอบการจึงสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจเชิงกลยุทธ์ได้เป็นอย่างดี

ประโยชน์หน่วยงานภาครัฐ

การศึกษาครั้งนี้มีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ดังต่อไปนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ ไปวางแผนในการให้การสนับสนุนกิจกรรมภายในโซ่อุปทานของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม วิสาหกิจที่มีความใกล้เคียงกัน เพื่อให้กิจกรรมภายในโซ่อุปทานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัยนี้ ไปพัฒนาการจัดการโซ่อุปทานร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย (Implication)

จากผลการศึกษาวิจัยการจัดการโซ่อุปทานที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการ และส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาดและการเงินของกิจการ ได้ข้อเสนอนี้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการในส่วนของโรงงานผู้ผลิตสินค้าควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงงาน ตัวแทนจำหน่ายและผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ควรมีการยกระดับของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารให้มีมากขึ้นและข่าวสารที่มีการแลกเปลี่ยนควรเป็นข่าวสารที่มีคุณภาพ เป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ เนื่องจากในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจภายในโซ่อุปทาน การแลกเปลี่ยนสารสนเทศที่มีคุณภาพ มีความจำเป็นอย่างมากต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ตัวอย่างเช่น สารสนเทศด้านการขายและการตลาดในโซ่อุปทาน เมื่อได้มีการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกันระหว่างผู้ขายกับผู้ผลิต ผู้ผลิตสามารถนำสารสนเทศดังกล่าวมาวางแผนในการผลิต ทั้งด้านจำนวนที่ต้องผลิต การออกแบบและการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ

2. จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นปรากฏว่า การกระจายสินค้าและการส่งมอบสินค้าในโซ่อุปทานค้าปลีก มีความสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันและส่งผลดีต่อผลการ

ดำเนินงานด้านการตลาดและการเงินโดยทางอ้อม ซึ่งการพัฒนาการกระจายสินค้าและการส่งมอบของร้านค้าปลีกนั้น จำเป็นต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการจัดการสินค้าคงคลังที่ดี เนื่องจากทั้งสามปัจจัยดังกล่าวมานี้มีความเกี่ยวเนื่องกัน ดังนั้นนโยบายภาครัฐที่จะช่วยส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม สามารถเพิ่มความสำคัญในการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ผลิตในประเทศกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ให้มีความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่น ให้ทุกฝ่ายต่างก็มีความรู้สึกในความสำเร็จร่วมกัน เพื่อให้กิจกรรมของการแลกเปลี่ยนข้อมูล การวางแผนและพัฒนาสินค้าร่วมกัน เพื่อเป้าหมายในการพัฒนาองค์ประกอบในการจัดการโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ในด้านของการจัดการสินค้าคงคลัง ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เป็นการบ่งชี้ว่าในการบริหารจัดการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม การบริหารสินค้าคงคลังของทางร้านถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันและส่งผลต่อยอดขายรวมไปถึงผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่เสนอแนะว่า ในระดับนโยบายควรได้มีการพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือภายในร้าน ให้ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้นั้นมาใช้ในการพัฒนาการบริหารสินค้าภายในร้าน เพื่อเป็นการลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสในการขายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. ผลการศึกษาความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม พบว่าความสามารถในการแข่งขันด้านราคาคุณภาพสินค้า การกระจายสินค้า การส่งมอบสินค้าและความทันสมัยรวดเร็ว มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อผลการดำเนินงานด้านการตลาดและด้านการเงิน ดังนั้นการส่งเสริมยอดขายของร้านค้าปลีกและผลตอบแทนจากการลงทุน จึงสามารถกระทำได้โดยการพัฒนารูปแบบการจัดวางสินค้า ความหลากหลายของสินค้ารวมทั้งการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีก สามารถเข้าถึงสินค้าที่มีความทันสมัยแปลกใหม่ในระยะเวลารวดเร็ว เพื่อให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้รับโอกาสจากการขายสินค้าใหม่ๆ ก่อนห้างค้าปลีกหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โอกาสดังกล่าวส่งผลต่อการดึงดูดลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในร้าน

จากข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยดังกล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่าการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมนั้น สามารถนำเอาแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานมาปรับใช้และเป็นแนวทางในการพัฒนาได้ ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ องค์กรที่เกี่ยวข้อง สามารถพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ ความเชื่อถือในระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ ความสัมพันธ์กับลูกค้า การพัฒนาระบบการกระจายสินค้าจาก

โรงงานไปจนกระทั่งส่วนปลีกย่อยในร้านค้าปลีกที่สินค้าจะส่งถึงมือผู้ซื้อ นอกจากนี้ การส่งเสริมความรวดเร็วในการนำสินค้าใหม่ ทันสมัยมาจำหน่ายยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการทั้งด้านการตลาดและด้านการเงิน

ข้อจำกัดงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

ในส่วนนี้ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอข้อจำกัดงานวิจัย และข้อเสนองานวิจัยในอนาคต ดังนี้

ข้อจำกัดงานวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งลักษณะและโครงสร้างทางการตลาดในระดับปลีกย่อย อาจ会有ความแตกต่างจาก ตลาดค้าปลีกในจังหวัดอื่นๆ หรือภาคอื่นๆ ของไทย

งานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ควร เป็นการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกจากทุกภาคของประเทศ เพื่อเป็นการหาผลของการ ศึกษาในภาพรวมของประเทศ และนอกจากนี้งานวิจัยยังสามารถศึกษาย้อนกลับไปยังผู้ ผลิตสินค้าทั้งในด้านการจัดการสารสนเทศในโซ่อุปทาน การพัฒนาคุณภาพของสินค้าใน โซ่อุปทาน เป็นต้น

สรุป

การศึกษาวิจัยผลของการจัดการโซ่อุปทาน ที่มีต่อความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของกิจการ เป็นการศึกษาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า ความเป็น พันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ระดับการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ คุณภาพ ของสารสนเทศที่มีการแลกเปลี่ยนและการจัดการสินค้าคงคลัง เป็นองค์ประกอบของ การจัดการโซ่อุปทานที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ทั้งในด้าน ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา คุณภาพของสินค้า การกระจายสินค้า การส่งมอบ และความทันสมัยรวดเร็วของสินค้าที่นำมาจำหน่าย ซึ่งความสามารถในการแข่งขันดัง กล่าวส่งผลกระทบต่อความสามารถด้านการตลาดและด้านการเงินหรือไม่

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยใช้วิธีกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีของ Cochran

(1967) ได้ตัวอย่างจำนวน 245 ตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม และเก็บข้อมูลโดยนักวิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยไปเก็บเองที่ร้านค้าของตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องและทดสอบเครื่องมือจากกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นได้ปรับปรุงแบบสอบถามงานวิจัยและนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิเคราะห์ปัจจัยตรวจสอบการจัดกลุ่มของตัวบ่งชี้ และใช้วิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม งานวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้เทคนิควิธีวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) โดยใช้โปรแกรม Lisrel version 8.4 ดังนั้นก่อนทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบการกระจายแบบปกติของข้อมูล ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการเป็นเส้นตรงร่วมกัน หลังจากนั้นจึงได้นำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย สรุปได้ว่าองค์ประกอบการจัดการโซ่อุปทานซึ่งประกอบด้วย ความเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า ระดับการแลกเปลี่ยนสารสนเทศและคุณภาพของสารสนเทศที่มีการแลกเปลี่ยน รวมทั้งการจัดการสินค้าคงคลัง มีความสัมพันธ์ในทางตรงและในเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจมีผลกระทบในทางตรงและในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของกิจการทั้งด้านการตลาดและด้านการเงิน