

ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาท ช่วงวิกฤตโรคระบาด  
ไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย  
Factors Facilitating the Operation of 20-Baht-Retailing Stores in Muang  
District, Chiang Rai Province During COVID – 19 Crisis

พรรณภา สวนรัตนชัย<sup>1</sup> เรืองเกียรติ สุวรรณโนภาส<sup>2</sup> นงนุช เฟื่องวงศ์<sup>3</sup> กฤษณา อืดใจ<sup>4</sup>  
วรุณ ศิลปะสุวรรณชัย<sup>5</sup>

Phannapha Suanrattanachai, Ruangkiat Suwannopas, Nongnuch Fuangwong  
Kissana Audjai, Warun Silpasuwanchai

**บทคัดย่อ (Abstract)**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนการค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาท วิธีการดำเนินธุรกิจค้าปลีกเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและศึกษาความต้องการการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการเลือกร้านค้าแบบไม่เจาะจงที่กระจายตัวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผู้ให้ข้อมูลคือเจ้าของธุรกิจ 15 คนเป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไปและลูกค้าผู้ซื้อสินค้าภายในร้าน 40 คนให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบประเด็นที่เกิดขึ้นคล้ายกันสามารถเชื่อมโยงเกิดแนวคิดที่น่าสนใจกล่าวคือเจ้าของธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทเล็งเห็นโอกาสการดำเนินธุรกิจโดยสังเกตจากพฤติกรรมลูกค้ามีความพึงพอใจต่อเลือกซื้อสินค้าราคาถูก ด้านปัจจัยสนับสนุนพบว่า การขายแบบมีหน้าร้านสร้างความพึงพอใจต่อการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ด้านวิธีการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าพบว่า ต้องมีการวางแผนอยู่เสมอโดยการจัดหาสินค้าให้มีความหลากหลายและเสนอสินค้าแปลกใหม่แก่ลูกค้า ด้านความต้องการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าพบว่า ลูกค้าพึงพอใจเลือกใช้บริการร้านสินค้าราคา 20 บาทเพราะมีสินค้าหลากหลาย ความเหมาะสมของคุณภาพและราคาของสินค้า จากการศึกษาช่วงวิกฤตการณ์ ฯ เจ้าของธุรกิจค้าปลีกยังคงเห็นโอกาสการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกโดยการจัดหาสินค้าแปลกใหม่เพื่อเสนอแก่ลูกค้าให้ครบทุกกลุ่มและทุกช่วงวัย

**คำสำคัญ (Keywords):** การดำเนินธุรกิจ;ธุรกิจค้าปลีก; สินค้าราคา 20 บาท

---

Received: 2022-05-20 Revised: 2022-06-16 Accepted: 2022-06-25

<sup>1</sup> คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเชียงราย, Faculty of Business Administration, Chiangrai College. Corresponding Author e-mail: Suanphan29@outlook.com

<sup>2345</sup> คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเชียงราย, Faculty of Business Administration, Chiangrai College

## Abstract

The objectives of the study are to analyze factors supporting retailing business in order to responding to customers' needs and to study the buying choices of customers. Non-purposive method with qualitative depth interview method was used to interview owners of retail shops in Mueang District, Chiang Rai Province. Fifteen owners who have operated their business for at least two years agreed to provide their information as well as forty customers who were shopping there. Data analysis revealed similar issues that could be linked to form interesting concepts. The owners of 20-baht shops have foreseen opportunities for the growth of their business due to their notice in customers' satisfaction arisen from buying low-priced merchandises. Displaying merchandises in front of the shops that made the customers satisfied was the supporting factor. Constant planning in offering innovative and diverse merchandises was their main business strategy. Buying needs of the customers of 20-baht shops were responded by variety of merchandises, and low priced with quality merchandises. During the COVID-19 crisis, the owners have positive prospects in their business by means of offering innovative merchandises to customers of all groups and ages of customers.

**Keywords:** Business operations; Retail business; Products priced at 20-baht

## บทนำ (Introduction)

ธุรกิจค้าปลีกเป็นการดำเนินธุรกิจแบบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการบริหารจัดการและความสามารถเข้าถึงง่ายของลูกค้าเหมาะแก่ผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนเพื่อเป็นโอกาสทางธุรกิจตามนโยบายของรัฐบาลยุคประเทศไทย 4.0 ในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม สร้างความมั่นคง มั่นคง อย่างยั่งยืนจนกระทั่งกลายเป็นสังคมที่มีคุณภาพ (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2560) การดำเนินธุรกิจค้าปลีกมีลักษณะการขายสินค้าอุปโภคบริโภคไปยังลูกค้าโดยตรงไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางลักษณะการซื้อสินค้าของลูกค้าแบบต่อขั้นที่พอเหมาะต่อการต้องการใช้สินค้าในหนึ่งครั้งของลูกค้า (สมจิตร ล้วนจำเจริญและดวงทอง ลากเจริญทรัพย์, 2562) ธุรกิจค้าปลีกจากอดีตซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมที่เป็นที่รู้จัก คือ ร้านขายของชำหรือร้านโชห่วย จะขายสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคในพื้นที่ชุมชนที่เป็นร้านค้าที่สามารถเข้าซื้อสินค้าได้ง่ายระบบบริหารจัดการแบบเจ้าของร้านจัดหาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าภายในท้องถิ่น ซึ่งปัจจุบันการดำเนินธุรกิจค้าปลีกได้นำนวัตกรรมทางเทคโนโลยี

มาเปลี่ยนแปลงระบบบริหารจัดการจากยุคสมัยเดิมเป็นอย่างมากเพื่อสนองความต้องการอย่างรวดเร็วและเสนอความหลากหลายของสินค้าเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้ามากกว่าความจำเป็น ฉะนั้น การดำเนินธุรกิจค้าปลีกยุคใหม่ต้องสามารถนำเสนอสินค้าปริมาณมาก มีความหลากหลายตามความต้องการของคนในสังคมเพื่อความสะดวกสบายและเป็นโอกาสของธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคจะขยายตลาดสร้างโอกาสการเติบโตทางธุรกิจค้าปลีกซึ่งการดำเนินธุรกิจค้าปลีกมีการแข่งขันสูงก็เป็นโอกาสการเติบโตของเศรษฐกิจระดับประเทศได้

ธุรกิจค้าปลีกสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ กล่าวคือ ลักษณะที่ 1 ร้านค้าปลีกประเภทขายสินค้า และลักษณะที่ 2 ร้านค้าปลีกขายบริการ (สมจิตร์ ล้วนจำเจริญและดวงทอง ลาภเจริญทรัพย์, 2562) ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาธุรกิจร้านค้าปลีกอิสระที่จัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกประเภทขายสินค้าที่มีอัตราการแข่งขันสูง ธุรกิจร้านค้าปลีกอิสระเป็นการดำเนินธุรกิจการซื้อสินค้าเพื่อขายต่อไปยังลูกค้าด้วยวิธีการดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของคนเดียว มีขนาดเล็ก การลงทุนไม่สูง ที่สำคัญการบริหารมีคล่องตัวจากอำนาจการตัดสินใจโดยเจ้าของผู้เดียว การกำหนดสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อเสนอขายสินค้าต่อความต้องการลูกค้าและการกำหนดราคาสินค้าอาจต้องการเพียงกำไรเล็กน้อยแต่ต้องการขายในปริมาณที่มากและสามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านค้าปลีกอิสระ

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทยตั้งอยู่ใกล้กับชายแดนสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสหภาพพม่า มีประชากรทั้งสิ้น 1,298,304 คน แบ่งประชากรที่อยู่ในเทศบาลจำนวน 372,836 คน ลักษณะประชากรเป็นแบบผสมผลานชาติพันธุ์จากการย้ายถิ่นในอดีตจากชนเผ่าต่าง ๆ และประชากรพื้นถิ่นเมือง จังหวัดเชียงรายเป็นแหล่งเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวและติดต่อการค้าระหว่างชายแดนสองประเทศ การเจริญเติบโตสภาพเศรษฐกิจการค้าจากแหล่งประชากรท้องถิ่นและประชากรชาติพันธุ์ต่าง ๆ ทางด้านการค้าส่ง ค้าปลีก มีมูลค่า 18,079 ล้านบาท มีสถานประกอบการขายปลีกจำนวน 17,759 รายที่กระจายทั่วจังหวัดเชียงราย และจากสถิติการค้าและราคาที่จดทะเบียนนิติบุคคลในอำเภอเมืองเชียงรายจำนวน 3,084 รายอยู่ในหมวดการค้าส่ง การขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ จำนวน 2,618 ราย โดยมีอัตราเงินเฟ้ออยู่ที่ 1.0 เปอร์เซ็นต์หากเทียบจากดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปอยู่ที่ 102.1 (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย, 2563) จากสถิติข้างต้นนี้แสดงให้เห็นถึงโอกาสการเติบโตของธุรกิจค้าส่ง ค้าปลีกยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากความต้องการของประชากรพื้นที่และโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศเพื่อนบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

จากสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ที่เริ่มแพร่กระจายตั้งแต่ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2562 ส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจทั่วโลก โดยงานวิจัยกรุงศรีได้วิเคราะห์ธุรกิจค้าปลีกตลอดทั้งปี 2562 มีอัตราการเติบโตชะลอลงที่ 2.8% ไปในทิศทางเดียวกับภาวะ

เศรษฐกิจที่ขยายตัวต่ำสุดในรอบ 5 ปีที่ 2.4% (วิจัยกรุงศรี, 2564) และยังคงส่งผลกระทบต่อเนื่องในปัจจุบัน ตลอดเกือบสองปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจยังคงเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อทุกภาคธุรกิจ ก่อให้เกิดขาดสภาพคล่องทางการเงินตกต่ำ ประชาชนภายในประเทศได้รับผลกระทบจากสภาวะการณืตกงาน ว่างาน ความเป็นอยู่ยากลำบาก ทุกคนต่างพยายามดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดจากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและการติดต่อของโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 แต่ในสภาวะการณืดังกล่าวก็ยังคงมีประชาชนอีกมากมายยังคงมีรายได้จากงานประจำจากภาครัฐและเอกชนที่ยังคงการมีจ้างงานและมีผลกำไร จากอุปสรรคโรคระบาดนี้ก็ยังคงเป็นโอกาสในดำเนินธุรกิจบางประเภท เช่นระบบโลจิสติกส์มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเพราะความต้องการส่งสินค้าจากธุรกิจขายออนไลน์มีการขยายตัวต่อความต้องการของลูกค้าจำนวนมาก การขายสินค้าในระบบออนไลน์ก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ขยายตัวอย่างกว้างขวางและการเติบโตอย่างก้าวกระโดด วิจัยกรุงศรียังวิเคราะห์ต่อว่าในปี 2564-2566 ยอดขายของร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีแนวโน้มเติบโตเฉลี่ย 1.5-2.5% ตามสภาพเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัวหลังวิกฤตโรคระบาด (วิจัยกรุงศรี, 2564) หากพิจารณาการขายแบบมีหน้าร้านก็ยังคงมีโอกาเช่นกันเพราะประชาชนยังคงต้องการจับจ่ายสินค้าโดยไม่ต้องผ่านระบบออนไลน์ เช่นร้านสะดวกซื้อ อาหารสดในพื้นที่ตลาดสด และร้านค้าปลีกอิสระอย่างธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทที่เน้นขายสินค้าอุปโภคก็ยังคงเป็นการขายแบบมีหน้าร้านในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อเสนอสินค้าราคาถูกให้กับลูกค้าและลูกค้าสามารถเลือกสินค้าหลากหลายที่วางจำหน่ายในร้านโดยลูกค้าไม่ต้องเสียค่าขนส่งและลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าตามความต้องการในปริมาณตามความต้องการจะใช้สินค้านั้น ๆ ถึงแม้จะมองว่าเป็นโอกาสแต่ธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทแบบมีหน้าร้านก็ได้รับผลกระทบสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เฉกเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ เพราะในการดำเนินธุรกิจย่อมมีการลงทุนซึ่งเจ้าของธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทต้องจัดหาสินค้าจำนวนมากมาเก็บไว้เพื่อให้บริการลูกค้าและนั่นกลายเป็นปัญหาในการลงทุนสูงแต่ยังคงขายสินค้าได้น้อยสืบเนื่องจากประชาชนเริ่มจับจ่ายใช้สอยน้อยลงและการเลือกซื้อสินค้าเฉพาะความจำเป็นเท่านั้น ทำให้ธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทได้รับผลกระทบจากการลงทุนไปแล้วและสินค้าทั้งหมดกลายเป็นสินค้าคงคลังจำนวนมากแต่เจ้าของธุรกิจยังคงดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาท ซึ่งผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ว่ามีปัจจัยสนับสนุนใดที่ทำให้การดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทยังคงอยู่ในสภาวะการณืโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019

จากบริบทที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้เป็นแนวทางการศึกษาเพื่อการวางแผนการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทและแนวทางการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจก่อนการดำเนินธุรกิจค้า

ปลีกและวิธีการจูงใจพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือกซื้อสินค้าและเตรียมความพร้อมต่อการแข่งขันในบริบทธุรกิจเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันเพื่อการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนการค้าธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาความต้องการการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

## วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

### 1. รูปแบบการวิจัย

วิจัยนี้ดำเนินการด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้การอุปนัย (Induction) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกที่ปรากฏการณ์เชิงกระบวนการของพฤติกรรมจากการสัมภาษณ์ (Interview) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เจ้าของธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาท จำนวน 15 คนและลูกค้าผู้ซื้อสินค้าภายในร้าน จำนวน 40 คน ผู้วิจัยติดต่อสถานประกอบธุรกิจแบบไม่เจาะจงที่กระจายตัวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

### 2. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้พิจารณาสถานประกอบธุรกิจที่เปิดธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทโดยเปิดดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป ขอบเขตประชากร ศึกษาจากเจ้าของธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาท จำนวน 15 คนและลูกค้าผู้ซื้อสินค้าภายในร้าน จำนวน 40 คน ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย การวิจัยนี้โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เข้าสัมภาษณ์ในระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม ถึง มีนาคม 2565

### 3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูล เป็นเจ้าของธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไปและลูกค้าผู้ซื้อสินค้าภายในร้าน โดยผู้วิจัยติดต่อสถานประกอบธุรกิจเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจและขออนุญาตสัมภาษณ์ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าภายในร้านนั้นเพื่อเก็บข้อมูล

### 4. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยตั้งคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยคำถามที่ใช้เป็นแนวทางการถามเพื่อนำเข้าสู่ประเด็นตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยสัมภาษณ์ด้วยตนเองเริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์ (Rapport) ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ ขอความเห็นชอบในการบันทึกข้อมูล และยืนยันความลับของข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล

แนวทางการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ใช้หลักการแบบเปิดกว้าง ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ ได้ตั้งคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อนำเข้าสู่ประเด็นตามวัตถุประสงค์ การขยายความปรับเปลี่ยนคำให้เหมาะสมเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้อง อาจใช้คำถามเสริม และสรุปทวนคำตอบเป็นระยะ ๆ เป็นสิ่งจำเป็นในระหว่างการสัมภาษณ์เป็นไปตามหลักการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยนี้ผ่านการเห็นชอบจากผู้ทรงวุฒิของวิทยาลัยเชียงรายและผ่านคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เอกสารรับรองโครงการวิจัยเลขที่ CRC.IRB No.013/2564

### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยติดต่อขอสัมภาษณ์โดยเลือกตัวอย่างจากธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยสร้างความคุ้นเคย บอกกล่าววัตถุประสงค์และภาพรวมของการสัมภาษณ์ การนำข้อมูลไปใช้ ความลับของข้อมูล และขออนุญาตบันทึกเสียงการสัมภาษณ์โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลปฏิเสธการบันทึกในบางช่วงของการสัมภาษณ์ได้ ผู้วิจัยทำความเข้าใจในเรื่องและประเด็น บันทึกย่อเมื่อจำเป็น การสัมภาษณ์หยุดลงเมื่อข้อมูลที่ได้อิ่มตัว ไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น (Saturated) ผู้สัมภาษณ์ขอบคุณในการให้ข้อมูลและเวลา หากมีข้อสงสัยจะติดต่อมาเพื่อสัมภาษณ์เพิ่มเติม

### 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้มานำมาพิมพ์เป็นข้อความ นำมาทบทวนเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างท่องแท้ แล้วจึงจับกลุ่มแนวคิดที่เกิดขึ้นจากข้อมูลที่คล้ายกัน (Open Coding) พร้อมกับเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (Axial Coding) เมื่อสิ้นสุดการบวนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยนำผลมาเรียบเรียงเพื่อนำเสนอผล และอภิปรายผลงานวิจัยต่อไป

## ผลการวิจัย (Research Results)

ข้อมูลที่เก็บได้เพียงพอต่อการวิเคราะห์ผลการวิจัยซึ่งนำไปสู่การอภิปรายผลที่ค้นพบแนวคิดเชิงเสนอแนะปัจจัยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและวิธีการดำเนินธุรกิจค้าปลีกและศึกษาแนวคิดความต้องการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าในช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 เฉพาะในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ตามขอบเขตของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีทิศทางเดียวกันทำให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์จัดกลุ่มและเชื่อมโยงความคิดของเจ้าของธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทซึ่งข้อมูลส่วนมาก พบว่า เจ้าของธุรกิจค้าปลีกจบการศึกษาระดับ

ปริญญาตรี หลายคนเป็นคนพื้นถิ่นจังหวัดเชียงรายและเล็งเห็นโอกาสการประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ซื้อขายคล่อง การซื้อมาขายไปของสินค้าราคาถูกและได้รับกระแสเงินสดหมุนเวียน ทุนต่อทุนในการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจเริ่มตั้งแต่ 2 – 8 ปี และปัจจุบันยังคงดำเนินธุรกิจอยู่

ในส่วนของความต้องการเลือกสินค้าของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนมากเป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจในเรื่องของราคาสินค้าเพราะเป็นสินค้าราคาถูก ลูกค้าพอมีกำลังซื้อทำให้การตัดสินใจเลือกสินค้าได้ง่าย การเลือกใช้บริการสถานที่สะดวก เรียบง่าย เข้าใช้บริการรู้สึกสบายใจ หลายท่านกล่าวว่า ร้านค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลายเพื่อสนองความต้องการใช้สินค้าและลูกค้าพึงพอใจกับราคาที่จ่ายเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

การเริ่มต้นธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทจากการลงทุนของเจ้าของธุรกิจค้าปลีกลงทุนแบบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการลงทุนตามขนาดพื้นที่และทำเลที่ตั้งของธุรกิจค้าปลีกซึ่งภาพรวมเจ้าของธุรกิจค้าปลีกลงทุนด้วยเงินส่วนตัวและการลงทุนเป็นเงินหมุนเวียน เงินลงทุนเริ่มตั้งแต่ 70,000 – 300,000 บาทในช่วงเริ่มต้นธุรกิจขึ้นอยู่กับขนาดสถานที่ของธุรกิจค้าปลีก ด้านการตั้งสถานประกอบธุรกิจส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ใกล้ชุมชนและตลาดเพื่อเป็นโอกาสการเข้าถึงง่ายของลูกค้า ด้านการตั้งราคาสินค้ามีความหลากหลายและเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ด้านบริการสามารถแยกได้สามประเด็น ประเด็นแรก ธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทมีบริการสินค้าที่มีความหลากหลายเพื่อสนองความต้องการใช้สินค้าของลูกค้า ประเด็นที่สอง เจ้าของธุรกิจให้บริการด้วยตนเองเพื่องานบริการที่ประทับใจแก่ลูกค้า เช่น ให้คำแนะนำสินค้า การสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า ประเด็นที่สาม จัดสถานที่ให้โปร่ง สะอาด ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้าโดยการจัดเป็นหมวดหมู่ประเภทของสินค้า ส่วนการจ้างแรงงานมีการจ้างแรงงานจัดเรียงสินค้าโดยการจ้างเป็นรายวันมีอัตราค่าจ้างประมาณ 200-300 ต่อวัน ขึ้นอยู่กับการตกลงการจ้างงานระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกจ้าง โดยจ้างแรงงาน 1-3 คนอย่างน้อยต่อสถานประกอบธุรกิจ

การสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบประเด็นสำคัญที่มีทิศทางเดียวกันทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดกลุ่มและเชื่อมโยงความคิดของเจ้าของธุรกิจข้อมูลส่วนมาก ประเด็นที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

#### วัตถุประสงค์ที่ 1: ปัจจัยสนับสนุนธุรกิจ

ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินการค้าของธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทในช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า เจ้าของธุรกิจค้าปลีกเล็งเห็นถึงโอกาสของธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาท โดยเจ้าของธุรกิจค้าปลีกได้ศึกษาความต้องการใช้สินค้านี้ของประชาชนที่สอดคล้องกับสภาพสังคมเศรษฐกิจในปัจจุบัน เจ้าของธุรกิจค้าปลีกหลายท่านกล่าวว่า การดำเนินธุรกิจจะต้องศึกษากลุ่มเป้าหมายและกำลังซื้อของลูกค้าก่อนการลงทุน

โดยเจ้าของธุรกิจค้าปลีกได้ศึกษาพฤติกรรมลูกค้าจากประเด็นแรกคือ พฤติกรรมลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจเลือกซื้อสินค้าราคาถูกเพื่อง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ ประเด็นที่สอง ถึงแม้จะมีระบบการขายออนไลน์มากขึ้นแต่ธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 ยังคงเห็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจอยู่ เพราะลูกค้าไม่ต้องเสียค่าขนส่งสินค้าและสามารถเลือกซื้อสินค้าและการเข้าถึงได้ง่ายกว่าแบบออนไลน์ซึ่งเจ้าของธุรกิจได้ศึกษาและเข้าใจในพฤติกรรมของลูกค้าว่ายังคงต้องการเลือกซื้อสินค้าแบบเห็นสินค้าและสามารถจับต้องสินค้าและสามารถเลือกสินค้าด้วยตนเองการเข้าถึงง่ายของลูกค้า

การเลือกสินค้าตามคุณภาพและราคาของสินค้า เจ้าของธุรกิจค้าปลีกจะจัดหาสินค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเพื่อสนองความต้องการซื้อหรือใช้สินค้าในแต่ละสถานประกอบการจะมีกลุ่มลูกค้าของตนเอง โดยกลุ่มลูกค้าส่วนมากจะเป็นผู้หญิงที่มาจับจ่ายหรือเลือกซื้อสินค้ามากกว่าผู้ชาย เจ้าของธุรกิจจะจัดหาสินค้าที่มีความหลากหลาย หลายเกรดและราคา เพื่อเป็นการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า โดยประการแรกเจ้าของธุรกิจค้าปลีกจะคำนึงถึงการสร้างความพึงพอใจในด้านสินค้าและลำดับถัดมาจะคำนึงถึงต้นทุนของสินค้าที่สามารถจะทำกำไรโดยเฉลี่ยเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจ โดยต้นทุนของสินค้าจะเริ่มต้นตั้งแต่ 8-15 บาทหากเป็นสินค้าราคาขาย 20 บาทและภายในร้านยังมีสินค้านอกเหนือจากราคา 20 บาทซึ่งเรียกว่า “การตั้งราคาสินค้าจับราคา” เป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมตามคุณภาพของสินค้าและสินค้าที่ขายดีที่สุสุดเป็นประเภทเครื่องใช้ในครัวและพลาสติก ลำดับสอง เครื่องมือการเกษตร และลำดับที่สาม เป็นอุปกรณ์เครื่องเขียนและของใช้เกี่ยวกับผู้หญิงและเด็ก เช่น กิ๊พติดผม, ยางรัดผม เป็นต้น

ช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด 2019 เจ้าของธุรกิจค้าปลีกกล่าวว่า แม้ว่าสินค้าจะราคาถูกก็จริงแต่ด้วยสถานการณ์แพร่ของโรคนั้นก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน การซื้อสินค้าของลูกค้าลดลง ลูกค้าไม่กล้าเข้าร้านบ้างเพราะกลัวจะติดโรคจากการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งช่วงวิกฤตโรคระบาดแรก ๆ สถานประกอบการธุรกิจบางแห่งต้องปิดร้านช่วงระยะเวลาหนึ่งเพราะกลัวการระบาดแต่บางร้านยอมเสี่ยงเพราะความต้องการขายสินค้าแต่ทางร้านมีมาตรการระวังไว้และบริการแอลกอฮอล์ให้ลูกค้าก่อนเข้าร้านซึ่งร้านที่เปิดให้บริการกล่าวว่า ยังคงต้องเปิดกิจการเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจถามว่ากลัวไหมบอกกลัวแต่ต้องเปิดเพื่อความอยู่รอดเช่นกัน พฤติกรรมลูกค้าก็เปลี่ยนตามสถานการณ์การเลือกซื้อสินค้าเท่าที่จำเป็นต้องใช้เท่านั้นโดยเจ้าของธุรกิจค้าปลีกต้องปรับตัวจากสภาวะการณ์นี้โดยลดค่าใช้จ่ายลดการส่งสินค้าเพิ่มเน้นขายสินค้าเฉพาะที่มีในคลังก่อนหากสินค้ามีความต้องการก็จะสั่งแค่พอดีขายไม่กักตุนสินค้าไว้เพราะอาจเสี่ยงในการลงทุนเพิ่ม แต่อย่างไรก็ตามเจ้าของธุรกิจค้าปลีกยังคงเล็งเห็นโอกาสที่ธุรกิจจะเติบโตจากพฤติกรรมของลูกค้าที่ยังคงพึงพอใจสินค้าราคาถูกด้วยสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคต

จากข้อมูลข้างต้นพอสรุปได้ว่า เจ้าของธุรกิจค้าปลีกเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจค้าปลีกจากพฤติกรรมความต้องการเลือกซื้อสินค้าราคาถูกของลูกค้าโดยเสนอการขายแบบมีหน้าร้านเพื่อให้



ลูกค้าได้เลือกซื้อสินค้าตามคุณภาพของสินค้าและราคาที่เหมาะสมแก่การจับจ่าย สนองความต้องการใช้สินค้าของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

## วัตถุประสงค์ที่ 2: วิธีการดำเนินธุรกิจ

วิธีการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาท เพื่อตอบสนองความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า เจ้าของธุรกิจค้าปลีกมีการวางแผนธุรกิจโดยส่วนใหญ่จะดำเนินธุรกิจแบบธุรกิจครอบครัวการบริหารจัดการดำเนินการด้วยตนเองใช้เงินลงทุนส่วนตัวมีการทำบัญชีรายรับรายจ่ายแบบง่ายในการเริ่มต้นธุรกิจเจ้าของธุรกิจค้าปลีกจะลงทุนตามขนาดของสถานประกอบการธุรกิจโดยเริ่มต้นการลงทุนในช่วงปีแรกจะอยู่ที่ 70,000 – 300,000 บาท

เจ้าของธุรกิจค้าปลีกหลายท่านกล่าวว่าในการลงทุนครั้งแรกนั้นสถานประกอบการธุรกิจสามารถทำกำไรได้ดีจากความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าซึ่งจากความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าทำให้เจ้าของธุรกิจค้าปลีกเริ่มต้องการหาสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อสนองความต้องการซื้อของลูกค้า ฉะนั้นจำเป็นที่ต้องขยายสถานประกอบการธุรกิจให้ใหญ่และกว้างขวางขึ้นซึ่งในการลงทุนเพิ่มช่วงปีที่สองหรือปีที่สามเจ้าของธุรกิจค้าปลีกใช้เงินลงทุนจากผลกำไรในปีแรกมาขยายสถานที่เพิ่มเติมอาจมีอาคารพาณิชย์ห้องเดียวก็ขยายให้เป็นสองถึงสามห้องและหากกล่าวถึงสถานที่เจ้าของธุรกิจค้าปลีกบางรายใช้พื้นที่ของตนเองในการประกอบธุรกิจและในบางรายสถานประกอบการธุรกิจเป็นการเช่าอาคารหรือที่ว่างในการประกอบธุรกิจ ซึ่งหากเป็นการเช่าอาคารหรือสถานที่ต้องเสียค่าเช่าโดยประมาณ 4,000 – 15,000 ต่อเดือน ซึ่งเจ้าของธุรกิจค้าปลีกที่ต้องเช่าสถานที่กล่าวว่า

ในช่วงสภาวะเศรษฐกิจปกติถึงแม้จะมีค่าเช่าอาคารหรือที่ดินแต่ธุรกิจยังคงมีผลกำไรแต่ในช่วงวิกฤตโรคระบาดโคโรนา 2019 นั้นก็ยังคงจ่ายค่าเช่าซึ่งได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากเพราะขายสินค้าได้น้อยหรือแทบไม่คุ้มต้นทุนเลยแต่ก็พยายามจะดำเนินธุรกิจให้คงอยู่ต่อไปเพราะยังคงมีสินค้าคงคลังอีกมากที่รอการซื้อของลูกค้า เจ้าของธุรกิจค้าปลีกบางแห่งกล่าวว่า ในช่วงวิกฤตโรคระบาดโคโรนา 2019 มีหน่วยงานของรัฐบาลมายื่นข้อเสนอให้กู้เงินดอกเบี้ยต่ำเพื่อให้ผู้ประกอบการมีเงินหมุนเวียนจากการได้รับผลกระทบวิกฤตโรคระบาดโคโรนา 2019 ทำให้ธุรกิจยังคงดำเนินต่อไปได้

การดำเนินธุรกิจเจ้าของธุรกิจค้าปลีกส่วนมากได้เสนอแนวคิดวิธีการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าว่า ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าภายในร้านส่วนใหญ่จะราคา 20 บาทเป็นวิธีการจูงใจลูกค้าในการเข้าเลือกซื้อสินค้าเพราะลูกค้าจะคำนึงถึงราคาสินค้าและง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ แต่ภายในร้านยังเสนอสินค้าหลายราคาหรือเรียกว่าสินค้าจับราคา เจ้าของธุรกิจค้าปลีกกล่าวอธิบายว่า สินค้าจับราคา เป็นการตั้งราคาสินค้าตามขนาดคุณภาพของสินค้าที่มีคุณภาพมากกว่าสินค้าราคา 20 บาท เช่น สินค้าประเภทพลาสติก จะมีให้

ลูกค้าเลือกพลาสติกหลายเกรดถ้าเป็นพลาสติกบางการตั้งราคาขายจะอยู่ที่ประมาณ 10/20/25 บาทต่อชิ้นแต่ถ้าเป็นพลาสติกหนาจะตั้งราคาขายอยู่ประมาณ 59/89/100 บาทขึ้นไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าตามคุณภาพของสินค้า

เจ้าของธุรกิจค้าปลีกยังคงกล่าวต่อไปว่า แม้จะอยู่ในช่วงโรคระบาดแต่ก็พยายามจะหาสินค้าแปลกใหม่เพื่อนำเสนอแก่ลูกค้าและเพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาจับจ่ายสินค้าหรือการเลือกซื้อสินค้ามากกว่าความต้องการตามความจำเป็นมากขึ้นและที่สำคัญเป็นการสร้างจุดเด่นของธุรกิจด้วยหากมีสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งก็จะเป็นโอกาสขายสินค้าที่มากกว่าเดิมซึ่งส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกหรือเป็นความพยายามเจาะกลุ่มลูกค้าจากฐานเดิมที่มีอยู่เพื่อการเติบโตของกิจการในอนาคต เจ้าของธุรกิจค้าปลีกมีวิธีการสร้างจุดเด่นของธุรกิจ เช่น บริการลูกค้าด้วยตนเอง รับประกันเปลี่ยนสินค้าหากสินค้าชำรุดหรือเสียหายและจัดสถานที่ให้ดูเรียบง่าย จัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เพื่อการค้นหาสินค้าได้ง่ายของลูกค้า

เจ้าของธุรกิจค้าปลีกได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับสถานที่ว่า หากจัดสถานที่ให้ดูเรียบง่ายไม่ดูหรูหราลูกค้าจะกล้าเข้ามาจับจ่ายมากกว่าหากจัดสถานที่ดีเกินไปเพียงแค่อัดให้ดูโปร่ง สะอาด ค้นหาสินค้าได้ง่ายโดยจัดทำป้ายบอกหมวดหมู่สินค้าก็สามารถดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการและทุกครั้งที่ลูกค้ามาใช้บริการทางร้านจะลดราคาให้จากราคาจริงที่ต้องจ่าย เช่น ลูกค้าซื้อสินค้านำราคา 255 บาทก็จะลดราคาให้ลูกค้าจ่ายเพียง 250 บาท อย่างนี้เป็นต้น ภาพรวมเจ้าของธุรกิจค้าปลีกกล่าวว่า ในการเลือกซื้อสินค้าชิ้นต่ำของลูกค้าจะจับจ่ายโดยเฉลี่ย 100 - 200 บาทต่อครั้งและเจ้าของธุรกิจค้าปลีกยังแสดงความคิดเห็นต่อธุรกิจค้าปลีกสินค้านำราคาเริ่มต้นที่ 20 บาท สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีเพราะลูกค้าจะไม่กังวลเรื่องราคาสินค้าภายในร้านลูกค้าจะพิจารณาว่าสินค้าภายในร้านคุณภาพสินค้าคุ้มค่าต่อราคาที่ต้องจ่าย

จากสถานการณ์ช่วงวิกฤตโรคระบาดโควิด 2019 เจ้าของธุรกิจค้าปลีกหลายท่านกล่าวว่า ถึงแม้เราเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้เงินลงทุนตนเองเราก็พยายามที่จะปรับตัวต้องมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจเสมอเพราะเงินลงทุนอยู่ที่สินค้าคงคลังและพยายามจัดหาสินค้าแปลกใหม่เพื่อมาดึงดูดหรือกระตุ้นการซื้อมากกว่าความจำเป็นของลูกค้า การสร้างจุดเด่นหรือจุดขายของแต่ละสถานประกอบการธุรกิจยังคงต้องทำสม่ำเสมอเพื่อสร้างจุดแข็งของธุรกิจเพื่อความอยู่รอดและการคงอยู่รอโอกาสการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกต่อไป

จากข้อมูลข้างต้นพอสรุปได้ว่า วิธีการดำเนินธุรกิจค้าปลีกต้องมีการวางแผนอยู่เสมอโดยวิเคราะห์จากสภาพสังคมเศรษฐกิจต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอจากความต้องการของสังคมปัจจุบันโดยการจัดหาสินค้าให้มีความหลากหลายและสินค้าแปลกใหม่เสนอแก่ลูกค้าเป็นการดึงดูดการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าให้มากกว่าการความจำเป็นและพยายามเจาะกลุ่มลูกค้ารายใหม่เพื่อการคงอยู่และเติบโตของธุรกิจต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์ที่ 3: ความต้องการการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า

ความต้องการการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 พบว่าลูกค้าส่วนมากพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้านี้ราคา 20 บาทเพราะจากสภาพสังคมเศรษฐกิจและวิกฤตโรคระบาดในปัจจุบัน ลูกค้าเสนอแนวคิดที่ต้องประหยัดค่าใช้จ่ายหลายอย่างแต่ยังมีความต้องการใช้สินค้าในชีวิตประจำวัน ลูกค้าพึงพอใจการเลือกใช้บริการร้านสินค้านี้ราคา 20 หรือเรียกร้านสินค้านี้ว่าถูก ลูกค้าส่วนมากพิจารณาคุณภาพสินค้าที่เหมาะสมกับราคาที่ต้องการจ่ายและการเลือกซื้อสินค้านั้นง่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเพราะไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับราคาของสินค้า

โดยภาพรวมลูกค้าหลายท่านต่างให้เหตุผลไปในทิศทางเดียวกัน ประการแรก สินค้านี้ราคาไม่แพงราคาสามารถจับต้องได้และง่ายต่อการตัดสินใจแม้ภายในร้านจะมีสินค้านี้ราคาหลากหลายแต่ลูกค้ายอมรับและพึงพอใจกับคุณภาพสินค้าที่เหมาะสมกับราคาที่ต้องการเลือกใช้และสามารถจ่ายได้ ประการที่สอง สินค้ามีความหลากหลายสนองต่อความต้องการใช้สินค้าของลูกค้า ประการที่สาม สถานที่เข้าถึงง่าย สะดวกสบาย บริการดี ลูกค้าส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นว่า เลือกใช้บริการร้านสินค้านี้ราคา 20 บาทในหนึ่งเดือนโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3-7 ครั้งและการเลือกซื้อสินค้าต่อครั้งขั้นต่ำประมาณ 100 – 200 บาท

นอกจากนั้นลูกค้ายังกล่าวไปในทิศทางเดียวกันว่า ในบางเวลาไม่ต้องการใช้สินค้าแค่ต้องการเข้าไปเดินเล่นร้านค้านี้เพราะรู้สึกผ่อนคลายกับการเดินเล่นภายในร้าน รู้สึกเหมือนเดินเล่นในห้างสรรพสินค้าที่มีสินค้านี้ราคาถูกและผลจากการเดินเล่นก็จะได้ซื้อสินค้าจากการเดินเล่นทุกครั้งเช่นกัน ลูกค้าส่วนใหญ่พึงพอใจกับการได้เลือกซื้อสินค้านี้ราคา 20 บาทที่เหมาะสมกับการใช้สินค้าในชีวิตประจำวันและคิดว่ายังคงใช้บริการร้านค้านี้ราคา 20 บาทอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลข้างต้นพอสรุปได้ว่า ลูกค้าพึงพอใจเลือกใช้บริการร้านสินค้านี้ราคา 20 บาท เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลายและสนองต่อความต้องการใช้สินค้าของลูกค้า ราคาและคุณภาพของสินค้าเหมาะสมแก่การจับจ่ายและยังคงมีความต้องการใช้บริการอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

### อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยพบว่าการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้านี้ราคา 20 บาทเป็นการดำเนินธุรกิจแบบขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องมีการกำหนดรูปแบบการดำเนินธุรกิจโดยเจ้าของธุรกิจเป็นผู้กำหนดการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าที่สอดคล้องกับ Baden-Fuller, C. & Haefliger, S. (2013) เสนอแนวคิดการดำเนินธุรกิจว่าต้องกำหนดรูปแบบโดยผู้ประกอบการมุ่งมั่นสร้างคุณค่าและส่งมอบคุณค่าแก่กลุ่มลูกค้าให้โดนใจและสร้างความพึงพอใจซึ่ง Davari & Farokhmanesh (2017) ยังแสดงแนวคิดที่ว่าผู้ประกอบการเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างธุรกิจใหม่

โดยผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จต้องจัดตั้งธุรกิจใหม่ด้วยความคิดใหม่ผสมผสานสิ่งที่มีอยู่ให้มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกตามสภาพเศรษฐกิจและความต้องการของสังคม

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าจะเห็นว่าธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทนั้นมีโอกาสเติบโตได้ในอนาคตเพราะพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้ายังคงมีความต้องการใช้สินค้าราคาถูกอย่างสม่ำเสมอในชีวิตประจำวันและเป็นโอกาสของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าให้เหมาะสมตามสภาพเศรษฐกิจซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อสินค้าเท่าที่จำเป็นสอดคล้องกับแนวคิดของ Stanton & Futrell (1987) ได้เสนอความคิดเห็นว่า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าสินค้ากับราคาสินค้าถ้าคุณภาพสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Das (2014) พบว่า ความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยจากการมีประสบการณ์ที่เพลิดเพลินที่ส่งผลโดยตรงต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการจากผู้ขายที่สอดคล้องกับแนวคิด Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อของลูกค้าแสดงถึงความจงรักภักดีของลูกค้าในการเลือกใช้บริการการสะท้อนพฤติกรรมกรบอกต่อของลูกค้าและแสดงถึงความอ่อนไหวด้านราคาของลูกค้ายอมจ่ายเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ

ในทำนองเดียวกัน Kotlor & Keller (2016) กล่าวว่าเจ้าของธุรกิจต้องเสนอสินค้าเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและเสนอราคาของลูกค้าจะเปรียบเทียบตามคุณภาพของสินค้า ทั้งนี้เจ้าของธุรกิจค้าปลีกจะต้องหาวิธีการดำเนินธุรกิจและต้องมีการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อมที่ต้องปรับตัวอยู่เสมอเพื่อการแข่งขันกับคู่แข่ง Porter (1990) ได้แสดงแนวคิดการแข่งขันว่าธุรกิจจะเติบโตต้องได้เปรียบในการแข่งขันโดยธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าหลายมิติ

ธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทเป็นธุรกิจที่ต้องจัดหาสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อสนองต่อพฤติกรรมความต้องการเลือกซื้อของลูกค้าและเสนอราคาของสินค้าก็ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสินค้าของลูกค้าที่สอดคล้องกับงานวิจัยของชูชัย สมितिไกร (2562) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมของลูกค้าเป็นกระบวนการการตัดสินใจเลือกซื้อใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ฉะนั้นเจ้าของธุรกิจค้าปลีกต้องมุ่งสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยการจัดหาสินค้าที่ลูกค้ามีความจำเป็นต้องใช้และเกิดประโยชน์โดยเจ้าของธุรกิจค้าปลีกอาจคำนึงถึงผลกำไรน้อยแต่ต้องการขายปริมาณที่มากตามแนวคิดที่สอดคล้องกันของ Kotlor, Philip; Keller, Kevin L. (2009) และ Barry Berman, & Joel R.Eans. (2017) ว่าธุรกิจค้าปลีกเป็นกิจกรรมที่จัดจำหน่ายสินค้าและบริการตามวัตถุประสงค์ของลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการต่อครั้งโดยมุ่งกำไรต่อหน่วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเจ้าของธุรกิจค้าปลีกจะใช้กลยุทธ์ใดในการดำเนินธุรกิจค้าปลีก

จากการวิจัยนี้พบว่าเจ้าของธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาทใช้กลยุทธ์เลือกที่ตั้งเป็นกลยุทธ์แรกเพื่อการเข้าถึงง่ายและสะดวกสบายของลูกค้า กลยุทธ์ที่สองคือความหลากหลายของสินค้า กลยุทธ์สามคือการกำหนดราคาสินค้าที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้และง่ายต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ กล

ยุทธ์ที่สี่คือการให้บริการด้วยตนเองเพื่อความสัมพันธ์อันดีอย่างใกล้ชิดและสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการที่สอดคล้องกับแนวคิดกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีกของ Michael Levy & Barton Weitz (2007) กล่าวโดยสรุปว่า การเลือกทำเลที่ตั้ง การนำเสนอความหลากหลายของประเภทสินค้า มีนโยบายการบริหารจัดการ ราคาสินค้าที่จับต้องได้ การออกแบบร้านและการจัดวางสินค้า การบริการลูกค้าเป็นแนวทางกลยุทธ์ที่ต่อการทำธุรกิจค้าปลีก สรุปจากประเด็นที่ค้นพบการวิจัยเจ้าของธุรกิจค้าปลีกราคา 20 บาทเห็นถึงโอกาสการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกราคา 20 บาทจากพฤติกรรมของลูกค้าที่มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าราคาถูกแม้จะอยู่ในสภาวะวิกฤตโรคระบาดและสภาพเศรษฐกิจตกต่ำ เจ้าของธุรกิจค้าปลีกมีความต้องการจะขยายขนาดของธุรกิจเพื่อรองรับการจัดหาสินค้าที่มีความจำเป็นและสินค้าแปลกใหม่เพื่อเสนอแก่ลูกค้ารายเก่าและลูกค้ารายใหม่และลูกค้าทุกช่วงวัยเป็นการสร้างจุดแข็งของธุรกิจค้าปลีกและการเก็บผลกำไรเพียงเล็กน้อยแต่การมีกำไรอย่างต่อเนื่องเพื่อการคงอยู่ของธุรกิจค้าปลีก

## ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ความรู้ในเชิงวิชาการที่เกิดขึ้นใหม่ในงานวิจัยนี้คือ ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจค้าปลีกสินค้าราคา 20 บาท ช่วงวิกฤตโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ควรมุ่งเน้นดังนี้

1.1 การดำเนินธุรกิจค้าปลีกราคา 20 บาทต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในท้องถิ่นกับความต้องการเลือกซื้อสินค้าก่อนการลงทุนธุรกิจ

1.2 ธุรกิจค้าปลีกราคา 20 บาทอาจต้องปรับตัวขายแบบออนไลน์คู่ขนานกับแบบมีหน้าร้านหรืออาจปรับวิธีการขายที่มีทั้งแบบขายราคาปลีกและขายราคาส่ง เพื่อเสนอการขายที่เหมาะสมกับความต้องการเลือกซื้อสินค้าตามจำนวนที่ต้องการใช้ของลูกค้า

### 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

หัวข้องานวิจัยที่ควรทำต่อไปในอนาคต ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้าและราคาเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า วิธีการแสวงหาสินค้าใหม่ ๆ และกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีกราคา 20 บาทในมิติของการขยายตัวเป็น กลุ่มเครือข่ายธุรกิจและควรศึกษาอุปสรรคหรือข้อจำกัดของการขยายตัวของธุรกิจการค้าปลีกสินค้าราคาถูกในอนาคตได้อย่างไร

## เอกสารอ้างอิง (References)

- ชูชัย สมิทธิไกร. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจัยกรุงศรี. (2564). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2564-2566: ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่*. สืบค้น 11 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Wholesale-Retail/Modern-Trade/IO/io-modern-trade-21>
- สมจิตร ล้วนจำเจริญ และ ดวงทอง ลาภเจริญทรัพย์. (2562). *การจัดการการค้าปลีก*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงราย. (2563). *Chiang Rai Provincial Statistical Report: 2020*. สืบค้น 12 ตุลาคม 2564, จาก <https://drive.google.com/file/d/149mFIC8Hlq4RodR3xKIZ6ShUmAvC1gkj/view>
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560). Thailand 4.0 ขับเคลื่อนอนาคตสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. *วารสารไทยคู่ฟ้า*. สืบค้น 12 ตุลาคม 2564, จาก <https://spm.thaigov.go.th/FILEROOM/spm-aigov /DRAWER004/GENERAL/DATA0000/ 00000368.PDF>. เล่มที่ 33 มกราคม - มีนาคม 2560
- Baden-Fuller, C. & Haefliger, S. (2013). Business Models and Technological Innovation. *Long Range Planning*, 46(7), 419-426.
- Barry Berman, & Joel R.Eans. (2017). *Retail management: a strategic approach* (13<sup>th</sup> ed.). Pearson Education, Inc.
- Davari, A. & Farokhmanesh, T. (2017). Impact of entrepreneurship policies on opportunity to startup. *Management Science Letters*, 7(9), 431-438.
- Das, G. (2014). Linkages of retailer personality, perceived quality and purchase intention with retailer loyalty: A study of Indian non-food retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(3), 407-414.
- Kotlor, Philip; Keller, Kevin L. (2009). *Marketing Management*. 13<sup>th</sup> ed. Publishing as Prentice Hall: Pearson Education, Inc.
- Kotlor, Philip & Keller Kelvin L. (2016). *Marketing Management*. (15<sup>th</sup> Global edition). Edinburgh: Pearson Education, Inc. (679 pp).
- Michael Levy & Barton Weitz. (2007). *Retailing management* (6<sup>th</sup> ed.). Boston: Mc GrawHill Companies, Inc.

Porter, M, (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 2(2), 73-91.

Stanton & Futrell. (1987). *Fundamentals of marketing* (8<sup>th</sup> ed.). New York: McGraw – Hill, Inc.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. & Berry, L.L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free.

