

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ธุรกิจค้าปลีกรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือหนึ่ง เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของธุรกิจค้าปลีกรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการจำนวน 6 ร้าน ซึ่งเป็นร้านขนาดเล็ก 3 ร้าน และร้านขนาดใหญ่ 3 ร้าน โดยใช้วิธีการเลือกตามสะดวก สองเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง และสามเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง จำนวน 100 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 โครงสร้างของธุรกิจค้าปลีกรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1) โครงสร้างของธุรกิจค้าปลีกรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางที่ศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มร้านขนาดเล็ก(ร้านที่1,2 และ3) มีทุนจดทะเบียนอยู่ในช่วง 600,000-1,400,000 บาท ขณะที่กลุ่มร้านขนาดใหญ่(ร้านที่4,5 และ6) มีทุนจดทะเบียนอยู่ในช่วง 2,500,000-5,000,000 บาท ทั้ง 2 กลุ่มเริ่มเปิดกิจการตั้งแต่พ.ศ. 2534-2546 คิดเป็นระยะเวลาานาน 3-23 ปี ร้านขนาดเล็กจะจดทะเบียนในรูปแบบร้านค้าและห้างหุ้นส่วนจำกัด(ห.จ.ก.) ขณะที่ร้านขนาดใหญ่จะจดทะเบียนในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด(ห.จ.ก.) และบริษัท ไม่ว่าจะร้านขนาดเล็กหรือร้านขนาดใหญ่ จะมีขนาดของร้าน 1-3 คูหา มีสถานที่ประกอบการเป็นของตนเอง และมีจำนวนพนักงาน 4-10 คน ร้านที่มีบริการซ่อมรถจะเป็นร้านขนาดใหญ่เท่านั้น ขณะที่ทุกร้านไม่คิดเงินเดือนเจ้าของร้าน และทำประกันสังคมให้พนักงานทั้งหมด

2) ต้นทุนและผลตอบแทนในการทำธุรกิจ จากการคำนวณพบว่า ร้านขนาดเล็ก(ร้านที่1,2 และ3)ค่าลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีค่ามากที่สุดเท่ากับ 317,500บาท/เดือน และมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ 213,500บาท/เดือน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 267,666.67บาท/เดือน ขณะที่ร้านขนาดใหญ่(ร้านที่4,5 และ6)ค่าลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมีค่ามากที่สุดเท่ากับ 795,667บาท/เดือน และมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ 413,417บาท/เดือน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 589,667บาท/เดือน

ส่วนผลตอบแทนของการทำธุรกิจจากการคำนวณพบว่า ร้านขนาดเล็ก(ร้านที่1,2 และ3)มีค่ามากที่สุดเท่ากับ 375,000บาท/เดือน และมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ 250,000บาท/เดือน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 316,666.67บาท/เดือน ขณะที่ร้านขนาดใหญ่(ร้านที่4,5 และ6)มีค่ามากที่สุดเท่ากับ 895,000 บาท/เดือน และมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ 485,000บาท/เดือน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 678,333.33บาท/เดือน ซึ่งกำไรจากการทำธุรกิจของร้านขนาดเล็กคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 49,000บาท/เดือน ขณะที่ร้านขนาดใหญ่คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 88,666.33บาท/เดือน ซึ่งเป็นธุรกิจที่คุ้มค่ากับการลงทุนและจากการคำนวณพบว่า สัดส่วนของต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของร้านขนาดเล็กต่อร้านขนาดใหญ่มีค่าเท่ากับ 1 : 2.20 ขณะที่รายได้เท่ากับ 1 : 2.14 และผลกำไรต่อเดือนเท่ากับ 1 : 1.81

5.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1) ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือรับจ้างมากกว่าอาชีพอื่น และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง จำแนกตามเพศพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของเพศชายมากที่สุด ส่วนเพศหญิงจะพิจารณาปัจจัยด้านราคามากที่สุด แต่เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า ทุกช่วงอายุจะพิจารณาเลือกซื้อจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ผู้ที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญาจะพิจารณาเลือกซื้อจากปัจจัยด้านราคามากที่สุด ขณะที่ผู้ที่จบการศึกษาระดับอื่นๆจะพิจารณาเลือกซื้อจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ผู้ที่มีอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจจะพิจารณาเลือกซื้อจากปัจจัยด้านราคามากที่สุด ส่วนผู้ที่มีอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัท และธุรกิจส่วนตัวจะพิจารณาเลือกซื้อจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน และสูงกว่า 20,000 บาทต่อเดือนจะพิจารณาเลือกซื้อจากปัจจัยด้านราคามากที่สุด ส่วนผู้ที่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001-20,000 บาทต่อเดือนจะพิจารณาเลือกซื้อจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด

3) ตัวแปรในปัจจัยแต่ละด้านที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง สามารถสรุปได้ว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อจะพิจารณาจากยี่ห้อของรถเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สีสีนของรถ ด้านราคา ผู้ซื้อจะพิจารณาจาก

ราคาของรถเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระค่า ด้านสถานที่จำหน่าย ผู้ซื้อจะพิจารณาจากชื่อเสียงของร้านเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ทางร้านจัดให้ ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ซื้อจะพิจารณาจากการมีของแถมเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การให้บริการซ่อมและให้คำแนะนำหลังซื้อ

5.1.3 พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง

จากการศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1) พฤติกรรมการใช้รถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปางพบว่า จุดประสงค์หลักในการซื้อส่วนใหญ่จะซื้อไว้ใช้ส่วนตัวและให้คนในครอบครัวใช้ด้วย โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเอาไว้ใช้ในครัวเรือนมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะว่ารถจักรยานยนต์สามารถใช้ได้ทั้งครอบครัวและไม่ยากในการขับขี่ ขณะที่ระยะทางที่ใช้ทั้งในวันจันทร์-ศุกร์ และเสาร์-อาทิตย์ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยจะอยู่ในช่วงระยะทางไม่เกิน 10 กิโลเมตร เนื่องจากการใช้รถจักรยานยนต์ เหมาะสำหรับการใช้ในระยะทางสั้นๆ ส่วนในระยะทางไกล เช่น 10 กิโลเมตรขึ้นไปรถจักรยานยนต์ไม่สามารถใช้ได้หรืออาจใช้ได้แต่ไม่สะดวก

2) ความพึงพอใจหลังการซื้อรถจักรยานยนต์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง พบว่าทุกตัวแปรในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา ผู้ซื้อมีความพึงพอใจมากกว่าไม่พึงพอใจ โดยในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ซื้อมีความพึงพอใจต่อยี่ห้อรถมากที่สุด รองลงมาคือ สีสีนของรถ ในปัจจัยด้านราคาผู้ซื้อมีความพึงพอใจต่อเงินค่างวดมากที่สุด รองลงมาคือระยะเวลาในการผ่อนชำระนาน ในปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ส่วนใหญ่ผู้ซื้อมีความพึงพอใจมากกว่าไม่พึงพอใจ โดยผู้ซื้อมีความพึงพอใจต่อชื่อเสียงของร้านมากที่สุด รองลงมาคือ ขนาดของร้านไม่เล็กจนเกินไป ขณะที่ผู้ซื้อที่มีความไม่พึงพอใจ ต่อการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด รองลงมาคือการมีสถานที่จอดรถบริการเพียงพอ และในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ซื้อมีความไม่พึงพอใจมากกว่าพึงพอใจ โดยผู้ซื้อที่มีความไม่พึงพอใจการบริการส่งรถมากที่สุด รองลงมาคือการบริการซ่อมและให้คำแนะนำหลังซื้อ ขณะที่ผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจกับการมีของแถมมากที่สุด รองลงมาคือ การให้การต้อนรับจากผู้ขาย

5.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อให้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อ โดยการนำตัวแปรของแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ และความพึงพอใจของผู้ซื้อหลังการเลือกซื้อมาเสนอแนะ สรุปได้ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะจากตัวแปรของแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง

จากการศึกษาตัวแปรในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญกับยี่ห้อรถมากที่สุด รองลงมาคือ สีสัณและรูปร่างของรถตามลำดับ ดังนั้นผู้ประกอบการน่าจะทราบว่าการกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการในยี่ห้อรถชนิดไหนมากที่สุด รวมถึงสีและรูปร่างของรถที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ที่จะนำมาขายให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และทำให้ต้นทุนต่ำลง ด้านราคา ผู้ซื้อให้ความสำคัญกับราคาของรถมากที่สุด ส่วนตัวแปรอื่นๆ เช่น ระยะเวลาในการผ่อนชำระ อัตราดอกเบี้ย และเงินค่างวด ให้ความสำคัญใกล้เคียงกัน ผู้ประกอบการอาจปรับกลยุทธ์ในการขายได้หลายอย่าง เช่น การลดราคา รถให้ถูกลงเมื่อผ่อนระยะเวลาในกานผ่อนชำระให้น้อยลง เป็นต้น ด้านสถานที่จำหน่าย ผู้ซื้อให้ความสำคัญกับ ชื่อเสียงของร้านมากที่สุด รองลงมาคือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางร้านจัดให้ ดังนั้นผู้ประกอบการน่าจะให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น มีโทรทัศน์ให้ดู มีหนังสือพิมพ์ มีที่นั่งรอ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่ลูกค้าต้องการ ก็อาจจะทำให้แบ่งส่วนแบ่งทางตลาดจากร้านที่มีชื่อเสียงได้ ด้านการส่งเสริมการขายผู้ซื้อให้ความสำคัญกับการมีของแถมมากที่สุด รองลงมาคือการมีบริการซ่อมรถและให้คำแนะนำหลังซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการน่าจะสำรวจความต้องการของผู้ซื้อว่าต้องการของแถมชนิดไหน รวมถึงการเพิ่มบริการซ่อมรถและให้คำแนะนำในการใช้รถแก่ผู้ซื้อ ซึ่งอาจทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น

5.2.2 ข้อเสนอแนะจากความพึงพอใจหลังการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้ซื้อในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง

ในที่นี้จะพิจารณาเฉพาะปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เนื่องจากผู้ซื้อมีความไม่พึงพอใจในตัวแปรของปัจจัยทั้ง 2 ด้าน ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายพบว่าผู้ซื้อที่มีความไม่พึงพอใจ ต่อการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด รองลงมาคือการมีสถานที่จอดรถบริการเพียงพอ ดังนั้นผู้ประกอบการน่าจะให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

เช่น มีโทรทัศน์ให้ดู มีหนังสือพิมพ์ มีที่นั่งรอ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆที่ถูกค่าต้องการเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการจัดบริการที่จอดรถสำหรับลูกค้าด้วย ซึ่งน่าจะทำให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น ขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ซื้อไม่มีความไม่พึงพอใจการบริการส่งรถมากที่สุดรองลงมาคือการบริการซ่อมรถและให้คำแนะนำหลังซื้อ การโฆษณาทางสื่อ และการจัดงานแสดงสินค้าตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อไม่มีความไม่พึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายค่อนข้างมาก นั่นคือหากผู้ประกอบการเน้นการส่งเสริมการขายให้ผู้ซื้อไม่มีความไม่พึงพอใจ ก็น่าจะสามารถทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้นได้มาก เช่น การมีบริการส่งรถถึงบ้าน การเพิ่มบริการซ่อมรถฟรีประจำเดือน การเพิ่มการโฆษณาตามสื่อต่างๆ หรือการจัดงานแสดงสินค้าทุกๆเดือน เป็นต้น

5.3 ข้อบกพร่องในการศึกษา

1) ในการคำนวณมูลค่าของเครื่องมือ ควรคำนึงถึงค่าเสื่อมของเครื่องมือด้วย นั่นคือมูลค่าของเครื่องมือในแต่ละเดือนที่ใช้ไปควรมีค่าลดลงตามไปด้วย อีกทั้งเครื่องมือแต่ละชนิดมีความเสื่อมจากการใช้งานแตกต่างกันควรที่จะคำนวณแยกกันด้วย

2) ในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ที่นำมาศึกษาเลือกมาเพียง 100 ราย ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ทั้งหมดในจังหวัดลำปาง รวมถึงกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการก็นำมาศึกษาเพียง 6 ร้าน ซึ่งอาจยังไม่เพียงพอ การศึกษาครั้งต่อไปจึงเห็นว่าควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อและกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ รวมถึงการศึกษาในจังหวัดอื่นๆอีกด้วย

3) ในการให้คะแนนของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ มีบางหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรถจักรยานยนต์ให้คะแนนไม่ครบทำให้คะแนนขาดหายไป ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ศึกษาควรตรวจสอบแบบสอบถามก่อนและให้กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อรถจักรยานยนต์กรอกข้อมูลให้ครบด้วย เพื่อให้การศึกษาสมบูรณ์ยิ่งขึ้น