

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิมของผู้บริโภค ผลกระทบจากการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม ผู้บริโภค และชุมชน ตลอดจนการปรับตัวของร้านค้าปลีกดั้งเดิมหลังจากมีการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 กลุ่มในเขตพื้นที่อำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคจำนวน 250 คน กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมจำนวน 50 คน และกลุ่มตัวแทนชุมชนจำนวน 5 คน สามารถสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ด้านผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภค จำนวน 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 39 ปี สถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและอนุปริญญา ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,860 บาท และมีรายได้รวมของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 25,880 บาท โดยผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 3 คน โดยที่สมาชิกในครอบครัวจำนวน 1 คนไม่ได้ทำงาน และผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าปลีกของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย 2 รูปแบบ คือ การตัดสินใจซื้อที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า และการตัดสินใจซื้อตามความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม พบว่าความคิดเห็นทางด้านการตัดสินใจซื้อที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้าในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก โดยความคิดเห็นที่มีผลอันดับ 1 คือการเลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงคุณภาพมาเป็นอันดับแรก รองลงมาอันดับ 2 คือการเปรียบเทียบคุณภาพของสินค้าต่างยี่ห้อและตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุด อันดับ 3 คือความยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า อันดับ 4 คือการซื้อเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพดีเท่านั้น และอันดับ 5 คือความยินดีที่จะสละเวลาเพิ่มขึ้น เพื่อให้ได้สินค้าที่

มีคุณภาพดีกว่า ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นทางด้านการตัดสินใจซื้อตามความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมาก โดยความคิดเห็นที่มีผลอันดับ 1 คือการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมเป็นการสนับสนุนการค้าในชุมชน รองลงมา อันดับ 2 คือความคุ้นเคยกับร้านค้าปลีกดั้งเดิมทำให้เลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิม อันดับ 3 คือความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมทำให้เลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิม อันดับ 4 คือการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมเป็นการช่วยเหลือคนในชุมชน และอันดับ 5 คือการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมเป็นประสบการณ์ที่สนุกสนาน ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิมโดยการวิเคราะห์แบบจำลองโดยวิธีโพรบิท พบว่า เพศชาย อายุ สถานภาพโสด จำนวนปีที่ศึกษา รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว การอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล การตัดสินใจซื้อที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า และการตัดสินใจซื้อตามความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม ล้วนมีอิทธิพลต่อสัดส่วนการใช้จ่ายในร้านค้าปลีกดั้งเดิมเมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99% โดยปัจจัยเพศชาย อายุ และการตัดสินใจซื้อตามความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม มีอิทธิพลต่อสัดส่วนการใช้จ่ายในร้านค้าปลีกดั้งเดิมเมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายเพิ่มขึ้น มีอายุเพิ่มขึ้น และมีการตัดสินใจซื้อตามความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมเพิ่มขึ้น จะทำให้สัดส่วนการใช้จ่ายในร้านค้าปลีกดั้งเดิมเมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดเพิ่มขึ้น ส่วนปัจจัยสถานภาพโสด จำนวนปีที่ศึกษา รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว การอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล และการตัดสินใจซื้อที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้า มีอิทธิพลต่อสัดส่วนการใช้จ่ายในร้านค้าปลีกดั้งเดิมเมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือถ้าผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสดเพิ่มขึ้น จำนวนปีที่ศึกษาเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น จำนวนสมาชิกในครอบครัวเพิ่มขึ้นอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเพิ่มขึ้น และมีการตัดสินใจซื้อที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้าเพิ่มขึ้น จะทำให้สัดส่วนการใช้จ่ายในร้านค้าปลีกดั้งเดิมเมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดลดลง

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิมของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แต่เดิมทำการซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมอย่างเดียว ต่อมาเมื่อมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามาดำเนินกิจการแล้ว มีผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่ง

หันไปซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่โดยไม่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมอีกเลย แต่ทั้งนี้ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ยังคงซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมต่อไป โดยผู้ที่ยังคงซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมต่อไป แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือกลุ่มที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากกว่าร้านค้าปลีกดั้งเดิมซึ่งกลุ่มนี้มีมากที่สุด รองลงมา คือกลุ่มที่ซื้อจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมและร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นสัดส่วนเท่าๆกัน กลุ่มที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่อย่างเดียว กลุ่มที่ซื้อจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมมากกว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และกลุ่มที่ซื้อจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมอย่างเดียว ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมของกลุ่มตัวอย่างก่อนและหลังมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามาเปิดดำเนินการ พบว่า ก่อนมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าประเภทของใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด โดยมีความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ย 10 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 226 บาทต่อครั้ง หรือคิดเป็น 1,954 บาทต่อเดือน และใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าเฉลี่ย 12 นาทีต่อครั้ง ต่อมาหลังจากมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างยังคงซื้อสินค้าประเภทของใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด โดยมีความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ย 8 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 156 บาทต่อครั้ง หรือคิดเป็น 1,164 บาทต่อเดือน และใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าเฉลี่ย 11 นาทีต่อครั้ง จะเห็นได้ว่าเมื่อมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่แล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการซื้อสินค้าลดลง 2 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าต่อครั้งลดลง 70 บาท หรือคิดเป็น 790 บาทต่อเดือน และใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าต่อครั้งลดลง 1 นาที

5.1.2 ด้านผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิม จำนวน 50 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 49 ปี สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและอนุปริญญา เปิดดำเนินการมาแล้วเป็นระยะเวลาเฉลี่ย 11 ปี ใช้เงินลงทุนเริ่มแรกในการดำเนินการเท่ากับ 10,001 – 50,000 บาท โดยแหล่งเงินทุนที่สำคัญที่สุดของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างคือ เงินลงทุนของตนเอง ในการดำเนินการ พบว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการจ้างลูกจ้าง และจะขายสินค้าด้วยตนเองหรือมีญาติพี่น้องในครอบครัวมาช่วยขาย การซื้อสินค้ามาจำหน่ายในร้านจะซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่และซื้อจากร้านขายส่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่นิยมไปซื้อสินค้ามาจำหน่ายมากที่สุดคือ ห้างแม็คโคร

ผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีต้นทุนในการซื้อสินค้าเข้าร้าน ประมาณ 2,001 – 4,000 บาทต่อครั้ง มียอดขายสินค้าประมาณ 2,001 – 4,000 บาทต่อวัน และมีผลกำไรประมาณ 2,001 – 4,000 บาทต่อเดือน โดยผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสินค้าที่ขายดีที่สุดในร้าน 5 อันดับแรก ได้แก่ อาหารแห้งและเครื่องปรุงรส อาหารสด ของใช้ส่วนตัวที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ขนม/ของขบเคี้ยว และเครื่องดื่มแช่เย็น ตามลำดับ และผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาในการเปิดร้าน ประมาณ 06.00 น. - 07.00 น. และปิดร้านประมาณ 21.00 น. – 22.00 น. โดยเฉลี่ยมีจำนวนชั่วโมงในการเปิดร้าน 10 ชั่วโมงต่อวัน และร้านค้าปลีกดั้งเดิมของผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างตั้งอยู่ห่างจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ 10 กิโลเมตรขึ้นไป

การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจหลังจากมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ พบว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ส่งผลกระทบมากเป็นอันดับ 1 ได้แก่ เทสโก้โลตัส รองลงมา ได้แก่ บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ บิ๊กซีเอ็กซ์ตร้า และแม็คโคร ตามลำดับ ส่วนผลกระทบในด้านต้นทุนการซื้อสินค้า จำนวนลูกค้า ยอดขายสินค้า และผลกำไร พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า หลังจากมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ทำให้ต้นทุนในการซื้อสินค้าเท่าเดิม จำนวนลูกค้าลดลง ยอดขายสินค้าลดลง ผลกำไรลดลง เนื่องจากลูกค้าส่วนหนึ่งหันไปซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่

หลังจากได้รับผลกระทบจากการเข้ามาดำเนินกิจการของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการปรับตัวโดยการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด โดยดำเนินกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เป็นการดำเนินกลยุทธ์ด้วยการนำสินค้าที่มีคุณภาพดีมาจำหน่ายมากที่สุด กลยุทธ์ด้านราคาเป็นการดำเนินกลยุทธ์ด้วยการขายสินค้าหลากหลายยี่ห้อเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อตามราคาที่ตนพอใจมากที่สุด กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายเป็นการดำเนินกลยุทธ์ด้วยการรับประกันเปลี่ยนหรือคืนสินค้า กรณีสินค้าชำรุด เสียหาย หรือหมดอายุมากที่สุด ส่วนกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นการดำเนินกลยุทธ์ด้วยการร่วมกิจกรรมด้านการตลาดกับทางผู้ผลิตมากที่สุด

5.1.3 ด้านตัวแทนชุมชนกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของชุมชน จำนวน 5 คน มาจากองค์การบริหารส่วนตำบล 5 แห่ง คือ เทศบาลนครเชียงใหม่ เทศบาลตำบลหนองป่าครั่ง เทศบาลตำบลป่าแดด เทศบาลตำบลแม่เหียะ และเทศบาลตำบลท่าศาลา โดยแสดงความคิดเห็นทางด้านการผลกระทบจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่แบ่งเป็น 6 ด้านประกอบด้วย จำนวนร้านค้าปลีกดั้งเดิม ราคาที่ดิน การจ้างงานในชุมชน การเพิ่มขึ้นของจำนวนชุมชนและบ้านจัดสรร ปัญหาด้านขยะ และปัญหาด้านการจราจรและมลภาวะทางเสียง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของชุมชนมีความคิดเห็นว่า หลังจากมีการขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้ร้านค้าปลีกดั้งเดิมในชุมชนมีจำนวนลดลง ราคาที่ดินสูงขึ้น อัตราการจ้างงานในชุมชนเพิ่มขึ้น อัตราการขยายตัวของชุมชนและบ้านจัดสรรเพิ่มขึ้น ปริมาณขยะมูลฝอยเพิ่มขึ้น ปัญหาการจราจรหนาแน่นและติดขัดบริเวณร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพิ่มขึ้น และส่งผลให้มลภาวะทางเสียงเพิ่มขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่า การตัดสินใจซื้อที่มุ่งเน้นคุณภาพของสินค้าของผู้บริโภค มีผลทำให้ผู้บริโภคหันไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพิ่มขึ้น และลดการใช้จ่ายในร้านค้าปลีกดั้งเดิมลง แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมว่าเป็นร้านจำหน่ายสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ หรือมีคุณภาพต่ำ ทำให้ผู้บริโภคบางคนไม่ใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิมอีกต่อไป ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมจึงควรพัฒนาร้านให้มีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ด้วยการจัดแต่งร้านให้สวยงาม สะอาดน่ามอง และจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อเป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม

2. จากการศึกษาพบว่า การตัดสินใจซื้อตามความจงรักภักดีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิม มีผลทำให้ผู้บริโภคยังคงใช้บริการร้านค้าปลีกดั้งเดิม เนื่องจากมีผู้บริโภคที่คำนึงถึงความสำคัญของร้านค้าปลีกดั้งเดิมในชุมชนว่าเป็นการช่วยเหลือคนในชุมชน และเป็นการสนับสนุนการค้าในชุมชน รวมถึงความคุ้นเคยและความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อร้านค้าปลีกดั้งเดิมจึงทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกดั้งเดิม ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมจึงควรสร้างความคุ้นเคยและรักษาความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อผู้บริโภคในชุมชน ด้วยการให้บริการอย่างเป็นมิตร ใจดี ยิ้มแย้ม

แจ่มใส พุดคุยด้วยความเป็นมิตรและสุภาพ ตั้งราคาสินค้าอย่างเหมาะสม ไม่เอากำไรเกินควร เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าของตนไว้

3. จากการศึกษาพบว่า หลังจากมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามาดำเนินกิจการส่งผลกระทบต่อให้ร้านค้าปลีกดั้งเดิมมีจำนวนลูกค้า ยอดขาย และผลกำไรลดลง ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมจำเป็นต้องมีการบริหารอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อปฏิวัติธุรกิจของตนให้สามารถสู้กับคู่แข่งได้ เพราะการดำเนินธุรกิจแบบเดิมที่รอให้คนมาซื้อสินค้าอย่างเดียว จะทำให้ลูกค้าขาดแรงจูงใจที่จะมาซื้อสินค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมควรมุ่งเน้นไปที่การจัดการและการทำการตลาด เช่น การจัดการในเรื่องของบัญชีและคลังสินค้า ผู้ประกอบการควรรู้ว่าจำเป็นต้องสั่งสินค้าเข้าร้านปริมาณเท่าใด ในวันเวลาใด และสุดท้ายจะได้กำไรเป็นเงินจำนวนเท่าใด ส่วนในเรื่องของการตลาด ผู้ประกอบการก็อาจใช้วิธีจัดโปรโมชั่นลดแลกแจกแถมเพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้าให้เข้าร้าน

4. จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมส่วนใหญ่มีการดำเนินกลยุทธ์การตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาเป็นการดำเนินกลยุทธ์ด้านราคา แต่ส่วนใหญ่ยังไม่มีการดำเนินกลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย ผู้ประกอบการควรปรับตัวโดยการดำเนินกลยุทธ์การตลาดเพิ่มขึ้น ในด้านการจัดจำหน่าย เช่น การขยายเวลาในการเปิด - ปิดร้านให้มากขึ้น การจัดให้มีที่สำหรับจอดรถให้ลูกค้า การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย และการส่งเสริมการตลาด เช่น การบริการจัดส่งสินค้าฟรี ในกรณีที่ซื้อสินค้าจำนวนมาก เป็นต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งของร้านค้าปลีกดั้งเดิม และเพื่อความอยู่รอดของกิจการในอนาคต

5. จากการศึกษาพบว่า สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างซื้อจากร้านค้าปลีกดั้งเดิมมากที่สุด ทั้งก่อนและหลังจากมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คือ ของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ แชมพู ยาสิฟิ น ผงซักฟอก ของใช้ส่วนตัว เป็นต้น รวมถึงอาหารแห้ง และเครื่องปรุงรส ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกดั้งเดิมจึงควรจัดหาสินค้าประเภทดังกล่าวมาจำหน่ายให้เพียงพอ และเพิ่มการจัดวางสินค้าให้มี ความหลากหลายทั้งทางด้านยี่ห้อ คุณภาพ และราคา เพื่อเพิ่มและรักษายอดขายในสินค้าประเภทดังกล่าว