

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการดำเนินงานรวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ 2 แห่ง คือห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้วและห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 61.54 และเป็นเพศชายร้อยละ 38.46 มีสถานภาพโสดร้อยละ 90.38 และมีสถานภาพสมรสร้อยละ 9.62 มีอายุระหว่าง 20 ถึง 30 ปีร้อยละ 78.85 อายุระหว่าง 31 ถึง 40 ปีร้อยละ 13.46 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 50.00 และระดับการศึกษามัธยมศึกษาร้อยละ 21.26

ลักษณะของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคนเดียวร้อยละ 53.85 และจดทะเบียนร้านค้าร้อยละ 53.85 เป็นธุรกิจในครอบครัวร้อยละ 23.08

ลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบทำการขายสินค้าร้อยละ 100 ลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบซื้อเครื่องเก่า แลกเปลี่ยนร้อยละ 75.00 ลักษณะของการดำเนินธุรกิจเป็นแบบรับซ่อมปรับเครื่องร้อยละ 69.23

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เปิดดำเนินการธุรกิจเป็นระยะเวลา 1 ปีถึง 3 ปีร้อยละ 48.08 เปิดดำเนินการธุรกิจมากกว่า 5 ปีร้อยละ 19.23 เปิดดำเนินการธุรกิจ 6 เดือนถึง 1 ปีร้อยละ 15.38 เปิดดำเนินการธุรกิจน้อยกว่า 6 เดือนร้อยละ 9.62 เปิดดำเนินการธุรกิจ 3 ปีถึง 5 ปีร้อยละ 7.69

ปัจจัยในการเลือกประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจที่เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ น่าสนใจร้อยละ 71.15 ปัจจัยด้านตลาด ตลาดยังมีการเติบโต และสามารถแบ่งส่วนแบ่งตลาดได้ร้อยละ 63.46 ปัจจัยด้านความรู้ ความชำนาญร้อยละ 34.62

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 1 ร้านร้อยละ 46.15 ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า 2 ร้านร้อยละ 32.69 ประกอบการธุรกิจเปิดร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2 ร้านร้อยละ 21.16

ส่วนที่ 2 : การดำเนินงานของธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ให้ความสำคัญในด้านการจัดการ ระดับสำคัญมากที่สุดร้อยละ 32.69 ระดับสำคัญมากร้อยละ 46.15 ระดับสำคัญปานกลางร้อยละ 21.15 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญ น้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการจัดการให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการตลาดให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดร้อยละ 50.00 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากร้อยละ 34.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางร้อยละ 15.38 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยและสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการตลาดให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการเงินให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดร้อยละ 42.31 ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากร้อยละ 34.62 ให้ความสำคัญระดับสำคัญปานกลางร้อยละ 21.15 ให้ความสำคัญระดับสำคัญน้อยร้อยละ 1.92 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการเงินให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในการดำเนินธุรกิจ จะให้ความสำคัญกับด้านการตลาดเป็นลำดับแรก ด้านการเงินเป็นลำดับที่สอง และด้านการจัดการเป็นลำดับที่สาม

ด้านการจัดการ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในด้านต่างๆของการจัดการ ส่วนใหญ่ ได้ให้ความสำคัญกับการวางแผนเป็นลำดับแรก การควบคุมเป็นลำดับที่สอง การจัดคนเข้าทำงานเป็นลำดับที่สาม การจัดองค์กรเป็นลำดับที่สี่ และการสั่งการเป็นลำดับที่ห้า

การวางแผน

ในการวางแผนงานของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนใหญ่ ใช้ปัจจัยด้านเงินทุนร้อยละ 78.85 ใช้ปัจจัยความสามารถในการกระจายสินค้าร้อยละ 65.38 ใช้ปัจจัยความสามารถในการจัดหาสินค้าร้อยละ 53.85 ส่วนปัจจัยภายนอกส่วนใหญ่ ใช้ปัจจัยภายนอกด้านคู่แข่ง และลูกค้าร้อยละ 80.77 ใช้ปัจจัยภายนอกด้านตัวสินค้า เช่นราคา พัฒนาการของสินค้าร้อยละ 67.31 ใช้ปัจจัยภายนอกด้านสภาพเศรษฐกิจร้อยละ 59.62 ใช้ด้านสื่อ ข่าวสารในการวางแผนงานร้อยละ 46.15

การจัดองค์กร

ในการจัดองค์กร ของธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่ทำการจัดองค์กรโดยมี 1 ระดับการบังคับบัญชา คือผู้ประกอบการ และพนักงานร้อยละ 57.69 จัดองค์กรโดยไม่มีระดับสายการบังคับบัญชา มีแต่ผู้ประกอบการร้อยละ 25.00 จัดองค์กรโดยมี 2 ระดับการบังคับบัญชา คือผู้ประกอบการ ผู้จัดการและพนักงานร้อยละ 17.31

การจัดการบุคคล

ในการจัดการบุคคล ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ ได้ดำเนินการจัดจ้างพนักงานร้อยละ 75.00 ไม่จัดจ้างพนักงานร้อยละ 25.00 ผู้ประกอบการที่ดำเนินการจัดจ้างพนักงาน ได้ดำเนินการจัดจ้างพนักงานขายร้อยละ 94.87 จัดจ้างพนักงานด้านเทคนิค ซ่อมบำรุงเป็นร้อยละ 53.85 จัดจ้างพนักงานบัญชีร้อยละ 30.77

ในการจัดจ้างพนักงาน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ ใช้หลักเกณฑ์ด้านความรู้ความสามารถร้อยละ 84.62 ใช้หลักเกณฑ์ด้านบุคลิกภาพร้อยละ 74.36 ใช้หลักเกณฑ์ด้านความชำนาญร้อยละ 61.54

ในการกำหนดค่าจ้างส่วนใหญ่ ได้ใช้ปัจจัยความสามารถของพนักงานร้อยละ 82.05 ใช้ปัจจัยฐานะการเงินของกิจการในการกำหนดค่าจ้างร้อยละ 43.60 ใช้ปัจจัยค่าครองชีพร้อยละ 23.07

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ ใช้วิธีการอบรมพนักงานหรือเพื่อนร่วมงานโดยการเรียนรู้ด้วยตนเอง จากเอกสาร หนังสือ website หรือสื่ออื่นๆ ร้อยละ 57.69 อบรม สอนโดยผู้ประกอบการ หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะร้อยละ 38.46 และไม่มีการอบรมให้พนักงานหรือเพื่อนร่วมงานร้อยละ 19.23

การสั่งการ

การสั่งการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีลักษณะการสั่งการโดยเปิดโอกาสให้ซักถามร้อยละ 64.10 สั่งการทั้งสองแบบขึ้นอยู่กับสถานการณ์ร้อยละ 28.20 และสั่งการโดยไม่เปิดโอกาสให้ซักถามร้อยละ 7.69 ส่วนการจูงใจใช้วิธีจูงใจพนักงานในการทำงานโดยเพิ่มรายได้จากยอดขายร้อยละ 79.49 ให้การยกย่อง ขอมรับ เป็นกันเองร้อยละ 46.15 ให้สวัสดิการ วันหยุด ร้อยละ 33.33

การควบคุม

ในการควบคุม ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ มีระบบควบคุมและการรายงาน สรุปผลการดำเนินการรายวันร้อยละ 71.15 มีระบบการรายงาน รายเดือนร้อยละ 51.92 และมีระบบการรายงาน รายสัปดาห์ร้อยละ 19.23

ด้านการตลาด

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับด้านราคา เป็นลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับที่สอง ด้านลูกค้า พฤติกรรมการเลือกซื้อ ความนิยมในตัวสินค้าเป็นลำดับที่สาม ด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับสี่ และด้านการส่งเสริมการขายเป็นลำดับที่ห้า ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์

ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ ได้จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS ร้อยละ 98.08 DTAC ร้อยละ 86.54 TA Orange ร้อยละ 76.92 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ได้เลือกจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่จากบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายใด ได้ใช้ปัจจัยด้านโครงข่ายที่ดี ลูกค้าพอใจ ขายง่ายร้อยละ 78.85 ใช้ปัจจัยด้านศูนย์บริการที่ดีร้อยละ 53.85 ใช้ปัจจัยการกระจายสินค้าเร็ว และไม่ขาดตลาดร้อยละ 46.15 การนำสินค้าจากบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายต่างๆมาจำหน่ายใช้วิธีเป็นร้านค้าอิสระ จัดหาจากหลายแหล่ง ร้อยละ 65.38 ใช้วิธีเป็น Dealer ร้อยละ 40.38 ใช้วิธีเป็น Sub Dealer ร้อยละ 32.69

การนำเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปลี่ยนยี่ห้อต่างๆ หรือ accessory ต่างๆมาจำหน่าย โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีหาซื้อจากแหล่งอื่นๆในประเทศร้อยละ 61.54 ติดต่อโดยตรงกับตัวแทนจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ยี่ห้ออื่นๆร้อยละ 50.00 นำมาจากต่างประเทศแล้วนำมาจำหน่ายร้อยละ 9.62

ประเภทสินค้าหรือบริการที่ได้กำไรมากที่สุดคือ Accessory ร้อยละ 46.15 เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่เปล่าร้อยละ 34.62 บริการซ่อมเครื่อง ปรึบปรุจร้อยละ 34.62

หลักการในการเลือกประเภทสินค้า ยี่ห้อหรือรุ่นของสินค้ามาจำหน่าย พิจารณาสินค้ารุ่นใหม่ ๆ รูปลักษณะ และประโยชน์ ลูกเล่นที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 80.77 ดูจากการที่มีลูกค้ามาสอบถามถึงร้อยละ 69.23 ชื่อเสียง หรือ Brand ของสินค้าร้อยละ 53.85

ด้านราคา

ในด้านราคา ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาของสินค้าหรือบริการ โดยพิจารณาจาก คู่แข่งขัน และเศรษฐกิจร้อยละ 57.69 พิจารณาจากราคาที่ผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือผู้จัดจำหน่ายหลักกำหนดมาร้อยละ 44.23 รูปแบบของสินค้า ประเภท รุ่นเก่าใหม่ร้อยละ 40.38

ด้านทำเลและช่องทางจัดจำหน่าย

ในด้านทำเล ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการเลือกทำเลที่ตั้งธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าโดยส่วนใหญ่ ถือเป็นศูนย์รวมด้านสินค้า และมีลูกค้ามาเลือกซื้อเป็นจำนวนมากร้อยละ 65.38 เดินทางไปมาสะดวก มีที่จอดรถพร้อมร้อยละ 63.46 มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมสรรพร้อยละ 38.46

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีช่องทางจำหน่ายโดยขายหน้าร้าน ขายปลีกร้อยละ 100 ขายส่งร้อยละ 48.02 ขายตรง เมื่อพบปะผู้คน ตามสถานที่ต่างๆร้อยละ 9.62 ไม่มีรายใดขายผ่าน web site

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้าให้ความสำคัญในด้านการโฆษณาในระดับสำคัญมากที่สุดร้อยละ 19.23 ระดับสำคัญมากร้อยละ 34.62 ระดับสำคัญปานกลางร้อยละ 32.69 ระดับสำคัญน้อยร้อยละ 11.54 ระดับสำคัญน้อยที่สุดร้อยละ 1.92 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการโฆษณา ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดร้อยละ 34.62 ระดับสำคัญมากร้อยละ 36.54 ระดับสำคัญปานกลางร้อยละ 26.92 ระดับสำคัญน้อยร้อยละ 1.92 และไม่มีรายใดให้ความสำคัญในระดับสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา แจก แคมเปญต้น ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการใช้พนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดร้อยละ 26.92 ระดับสำคัญมากร้อยละ 36.54 ระดับสำคัญปานกลางร้อยละ 17.31 ระดับสำคัญน้อยร้อยละ 9.62 ระดับสำคัญน้อยที่สุดร้อยละ 9.62 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการใช้พนักงานขาย ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

ในด้านการประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญระดับสำคัญมากที่สุดร้อยละ 25.00 ระดับสำคัญมากร้อยละ 25.00 ระดับสำคัญปานกลางร้อยละ 36.54 ระดับสำคัญน้อยที่สุดร้อยละ 11.54 ระดับสำคัญน้อยที่สุดร้อยละ 1.92 และเมื่อคิดค่าเฉลี่ยแล้วแปรผลสำคัญได้ว่าในด้านการประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก

จากการแปรผลสำคัญจะพบว่าในด้านต่างๆของการตลาด จะให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการขาย การลดราคา แจก แคมเปญต้น ด้านการใช้พนักงานขายเป็นลำดับที่สอง ด้านการประชาสัมพันธ์เป็นลำดับที่สาม และด้านการโฆษณาเป็นลำดับที่สี่ตามลำดับ

ด้านการโฆษณาในรูปแบบโฆษณาปากต่อปาก ผ่านคนรู้จักร้อยละ 71.15 ใช้ป้ายโฆษณาติดบริเวณหน้าร้านร้อยละ 67.31 โฆษณาผ่านใบปลิว สิ่งพิมพ์ท้องถิ่นร้อยละ 17.31 โฆษณาผ่านสื่อวิทยุร้อยละ 13.46 โฆษณาแบบอื่นๆร้อยละ 5.77

ด้านการส่งเสริมการขายมีการรับประกันสินค้าร้อยละ 75.00 ลดราคาบางผลิตภัณฑ์ หรือบางช่วงเวลาร้อยละ 50.00 ให้บริการหลังการขาย ตรวจเช็ค ซ่อม รับผิดชอบเป็นต้น ร้อยละ 63.46 แคมหรือให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหลายๆชิ้นร้อยละ 73.08 ให้ลูกค้าสามารถชำระเงินก่อนได้ร้อยละ 17.31 และส่งเสริมการขายแบบอื่นๆร้อยละ 1.92

ด้านการเงินและการบัญชี

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของเงินทุน โดยเป็นเงินทุนของเจ้าของร้อยละ 92.31 เงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินร้อยละ 15.38 กู้ยืมจากญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูงร้อยละ 11.54

จำนวนเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจในรอบปีที่ผ่านมา ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบธุรกิจในรอบปีที่ผ่านมามากกว่า 300,000 บาทร้อยละ 63.46 ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบธุรกิจในรอบปีที่ผ่านมา 100,001 บาทถึง 200,000 บาทร้อยละ 19.23 ใช้จำนวนเงินทุนหมุนเวียนประกอบธุรกิจในรอบปีที่ผ่านมา 200,001 บาทถึง 300,000 บาทร้อยละ 11.54

ประเภทของค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ คือค่าเช่าพื้นที่จากห้างสรรพสินค้าจำนวน 48 รายคิดเป็นร้อยละ 92.31 ค่าจัดซื้อ ค่าต้นทุนสินค้า ค่าขนส่งร้อยละ 82.69 ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคต่างๆร้อยละ 51.92

ในการบันทึกข้อมูลทางบัญชีใช้สมุดบันทึกร้อยละ 84.62 ใช้คอมพิวเตอร์บันทึกร้อยละ 30.77 ได้จัดทำงบกำไรขาดทุนร้อยละ 94.23 จัดทำงบดุลร้อยละ 34.62 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรายเข้าใจถึงประโยชน์ของงบการเงิน

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่ไม่ได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายสินค้า ในการนำสินค้ามาจำหน่ายร้อยละ 69.23 ได้รับเครดิตจากผู้จำหน่ายสินค้า ในการนำสินค้ามาจำหน่ายร้อยละ 30.77

การจัดการกับสินค้าคงคลังโดยส่วนใหญ่ ทำการจัดหาสินค้าใหม่ๆมาไว้เพื่อจำหน่ายอยู่ตลอดเวลาร้อยละ 71.15 ทำการจัดหาสินค้าที่จำหน่ายได้มากมาสำรองก่อนหมด เป็นลำดับแรกร้อยละ 61.54 ทำการจัดหาสินค้าทุกประเภทมาสำรองก่อนหมดอย่างเท่าเทียมกันร้อยละ 21.15 สำหรับการจัดการกับสินค้าคงที่ค้างสต็อกนานๆ ส่วนใหญ่ทำการขายลดราคาร้อยละ 88.46 ใช้เป็นของแถมร้อยละ 32.69 ทำการเปลี่ยนสถานที่จำหน่าย เช่นสาขา ร้านคู่ค้าร้อยละ 13.46

ส่วนที่ 3 : ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจ

ปัญหาด้านการจัดการ

จากการแปรผลสำคัญของระดับปัญหาและอุปสรรค 5 ระดับจะพบว่าในด้านต่างๆ ของการจัดการ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาและอุปสรรคด้านความชำนาญของบุคลากรเป็นลำดับแรกด้วยค่าเฉลี่ย 3.44 ประสบปัญหาและอุปสรรคด้านการวางแผนและด้านประสิทธิภาพของผู้ประกอบการเป็นลำดับที่สอง ด้วยค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.38 และประสบปัญหาและอุปสรรคด้านการกระจายสินค้าของผู้ให้บริการเป็นลำดับที่สี่ด้วยค่าเฉลี่ย 3.25

ปัญหาด้านการตลาด

จากการแปรผลสำคัญของระดับปัญหาและอุปสรรค 5 ระดับจะพบว่าในด้านต่างๆ ของการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาและอุปสรรคด้านการแข่งขันทางการตลาด การขายเป็นลำดับแรกด้วยค่าเฉลี่ย 4.48 ประสบปัญหาและอุปสรรคด้านความต้องการของตลาด ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือมีความหลากหลายเป็นลำดับที่สองด้วยค่าเฉลี่ย 3.75 ประสบปัญหาและอุปสรรค ด้านความเหมาะสมของทำเลเป็นลำดับที่สามด้วยค่าเฉลี่ย 3.63 และประสบปัญหาและอุปสรรคด้านต้นทุนการจัดหาผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย ราคาสินค้าเป็นลำดับที่สี่ด้วยค่าเฉลี่ย 3.58

ปัญหาด้านการเงิน

จากการแปรผลสำคัญของระดับปัญหาและอุปสรรค 5 ระดับจะพบว่าในด้านต่างๆ ของการเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ ประสบปัญหาและอุปสรรคด้านยอดขายเป็นลำดับแรกด้วยค่าเฉลี่ย 3.60 ประสบปัญหาและอุปสรรคด้านการควบคุมค่าใช้จ่ายเป็นลำดับที่สองด้วยค่าเฉลี่ย 3.48 ประสบปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดหาแหล่งเงินทุนเป็นลำดับที่สามด้วยค่าเฉลี่ย 3.37 และประสบปัญหาและอุปสรรคด้านการควบคุมสินค้าคงคลังเป็นลำดับที่สี่ด้วยค่าเฉลี่ย 3.35

อภิปรายผล

จากการศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ตามทฤษฎีและแนวคิดการจัดการที่เกี่ยวข้อง พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีการดำเนินการดังนี้

ด้านการจัดการ (Management)

การวางแผน จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้ความสำคัญกับการวางแผนเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Harold Koontz ที่กล่าวว่า การวางแผนที่ดีเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงานตามนโยบาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจได้ โดยธุรกิจได้ใช้ปัจจัยภายในด้านเงินทุน ด้านความสามารถในการกระจายสินค้า และด้านความสามารถในการจัดหาสินค้า ใช้ปัจจัยภายนอกด้านคู่แข่งขั้นและลูกค้า ด้านตัวสินค้า เช่นราคา พัฒนาการของสินค้า และด้านสภาพเศรษฐกิจ เป็นตัวกำหนดในการวางแผนงาน

การจัดองค์กร พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่มีการจัดองค์กรแบบง่าย ๆ เนื่องจากเป็นองค์กรขนาดเล็ก การจัดโครงสร้างโดยส่วนใหญ่จะจัดตามหน้าที่และความรับผิดชอบ ได้แก่งานด้านการจัดการ ด้านการขาย ด้านการบัญชี และด้านอื่นๆเช่น พนักงานส่งของ แต่ผู้ประกอบการบางรายก็ไม่จัดแบ่งอย่างเด็ดขาด เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้หลายๆส่วนเป็นการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Harold Koontz ที่กล่าวว่า การจัดให้มีโครงสร้างของงานต่างๆ และอำนาจหน้าที่ ให้อยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสมที่จะช่วยให้งานขององค์กรบรรลุผลสำเร็จได้นั่นเอง

การจัดคนเข้าทำงาน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่มีการจัดจ้างพนักงานเข้ามาทำงาน โดยใช้หลักเกณฑ์ด้านความรู้ความสามารถ ด้านบุคลิกภาพ และด้านความชำนาญมาพิจารณาในการจัดจ้างพนักงาน มีการอบรมให้พนักงานหรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Harold Koontz ที่กล่าวว่าองค์กรจะมีการคัดเลือกและบรรจุคนเข้าทำงาน และรักษาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานในตำแหน่งต่างๆขององค์กร และดำเนินการคัดเลือกหาบุคคลที่เหมาะสม ตลอดจนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

การสั่งการ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะสั่งการโดยเปิดโอกาสให้พนักงานซักถามได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจน และมีวิธีการที่จะทำให้พนักงานปฏิบัติงานให้ได้ผลดีโดยมีการจูงใจใช้วิธีจูงใจพนักงานในการทำงาน โดยเพิ่มรายได้จากยอดขาย ให้การยกย่อง ขอมรับ เป็นกันเอง และให้สวัสดิการ วันหยุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Harold Koontz ที่กล่าวว่าผู้บริหารจะต้องใช้ความสามารถชักจูงและจูงใจ คนให้ปฏิบัติงานอย่างดีที่สุด จนกระทั่งองค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จได้

การควบคุม พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่จัดให้มีการควบคุม โดยจัดทำระบบการรายงาน สรุปผลการดำเนินการรายวัน รายเดือน และรายสัปดาห์เพื่อให้ทราบ ผลดำเนินการได้ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Harold Koontz ที่กล่าวว่า การควบคุม นั้น คือการที่จะต้องกำกับให้สามารถประกันได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ทำไปนั้น สามารถเข้ากันกับแผนที่ วางไว้

ด้านการตลาด (Marketing)

ผู้ประกอบการที่ต้องพิจารณาส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน คือ การตัดสินใจด้าน ราคา การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจด้านการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า และการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด

การตัดสินใจด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนมาก มีหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาของสินค้าหรือบริการโดยพิจารณาจาก คู่แข่งขัน และเศรษฐกิจเนื่องจากสภาพการแข่งขันที่สูง และคู่แข่งอยู่ในบริเวณเดียวกันเป็นจำนวนมาก พิจารณาจากราคาที่ผู้ประกอบการโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือผู้จัดจำหน่ายหลักกำหนดมา และพิจารณา จากรูปแบบของสินค้า ประเภท รุ่นเก่าใหม่ ที่ได้นำมาจัดจำหน่ายในขณะนั้นๆ ด้วย สอดคล้องกับ แนวคิดทางการตลาดและแนวคิดการค้ำปลีกของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2541)ที่กล่าวว่า การตัดสินใจด้านราคาต้องคำนึงถึงการยอมรับของตลาดเป้าหมายสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้ประกอบการต้องตัดสินใจให้ได้อย่างเหมาะสม รวมถึงต้องดูปัจจัยทั้งภายใน และภายนอกมาเป็น ส่วนในการตัดสินใจ

การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนมากมีการตัดสินใจจัดหาทั้งผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนสูงที่สุด และผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการของที่มีคุณภาพดี และราคาที่เหมาะสม รวมถึงได้พิจารณาหา แหล่งที่มาของสินค้าที่คิมีการสนับสนุนภายหลัง สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดและแนวคิด การค้ำปลีกของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2541)ที่กล่าวว่า การตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับลักษณะ รูปแบบ รุ่น ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาจัดจำหน่าย รวมถึงการบริการที่เกี่ยวข้องด้วย อันขึ้นกับความสามารถของผู้ประกอบการในการจัดหาและการบริการเช่นการปรับปรุง และ ซ่อมแซมสินค้า

การตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า พบว่าในการพิจารณา ด้านทำเลที่ตั้งนั้นผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้ให้ความสำคัญด้านการเข้าถึง ของลูกค้าและจำนวนของลูกค้ามาเป็นลำดับแรก และให้ความสำคัญเรื่องการคมนาคมที่สะดวกทั้ง ต่อผู้ประกอบการเองและลูกค้ามาเป็นลำดับต่อมา ซึ่งทำให้การกระจายสินค้าเป็นลักษณะการค้า

ปลีกเป็นส่วนมากแต่ก็มีผู้ประกอบการบางรายทำธุรกิจแบบค้าส่งด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดและแนวคิดการค้าปลีกของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2541) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาเรื่องทำเลที่ตั้งเป็นสำคัญ โดยถือหลักเกณฑ์ด้านความใกล้ชิดกับลูกค้าได้เป็นจำนวนมาก เช่นอยู่ในย่านศูนย์การค้า หรืออยู่ในแหล่งธุรกิจเดียวกัน เพื่อเพิ่มโอกาสที่ลูกค้าจะเข้ามาเลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น และต้องพิจารณาความเหมาะสมด้านสภาพแวดล้อมที่จะเอื้ออำนวยความสะดวกด้วย ซึ่งก็ต้องพิจารณาด้านต้นทุนที่จะเกิดจากการเลือกทำเลด้วยเช่นกัน

การตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการโฆษณาแบบปากต่อปาก รวมถึงการใช้ป้ายโฆษณาติดที่หน้าร้านนอกถึงรายละเอียดของสินค้าในร้านของตนเอง และเนื่องจากแต่ละร้านอยู่ในบริเวณเดียวกันทำให้เกิดเป็นการโฆษณาร่วมกันไปในตัว ส่วนการส่งเสริมการตลาดจะทำการแถมหรือลดราคาหากลูกค้าซื้อสินค้าหลายๆ ชิ้น รวมถึงการให้การรับประกันสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการที่จะซื้อสินค้า สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดและแนวคิดการค้าปลีกของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ(2541) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อบริเวณระหว่างธุรกิจกับลูกค้า บอกเล่าถึงสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ ซึ่งจะส่งผลต่อการซื้อตามมา ผู้ประกอบการใช้การส่งเสริมการตลาดเพื่อกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ด้านภาพลักษณ์ ให้ความสำคัญกับพนักงานขายในการต้อนรับลูกค้า มีการค้นหาความต้องการของลูกค้า แก้ปัญหาและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ประกอบกับการส่งเสริมการขายร่วมกัน

ด้านการเงิน (Finance)

ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องมีการบริหารการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเสี่ยงทางด้านการลงทุน ต้นทุน และเงินหมุนเวียนในกิจการ เพื่อให้กิจการดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งด้านการเงินประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่มีการจัดหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจ โดยได้จัดหาเงินทุนจากทุนของเจ้าของ และจัดหาเงินกู้ระยะสั้นจากสถาบันการเงินรวมถึง กู้ยืมจากญาติ พี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนที่สามารถจัดหาได้ค่อนข้างง่ายและมีต้นทุนน้อย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้จำนวนเงินหมุนเวียนประกอบธุรกิจในรอบปีที่ผ่านมามากกว่า 300,000 บาท โดยเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญคือค่าเช่าพื้นที่จากห้างสรรพสินค้าและค่าจัดซื้อ ค่าต้นทุนสินค้า ค่าขนส่ง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่ได้รับเครดิตจาก ผู้จำหน่ายสินค้า ในการสั่งซื้อสินค้า และทำการจัดหาสินค้าใหม่ๆ มาไว้เพื่อจำหน่ายอยู่ตลอดเวลา สำหรับการจัดการกับสินค้าคงคลังที่ค้างสต็อกนานๆ ส่วนใหญ่จะทำการขายลดราคา เพื่อลดต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือลง สอดคล้องกับแนวคิดด้านเงินทุนธุรกิจของอำนาจ ชีระวนิช(2544)ที่

กล่าวว่า การเริ่มดำเนินการธุรกิจโดยปกติทั่วไปผู้ประกอบการ มักเน้นไปที่เงินออมของตนเองและพยายามจัดหาเงินทุนเพิ่มเติมจากครอบครัวและเพื่อน ถ้าเงินทุนจากแหล่งเหล่านี้ไม่เพียงพอผู้ประกอบการจึงจะพิจารณาจากช่องทางของแหล่งเงินทุนที่เป็นทางการ เช่นธนาคารและผู้ลงทุนจากภายนอก และผู้ประกอบการจะต้องวางแผนและบริหารเงินทุนที่จะใช้ในช่วงต่างๆของการดำเนินกิจการ ให้ได้อย่างเหมาะสม ทั้งการใช้ในสินทรัพย์หมุนเวียนซึ่งได้แก่ เงินสด ลูกหนี้การค้า สินค้าคงคลัง

ด้านการบัญชี (Accounting)

การบัญชีเป็นการวัดค่าและนำเสนอข้อมูลของกิจกรรมทางธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องมีการบันทึกโดยใช้ข้อมูลทางบัญชี ซึ่งข้อมูลทางบัญชีหมายถึง ข้อมูลที่อยู่ในรายงานการเงินที่ถูกจัดขึ้นหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทางการเงินมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว ได้แก่ยอดขาย ค่าใช้จ่าย ลูกหนี้ สินค้าคงคลัง และนำเสนอรายงานในรูปแบบการเงิน ได้แก่ งบกำไรขาดทุน งบดุล เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรายมีความเข้าใจถึงประโยชน์ของงบการเงิน และได้จัดทำในรูปแบบกำไรขาดทุนและงบดุล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังใช้สมุดบันทึก และบางส่วนได้มีการนำเอาคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการบันทึกด้วย

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่มีข้อค้นพบดังนี้

ธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่จัดได้ว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ผู้ประกอบการคนเดียวก็สามารถที่จะทำธุรกิจนี้ได้ และมีผู้ประกอบการจำนวนหนึ่งที่เปิดดำเนินการมากกว่า 1 ร้าน มีบางรายไม่จดทะเบียน โดยผู้ประกอบการเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ถึงร้อยละ 50 เป็นธุรกิจที่มีผู้สนใจดำเนินงานมากเนื่องจากมีร้านที่เริ่มดำเนินงานในช่วงระยะเวลา 1-3 ปีมากถึง 25 ร้าน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนี้ต้องใช้จ่ายเงินเป็นจำนวนที่สามารถจัดหาได้ไม่ยากนัก การดำเนินธุรกิจเกือบทุกรายจะทำการรับซื้อ ขายหรือแลกเปลี่ยนเครื่องเก่ารวมถึงให้บริการซ่อมแซม ปรับเครื่องด้วย

ด้านการจัดการ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับการจัดการน้อยกว่าด้านอื่นๆ เงินทุนยังเป็นปัจจัยภายในที่สำคัญในการวางแผนงาน แต่ก็เนื่องมาจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการเองทำให้เกิดมีปัญหา

ด้านการวางแผนขึ้นมา ในด้านการจัดคนเข้าทำงานถึงแม้จะเป็นธุรกิจขนาดเล็กแต่ก็มีเพียง 13 ราย เท่านั้นที่ไม่ได้ทำการจัดจ้างพนักงานเข้ามาทำงานด้วย พนักงานด้านเทคนิคก็เป็นที่ต้องการเช่นกัน ด้วยเหตุผลที่ว่าลูกค้าในปัจจุบันไม่ได้มีความต้องการซื้อสินค้าเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ยังมีความต้องการปรับปรุง หรือซ่อมแซมเครื่องโทรศัพท์มือถือ ในด้านการควบคุม ผู้ประกอบการจัดให้มีการทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานเป็นรายวันถึง 37 ราย ซึ่งก็เป็นผลดีทำให้ทราบความเป็นไปใน ช่วงเวลาที่สั้นๆ ได้

ด้านการตลาด พบว่าธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัด เชียงใหม่ เป็นธุรกิจที่แข่งขันกันด้านราคาเป็นหลัก ไม่เน้นการส่งเสริมการตลาดมากนัก และพบว่า ในด้านราคาจะตั้งราคาโดยเทียบกับคู่แข่งที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน เพราะหากตั้งราคาที่แตกต่างกันมากจะ เกิดการเปรียบเทียบได้อย่างชัดเจน ในด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่จาก AIS ยังเป็น เครื่องขายที่ถูกเลือกมาจำหน่ายมากที่สุดซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพและความไว้วางใจของผู้ใช้ที่มีต่อผู้ให้ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่รายนั้นนั่นเอง ผู้ประกอบการมีวิธีการนำสินค้ามาจำหน่าย โดยจะจัดหา จากแหล่งสินค้าหลายๆแหล่งที่ทำให้เกิดต้นทุนน้อยที่สุด และยังพบอีกว่าสินค้าที่ให้กำไรแก่กิจการ มากที่สุดได้แก่ accessory ต่างๆ และการให้บริการซ่อมปรับปรุงที่ให้อะไรได้มากเช่นกัน ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้ามากในการที่จะเลือกสินค้ามาจำหน่าย หาก มีการถามถึงบ่อยๆก็จะพยายามจัดหาสินค้านั้นมาจำหน่าย ปัญหาและอุปสรรคที่ตามมาก็คือ ผู้ประกอบการก็จะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน หากความ ต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงได้เร็ว การเข้าถึงของลูกค้ามีความสำคัญมากใน การเลือกทำเล บางรายนอกจากใช้การขายปลีกหน้าร้านเป็นหลักแล้วยังมีช่องทางอื่นโดยขายส่ง ด้วย แต่ในการเลือกประกอบธุรกิจ ในสถานที่นี้ที่มีคู่แข่งอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ประสบกับปัญหา และอุปสรรคด้านการแข่งขันทางการตลาดที่มีอยู่สูงมากเป็นลำดับแรก มีข้อค้นพบความแตกต่าง ระหว่างผู้ประกอบการทั้งสองแห่งคือในด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้ประกอบการใน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาคสวนแก้ว ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการขายเป็นลำดับแรก และ การใช้พนักงานขายเป็นลำดับที่สอง ในขณะที่ผู้ประกอบการในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่าให้ความสำคัญด้านการโฆษณาเป็นลำดับแรก และการใช้ส่งเสริมการขายเป็นลำดับที่สอง ข้อแตกต่างอีกประการหนึ่งคือด้านการโฆษณานั้น ผู้ประกอบการในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลภาค สวนแก้ว ให้ความสำคัญด้านการโฆษณาแบบปากต่อปากมาเป็นอันดับแรก และการคิดป้ายหน้า ร้านเป็นลำดับที่สอง ในขณะที่ผู้ประกอบการในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าให้ ความสำคัญด้านการโฆษณาโดยคิดป้ายหน้าร้านเป็นลำดับแรก และการโฆษณาแบบปากต่อปากมา เป็นลำดับที่สอง

ด้านการเงินและการบัญชี พบว่าธุรกิจร้านขายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในห้างสรรพสินค้า จังหวัดเชียงใหม่ ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนในแต่ละปีมากกว่า 300,000 บาท และพบว่าค่าใช้จ่ายด้านค่าเช่าเป็นค่าใช้จ่ายที่มีผลกระทบกับกิจการเป็นอย่างมากเท่ากับค่าจัดซื้อ มีเพียง 16 รายเท่านั้นที่ได้รับเครดิตในการจัดซื้อสินค้ามาจำหน่าย ผู้ประกอบการจะมีวิธีการจัดการกับสินค้าที่คงเหลือนานเกินไปโดยขายลดราคาเพื่อลดต้นทุนการเก็บสินค้าเอาไว้

ข้อเสนอแนะ

ด้านการจัดการ

1. ผู้ประกอบการควรมีการจัดการฝึกอบรมอย่างถูกหลักเกณฑ์และสม่ำเสมอให้แก่พนักงานหรือเพื่อนร่วมงานให้มีความรู้ความชำนาญเพิ่มขึ้น ทั้งในเรื่องตัวสินค้าและขั้นตอนการปฏิบัติงานรวมถึงความรู้ทางด้านเทคนิคต่างๆ เพื่อให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเพิ่มขึ้น สามารถแนะนำสินค้าและชักจูงลูกค้าให้เกิดการซื้อได้มากขึ้น
2. ผู้ประกอบการควรจะจัดหาแหล่งสินค้าที่เหมาะสม และสร้างสัมพันธ์อันดีกับแหล่งสินค้านั้นๆ เพื่อที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถจัดหาสินค้าที่ต้องการมาขายด้วยต้นทุนที่ต่ำและได้อย่างไม่ขาดช่วงอันจะช่วยให้ธุรกิจมีศักยภาพในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งได้
3. ผู้ประกอบการควรมีการหาข้อมูล ทั้งภายในกิจการเองและภายนอกกิจการแล้วนำมาวิเคราะห์จัดทำแผนงานของกิจการ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นแผนงานระยะสั้นซึ่งจะเป็นแนวทางที่ดีในการดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จได้

ด้านการตลาด

1. ผู้ประกอบการควรมีการประเมินสถานะของกิจการของตน เทียบกับคู่แข่งที่อยู่ในบริเวณเดียวกันเนื่องจากการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง และหาจุดยืนของกิจการของตนและเน้นจุดเด่นของตัวเองเช่นจุดเด่นด้านราคาหรือด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เพื่อที่จะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งได้
2. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับพนักงานขาย ให้มีการพัฒนาทักษะในการขาย การปรับบุคลิกภาพ การพูดจา การยิ้มแย้ม เพราะจะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเป็นกันเองและเกิดเป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้
3. ผู้ประกอบการควรทำการศึกษาและค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า ที่ตนเองนำมาขาย และสินค้าที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ทราบถึงรุ่นและยี่ห้อของสินค้าใหม่ๆที่จะออกสู่ตลาด และควรมีการจัดเก็บข้อมูลด้านความต้องการของลูกค้าที่เกี่ยวกับสินค้าประเภทใดๆ จากทั้งการที่ลูกค้ามาสอบถามเอง จากการพูดคุยกับลูกค้าและจากแหล่งข้อมูลอื่นๆเช่นนิตยสารต่างๆ เป็นต้น เพื่อจะช่วย

ในการตัดสินใจ ในการจัดหาสินค้าใหม่ๆและสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครอบคลุมที่สุด

4. ผู้ประกอบการ ควรมองหาช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าช่องทางอื่นเช่น หากคนที่รู้จักในองค์กรต่างๆ มาเป็นตัวแทนจำหน่ายให้ เพราะพนักงานในองค์กรนั้นๆจะรู้สึกสะดวกในการซื้อสินค้าที่ต้องการ จะทำให้เพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างดี

ด้านการเงินและการบัญชี

1. ผู้ประกอบการ ควรจะมีการจัดทำรายงานเกี่ยวกับการเงินที่ใช้ในการดำเนินงานในช่วงเวลาที่ผ่านมานำมาวิเคราะห์ข้อมูลอย่างต่อเนื่องอย่างเป็นระบบและสามารถเข้าใจได้ง่ายแล้วจัดทำเป็นแผนทางการเงิน เช่นงบประมาณการขาย งบประมาณค่าใช้จ่าย เพื่อให้กิจการสามารถจัดการกับเงินทุนได้อย่างเหมาะสมต่อกิจกรรมในแต่ละส่วนของกิจการ ทั้งด้านจำนวนและเวลาที่จะใช้เงินทุน

2. ผู้ประกอบการต้องมีการวิเคราะห์ถึงความต้องการของกิจการ ในแต่ละช่วงเวลาหรือสำหรับแต่ละชนิดของสินค้า ว่าต้องการยอดขายมากแต่มีกำไรต่อหน่วยน้อย หรือต้องการกำไรต่อหน่วยมากแต่จำนวนที่จะจำหน่ายได้น้อย ซึ่งเมื่อทราบแล้วก็จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาและหลักเกณฑ์ในการส่งเสริมการขายที่สอดคล้องกันได้

3. จากข้อมูลด้านรายรับรายจ่ายที่มี ผู้ประกอบการควรหาวิธีในการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการลง เนื่องจากค่าเช่าพื้นที่เป็นค่าใช้จ่ายหลักที่กิจการต้องแบกรับโดยไม่สามารถลดได้ซึ่งค่าใช้จ่ายที่สามารถลดได้เช่น ค่าไฟฟ้า และค่าโทรศัพท์ รวมถึงต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าเป็นต้น

4. ผู้ประกอบการต้องมีการจัดการกับสินค้าคงคลัง ให้อยู่ในจำนวนที่ไม่มากจนเกินไป ไม่ควรส่งสินค้าที่สร้างยอดขายได้น้อยมาเป็นจำนวนมาก รวมถึงมีการหาช่องทางอื่นๆในการระบายสินค้าคงคลังออกไป เช่นมีการติดต่อหรือตกลงทางการค้ากับร้านอื่นๆที่อาจจะเป็นเพื่อนฝูงคนรู้จักในแหล่งจำหน่ายอื่นๆ เป็นต้น