

คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Characteristic of Entrepreneurs and Factors Affecting the Success of Alcoholic Beverage Business in Bangkok

นอร ทิพย์ดวงดี

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบ ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One Way ANOVA) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-35 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภท เบียร์ และมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ 1 - 5 ปี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการ มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ส่วนคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ (Beta = -0.105) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย (Beta = -0.088) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.293) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Beta = 0.521) มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Abstract

The objective of this study is to study about individual factor, entrepreneur's characteristic, and the factor in marketing mix which affects the successfulness of alcoholic beverage business in Bangkok. The sample group was 400 samples of alcoholic beverage business entrepreneurs in Bangkok by survey questionnaires. Statistics used to analyze the data were One Way ANOVA and multiple regression. The results presented that most of the people who answered questionnaires were male between 31-35 years old, married, and got a bachelor degree. They have their own business in selling alcoholic beverage and have 1-5 years

experiences. The assumption result is found that individual factors such as gender, age, status, education background, alcohol beverage types, entrepreneurs' differences of experiences in running alcoholic beverage business had no significant differences on the effect on the successfulness of alcoholic beverage business in Bangkok. Entrepreneur's characteristic on emotional maturity (Beta = -0.105) , factor on marketing mix on place (Beta = -0.088), promotion (Beta = 0.293), and physical characteristic (Beta = 0.521) affect the successfulness of alcoholic beverage business in Bangkok in statistically significant at 0.05

Keywords: Entrepreneur's characteristic, factor on marketing mix, successfulness of alcoholic beverage business

1. บทนำ

สภาพสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับสภาวะการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกของธุรกิจไร้พรมแดน กระแสทางด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุนได้ส่งผลให้ผู้บริโภคมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี มีรายได้สูงขึ้น และเมื่อมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นผู้บริโภคก็จะแสวงหาสิ่งที่ดีกว่าให้กับตนเอง ซึ่งเป็นลักษณะพื้นฐานของความต้องการของมนุษย์ ในทางตรงข้ามก็เป็นโอกาสอันดีของนักการตลาดที่จะเสนอสินค้าและบริการต่างๆไปยังผู้บริโภค หนึ่งในสินค้าที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงในตลาดของประเทศไทย ได้แก่ เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ สภาวะการแข่งขันทางการตลาดของ เครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ ในปัจจุบันมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องจึงได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการในการเข้าสู่ตลาด ในปัจจุบันตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีการเจริญเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคนไทยนิยมบริโภคเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์ ซึ่งมีทั้งที่ผลิตเองในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ การนำเข้าของสุราจากต่างประเทศ ต้องเสียภาษีสุรานำเข้า 260% ตามมูลค่าต่อขวด แต่ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านมีราคาถูกกว่า จึงมีการลักลอบนำเข้ามายาขายแทน หรือผู้ประกอบการบางรายมีการออกไปผลิตสินค้านอกประเทศและนำเข้าแทนเพื่อหลีกเลี่ยงกฎหมายบางข้อ โดยภาพรวมตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ปี 2555 มีปริมาณ 2,797 ล้านลิตร เพิ่มขึ้น 10% โดยแบ่งเป็นการผลิตในประเทศ 98.43% และนำเข้า 1.57% ขณะที่กลุ่มสุรากลั่นในประเทศมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยอดการจำหน่ายกว่า 583.56 ล้านลิตร เติบโตขึ้น 20% จากปี 2552 ส่วนยอดการจำหน่ายสุรากลั่นนำเข้ากลับเติบโตเล็กน้อย มีเพียง 28.5 ล้านลิตร เนื่องจากผู้บริโภคหันไปนิยมบริโภคสุรากลั่นในประเทศที่มีราคาถูกกว่า (ผู้จัดการออนไลน์, 2555)

ประเทศไทยมีการนำเข้าวิสกี้แบรนด์จอห์นนี่วอล์คเกอร์ เป็นอันดับสามของโลก รองจากสหรัฐอเมริกาและบราซิล มีอัตราการเติบโตของตลาดที่สูงกว่า 10% ต่อปีอย่างต่อเนื่อง และประเทศไทยเป็นตลาดอันดับ 8 ของโลกสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำเข้าจากสหภาพยุโรป โดยสุราจากสหภาพยุโรปมีสัดส่วนประมาณ 3 ใน 4 ของสุรานำเข้าทั้งหมดในประเทศไทย ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเปิดเสรีการค้าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างไทยกับสหภาพยุโรป ซึ่งจะทำให้สุรานำเข้ามีราคาถูกลง มีสุรานำเข้าประเภทต่างๆ เข้ามามากขึ้น มีการลงทุนตั้งโรงงานขายขึ้น และมีการแข่งขันทำการตลาดที่รุนแรงขึ้นจะส่งผลให้ประชากรและเยาวชนดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น (ผู้จัดการ, 2555) จากการสำรวจข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2554 พบว่า คนไทยดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูงเป็นอันดับที่ 40 ของโลก และอันดับที่ 3 ของเอเชีย โดยมีอัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นจากปี 2550 (ร้อยละ 30.0 เป็น 31.5) ผู้ชายมีอัตราการดื่มสูงกว่าผู้หญิงประมาณ 5 เท่า ผู้หญิงมีอัตราการดื่ม

เครื่องตัดแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นจากปี 2552 (ร้อยละ 10.8 เป็น 10.9) ขณะที่ผู้ชายมีอัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลดลง (ร้อยละ 54.5 เป็น 53.4) เครื่องตัดแอลกอฮอล์ที่นิยมบริโภคอันดับแรก คือ เบียร์ พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป พบว่า กลุ่มวัยทำงานอายุ 25-59 ปี มีอัตราการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่สูงเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่น ร้อยละ 37.3 อายุเฉลี่ยที่เริ่มดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยรวมจะเริ่มดื่มที่อายุ 20.3 ปี ผู้ชายจะเริ่มดื่มเร็วกว่าผู้หญิง คืออายุ 19.4 และ 24.9 ปี ตามลำดับ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นได้ว่าในแต่ละปีปริมาณการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมุ่งศึกษาในเรื่องของปัจจัยส่วนบุคคล คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด โดยผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค และยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจที่สนใจทำธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจดำเนินธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

2. วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ประกอบ ธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งหมด 36,250 ร้าน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) ผู้วิจัยได้คำนวณ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Taro Yamane, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 396 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างรวมทั้งสิ้นเป็น 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง จะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) โดยเริ่มต้นโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดให้ทุกเขตพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครไม่มีความแตกต่างกันในด้านของข้อมูลและลักษณะของประชากร รวมทั้งมีโอกาสที่จะถูกเลือกเป็นตัวแทนของประชากรเท่ากัน โดยการจับฉลากเลือกจำนวนเขตพื้นที่ได้เป็น 4 จำนวนตามกลุ่มการบริหารงานของกรุงเทพฯจากกลุ่มกรุงเทพกลาง กรุงเทพใต้ กรุงเทพเหนือ กรุงเทพตะวันออก ผลของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้เขตพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ เขตปทุมวัน เขตดินแดง เขตจตุจักร และเขตสาทร ต่อมาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) เป็นการแบ่งสัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละ เขต โดยประชากรที่จะศึกษาใน 4 เขต มีทั้งหมด 2,917 ร้าน แบ่งเป็นร้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เขตปทุมวัน 684 ร้าน เขตดินแดง 723 ร้าน เขตจตุจักร 760 ร้าน และเขตสาทร 750 ร้าน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554)

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์เบื้องต้น

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-35 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่จำหน่ายเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ประเภท เบียร์ และมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ 1 – 5 ปี

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1: การทดสอบสมมติฐานเพศแตกต่างกันมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตัวแปร	เพศ	n	Mean	SD	T	Sig
เพศ	ชาย	262	4.2427	0.59242	1.161	0.282
	หญิง	138	4.2348	0.54728		

$p < 0.05^*$

ตารางที่ 2: การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตัวแปร	ความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	0.418	3	0.139	0.417	0.741
	ภายในกลุ่ม	132.222	396	0.334		
	รวม	132.640	399			
สถานภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.414	2	0.207	0.622	0.538
	ภายในกลุ่ม	132.226	397	0.333		
	รวม	132.640	399			
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	0.237	2	0.118	0.355	0.702
	ภายในกลุ่ม	132.403	397	0.334		
	รวม	132.640	399			
ประเภทเครื่องตี้มแอลกอฮอล์	ระหว่างกลุ่ม	0.778	2	0.389	1.171	0.311
	ภายในกลุ่ม	131.862	397	0.332		
	รวม	132.640	399			
ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.462	4	0.365	1.101	0.356
	ภายในกลุ่ม	131.178	395	0.332		
	รวม	132.640	399			

$p < 0.05^*$

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ลักษณะทางกายภาพ (Beta = 0.521) มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.293) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Beta = -0.088) และคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้าน การมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ (Beta = -0.105) ในขณะที่คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ด้าน การมีวิสัยทัศน์ ด้านความประหยัด ด้านการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน และด้าน การมีความเชื่อด้านโซเชียล ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้าน กระบวนการให้บริการไม่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3: แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	b	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.169	0.274		4.267	0.000
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ					
- ด้านความมีมนุษยสัมพันธ์	0.033	0.040	0.038	0.818	0.414
- ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง	-0.098	0.053	-0.107	-1.847	0.066
- ด้านความซื่อสัตย์	-0.142	0.121	-0.151	-1.181	0.238
ส่วนประสมทางการตลาด					
- ด้านการมีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจ	-0.018	0.044	-0.024	-0.416	0.678
- ด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ	-0.001	0.043	-0.001	-0.020	0.984
- ด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์	-0.103	0.048	-0.105	-2.152	0.032*
- ด้านการมีวิสัยทัศน์	0.063	0.042	0.073	1.479	0.140
- ด้านความประหยัด	-0.012	0.026	-0.014	-0.471	0.638
- ด้านการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน	0.169	0.220	0.195	0.769	0.443
- ด้านการมีความเชื่อด้านโซเชียล	-0.002	0.050	-0.002	-0.040	0.968
ผลิตภัณฑ์					
- ด้านผลิตภัณฑ์	-0.046	0.029	-0.048	-1.586	0.113
ด้านราคา					
- ด้านราคา	0.136	0.224	0.158	0.610	0.542
ช่องทางการจัดจำหน่าย					
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.081	0.041	-0.088	-2.007	0.045*
ส่งเสริมการตลาด					
- ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.280	0.093	0.293	3.023	0.003*
บุคลากร					
- ด้านบุคลากร	0.044	0.037	0.055	1.185	0.237
กระบวนการให้บริการ					
- ด้านกระบวนการให้บริการ	0.015	0.040	0.016	0.381	0.704
ลักษณะทางกายภาพ					
- ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.497	0.040	0.521	12.343	0.000*

หมายเหตุ: ค่าสัมประสิทธิ์ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ (R^2) = 0.677, $F = 47.143$, $p < 0.05^*$

5. สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา ประเภทเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และ ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ ที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากไม่ว่าผู้ประกอบการ ธุรกิจเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์เพศชายหรือเพศหญิง มีอายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาใด ก็สามารถที่จะประสบความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานครได้เช่นเดียวกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่ สอดคล้องกับงานวิจัย ของวิรัช ชนากาญจน์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและ ประสบการณ์ในการประกอบ ธุรกิจที่ต่างกันมีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านการมีความรู้ พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ ด้านการมีความเชื่อด้าน โชคลาง ด้านการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน ด้านการมีวิสัยทัศน์ และด้านความประหยัด ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ ธุรกิจเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์แต่ละแห่งมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า รวมถึงมีความสามารถ ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า มีความเป็น กันเองกับลูกค้า และมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับลูกค้าเหมือนกัน จึงทำให้ผู้บริโภคไม่เห็นถึงความ แตกต่างจึงทำให้คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ จึงไม่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบ ธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของปราณี ต้นประยูร (2554) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า องค์กรประกอบ ความมุ่งมั่นตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรม และความสามารถด้านการตลาด มนุษยสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร การมีเครือข่าย การมองโลกในแง่ดี ภาวะผู้นำ ทักษะและความเชี่ยวชาญ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วน คุณลักษณะ ด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขต กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการ ธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ยินดีรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมถึง การควบคุมอารมณ์ได้ ไม่ท้อแท้หากมีใครรอบข้างวิจารณ์งานที่ทำ และแสดงออกถึงภาวะผู้นำนั้น ส่งผลให้ปัจจัยด้าน การมีวุฒิภาวะทางอารมณ์มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้าน กระบวนการ ให้บริการ ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้อง กับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากการที่ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่นำเสนอ ขายมีความแปลกใหม่ หลากหลายประเภท รวมถึงมีรสชาติที่ดี และมีเอกลักษณ์เฉพาะเป็นจุดขายนั้นไม่แตกต่างกัน มากนัก จึงทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตี้ม แอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัช ชนากาญจน์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนด้านช่องทางการจัด จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ แต่ละแห่ง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ลูกค้าสามารถเดินทางไปหาซื้อสินค้าได้โดยสะดวก สร้างความน่าเชื่อถือ แก่ลูกค้า และลูกค้า

สามารถสั่งซื้อเครื่องตีแม่เหล็กอลูมิเนียมผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลาย จึงทำให้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตีแม่เหล็กอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร

6. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตีแม่เหล็กอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรอาศัยจุดเด่นในการสร้าง สัญลักษณ์และป้ายชื่อของร้านค้ามีความโดดเด่นทำให้ลูกค้าจดจำง่าย รวมถึงการมีภาพลักษณ์ของผู้ประกอบการมีความน่าเชื่อถือ และหน้าร้านค้ามีรายละเอียดที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์สำหรับติดต่อผู้ประกอบการ ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการซื้อเครื่องตีแม่เหล็กอลูมิเนียม เพื่อสร้างการจดจำ และใช้ในการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น และผลจากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจเครื่องตีแม่เหล็กอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการควรปรับปรุงและพัฒนา หากมีกรอบข้างวิจารณ์งานที่ทำ มียอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เพื่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และเพื่อสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

7. เอกสารอ้างอิง

- กัญญาพัชร บำรุงกิจ. (2552). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการร้านขายหนังสือในเขตกรุงเทพมหานคร , วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิตย สุธศรี. (2553). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี .วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ปรานี ต้นประยูร. (2554). คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา , วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- รัชจรินทร์ พรชัยวิเศษกุล , วิวรรณรักษ์ จรัสวิริยะกุล , อัญชลี วิสุทธิมรรค และสุรัตน์ พิชัย . (2546). การศึกษา คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ชนากาญจน์. (2551). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านขายเสื้อผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. (2554). คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ. สืบค้นจาก <http://www.pattanakit.net/index.php?lay=show&ac=article&id=538705672&Ntype=124>.