

การวิจัยเรื่อง การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อการปรับตัวอย่างยั่งยืนของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ตามแนวคิดระบบวัดผลแบบสมดุลในเขตเทศบาลนครขอนแก่นมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแผนเชิงกลยุทธ์และตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานในธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ตามระบบวัดผลแบบสมดุล (Balanced Scorecard) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมและผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วย SWOT Matrix เพื่อสร้างแผนเชิงกลยุทธ์และกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานตามแนวระบบวัดผลแบบสมดุล

ผลการศึกษาการสร้างแผนเชิงกลยุทธ์และตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานจากการกำหนดวิสัยทัศน์ พบว่า สามารถกำหนดกลยุทธ์หลักได้ 6 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การพัฒนาและปรับปรุงการจัดการภายในร้าน กลยุทธ์การสร้างแบบแผนการบริการลูกค้า กลยุทธ์การเพิ่มอำนาจในการต่อรองซื้อสินค้า กลยุทธ์การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด กลยุทธ์การพัฒนาทักษะการให้บริการของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์การจัดทำระบบบัญชีและการวางแผนการเงิน จากกลยุทธ์ดังกล่าวสามารถสร้างตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานได้ทั้งสิ้น 13 ตัว ตามมุมมองต่างๆ ดังนี้ มุมมองด้านการเงิน ได้แก่กำไรจากการขายสินค้าต่อเดือนของธุรกิจ อัตราต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้าต่อรายได้จากการขายสินค้า จำนวนเงินทุนหมุนเวียนภายในร้าน และจำนวนยอดขายต่อเดือน มุมมองด้านลูกค้า มีตัวชี้วัดทั้งหมด 5 ตัว ได้แก่ ค่าเฉลี่ยของจำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าต่อเดือน ร้อยละของจำนวนการร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการ ดัชนีความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อสินค้า จำนวนร้อยละของลูกค้าประจำต่อเดือน และร้อยละของจำนวนลูกค้าใหม่ต่อเดือน มุมมองด้านกระบวนการภายใน มีตัวชี้วัดทั้งหมด 2 ตัว ได้แก่ ร้อยละของจำนวนสินค้าที่ลูกค้าส่งคืน และค่าเฉลี่ยในการให้บริการลูกค้าต่อคน มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีตัวชี้วัดทั้งหมด 2 ตัว ได้แก่ จำนวนครั้งที่ฝึกอบรมทักษะการจัดทำบัญชี และจำนวนครั้งที่ฝึกอบรมและพัฒนาทักษะการบริการของผู้ประกอบการ

The purpose of this research was to build a strategic plan and the performance indicator on the traditional retail trade in Khon Kaen Municipality according to the Balanced Scorecard by applying secondary data with primary data received from interviewing the entrepreneur of the traditional retail shop and the consumer in Khon Kaen Municipality. Data analyzed by SWOT Matrix to build the strategic plan and determine the performance indicator according to the Balanced Scorecard concept.

The research results showed that the main strategies could be determined in six strategies: The development strategy and management improvement in the shop , the strategy of building the pattern of customer service, the empowerment strategy in bargaining for buying the products , the strategy of determining the marketing mix , the skill development strategy of entrepreneur service and the strategy for making account system and financial planning. From these strategies, it could build 13 performance indicators according to various perspectives. These perspectives were financial perspective such as the profit from buying the products per month of the business, capital rate in ordering the products per income from selling the products, the amount of revolving capital within the shop, and the sales amount per month. The customer perspective had five indicators: the average customer who bought this product per month, the percentage of complaint about the service, the customer satisfaction index who bought the products, the percentage amount of regular monthly customers, and the percentage amount of new customers per month. The internal process perspective had two indicators: the percentage amount of products which the customer has returned, and the average in customer service per person. Learning and development perspective had two indicators: The amount of training the skill of making account system and the amount of training and developing the service skill of the entrepreneur.