

การวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวน
ผู้ใช้บริการของ ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร

**An Investigation on the Strategy of Marketing Promotion to Increase
Customer Quantity of Hattasilthai Shop, Samut Sakhon Province.**

ยุพดี ขวัญสกุล
Yupadee Kwansakul

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

Master of Arts Thesis in Development Strategy

Phetchaburi Rajabhat University

2549

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ISBN 974-9768-78-7

ชื่อวิทยานิพนธ์ การวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของ
ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร

ผู้วิจัย นางสาวยุพดี ขวัญสกุล

สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การพัฒนา

คณะกรรมการที่ปรึกษา



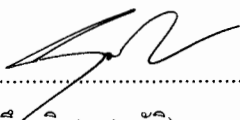
ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนู อุคมเวช)

กมลธิดา จันทิมา

กรรมการ

(อาจารย์กัลณิศา สังข์แก้ว)



กรรมการ

(อาจารย์สมนึก วิเศษสมบัติ)

คณะกรรมการสอบ



ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชาวลิต คงแก้ว)



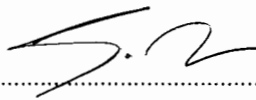
กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนู อุคมเวช)

กมลธิดา จันทิมา

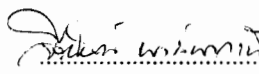
กรรมการ

(อาจารย์กัลณิศา สังข์แก้ว)



กรรมการ

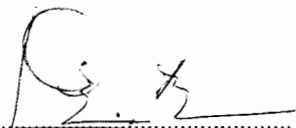
(อาจารย์สมนึก วิเศษสมบัติ)



กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(นางจิรนนท์ พงษ์ปากเพียร)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษา ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชาวลิต คงแก้ว)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกศักดิ์ บุตรลับ)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ชื่อวิทยานิพนธ์ การวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการของ
ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัย นางสาวยุพดี ขวัญสกุล สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การพัฒนา
พ.ศ. 2549

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดของ
ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดทั้ง 5 ส่วน คือ
ความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา ความเหมาะสมของการระบุปัญหาเป้าหมาย ความเหมาะสม
ของการกำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์ ประสิทธิภาพของหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์ และ
ความเหมาะสมของการใช้ทรัพยากรในบริบท ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตรวจสอบยุทธศาสตร์
การส่งเสริมการตลาดเมื่อเดือนกรกฎาคม 2548 ถึงเดือนกันยายน 2548 ซึ่งยุทธศาสตร์ได้ดำเนินการ
ในช่วงเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547 จากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องอันประกอบด้วย
เจ้าของกิจการจำนวน 1 คน พนักงานจำนวน 2 คน และลูกค้าที่มา ใช้บริการจำนวน 310 คน
สำหรับข้อมูลทางด้านเอกสารประกอบด้วย บันทึกการประชุมของร้าน บันทึกรายชื่อลูกค้าที่มาใช้บริการ
และบันทึกการขายรายจ่ายของร้าน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบบันทึก
ของผู้วิจัย แบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของร้านและแบบสอบถามการรับรู้ข้อมูล
ด้านการส่งเสริมการตลาดของร้าน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสรุป ตามความเป็นเหตุเป็นผล ค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบไคสแคว์ และสถิติทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการตรวจสอบความเหมาะสมขององค์ประกอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด
ทั้ง 5 ส่วน พบว่า การวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนามีความเหมาะสมและได้พบปัญหาเกี่ยวกับจำนวน
ลูกค้าน้อย การระบุปัญหาเป้าหมายมีความเหมาะสมและได้พบว่าร้านขาดรูปแบบการส่งเสริมการตลาด
การกำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์มีความเหมาะสม โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะจัดให้มีการส่งเสริมการตลาด
เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าใช้บริการและรายได้ สำหรับการสร้างหน่วยระบบทำงานยุทธศาสตร์
ประกอบด้วย 2 หน่วยระบบทำงาน คือ การส่งเสริมการตลาด กับการบริการที่สร้างความประทับใจและ
พบว่าหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์มีประสิทธิภาพสามารถทำให้จำนวนลูกค้าและรายได้เพิ่มขึ้น
และการใช้ทรัพยากรในบริบทมีความเหมาะสม

2. ด้านความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการของร้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ
ต่อการบริการของร้านอยู่ในระดับมาก

Thesis Title : An Investigation on the Strategy of Marketing Promotion to Increase Customer Quantity of Hattasilthai Shop, Samut Sakhon Province. **Researcher** : Miss. Yupadee Kwansakul **Major** : Development Strategy **Year** : 2006

Abstract

The purpose of this study was to investigate the marketing promotion strategies of Hattasilthai Shop, Samut Sakhon Province, by investigation of 5 promotion factors : appropriateness of developmental problem analysis; appropriateness of problem identification; appropriateness of strategic goal determination; effectiveness of strategic working system units; appropriateness of contextual resource management. Data collection was conducted from July to September 2005 while marketing promotion strategies had been already used since April to December 2004. Data sources comprised of 1 entrepreneur, 2 employees and 310 customers. Data of the shop derived from various kinds of documents, including meeting reports, customers' name lists and records of incomes and expenses. The research instruments used for data collection were the researcher's records, questionnaires about satisfaction on services and questionnaires about perception on the marketing promotion of the shop. Logical conclusion, percentage, means, standard deviation, Chi-square and T-test were used for data analysis.

The findings revealed that :

1. The investigative results of all factors of the marketing promotion strategies indicated that the developmental problem analysis was at appropriate level and problem of low customer quantity was found. The problem identification was appropriate but it also showed that the shop lacked marketing promotion. The strategic market identification: constructing market promotion for service user and income increasing, was appropriate. Strategic working system units were marketing promotion and impressive service; they were effective enough to increase customer quantity and profits. Contextual resource management was effective.
2. Customers' satisfaction on service of the shop was at high level.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างดียิ่งจาก คณะอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนู อุดมเวช ประธานที่ปรึกษา อาจารย์กัลณิกา สังข์แก้ว และอาจารย์สมนึก วิเศษสมบัติ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่า ในการให้ความร่วมมือ ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ รวมทั้งการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จเรียบร้อย ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ข้าพเจ้าขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชาวลิต คงแก้ว คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ ประธานกรรมการสอบ คุณจิรนนท์ พงษ์ปากเพียร เจ้าของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นกรรมการร่วมในการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำในการแก้ไข ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณะอาจารย์สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนาทุกท่าน ที่ให้ความรู้ ให้แนวคิด รวมทั้งการอบรม สั่งสอน และแนะแนวทาง อันเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในความสำเร็จ ในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณพนักงานในร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ ในการดำเนินกิจกรรมจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี รวมทั้งลูกค้าทุกท่านผู้ซึ่งให้รายละเอียดในการตอบ แบบสอบถาม ทำให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวที่ให้ความ ร่วมมือและให้กำลังใจตลอดมา

ประโยชน์อันเนื่องมาจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบบูชาคู่คุณพ่อ คุณแม่ที่ได้ให้ โอกาสและสนับสนุนผู้วิจัยมาโดยตลอด

ยุพดี ขวัญสกุล

มกราคม 2549

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(3)
Abstract.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(10)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ข้อดกลงเบื้องต้น.....	6
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ของการวิจัย.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
หลักวิชาเกี่ยวกับทฤษฎีระบบ.....	9
หลักวิชาเกี่ยวกับเทคนิคการวิจัยและพัฒนา.....	13
หลักวิชาการวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนา.....	16
ตัวแบบทางความคิดเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนา.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนการตลาด.....	35
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	43
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	45
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	47
แนวคิดเกี่ยวกับหัตถศาสตร์.....	48
การดำเนินยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดของร้านหัตถศิลป์ไทย.....	54

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	59
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	64
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	64
แผนแบบและขั้นตอนการวิจัย.....	65
เครื่องมือในการวิจัย.....	71
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	72
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
4 ผลการทดลอง.....	74
ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของการวิเคราะห์ปัญหาเชิงพัฒนา.....	74
ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของการเลือกปัญหาเป้า.....	76
ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของการกำหนดเป้าหมายของยุทธศาสตร์.....	76
ผลการตรวจสอบประสิทธิผลของหน่วยระบบทำงานของยุทธศาสตร์.....	82
ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของการใช้ทรัพยากรในบริบท.....	85
ผลของระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของร้าน.....	88
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	95
สรุปผลการวิจัย.....	98
อภิปรายผลการวิจัย.....	100
ข้อเสนอแนะ.....	105
บรรณานุกรม.....	106
ภาคผนวก.....	110
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	111
ภาคผนวก ข สถานที่ภายในร้าน.....	115
ภาคผนวก ค แผ่นพับ.....	119
ประวัติผู้วิจัย.....	121

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการที่ร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร เดือนธันวาคม 2546 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2547.....	2
2 แสดงคำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os).....	28
3 แหล่งข้อมูลและประเด็นการตรวจสอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่ม..... จำนวนผู้ใช้บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร.....	68
4 แสดงจำนวนลูกค้าก่อนและระหว่างทดลองใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด.....	77
5 เปรียบเทียบจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการก่อนและระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด.....	79
6 แสดงจำนวนรายได้ก่อนและระหว่างทดลองใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด.....	80
7 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ของร้านก่อนและระหว่างการใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด.....	82
8 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมของทรัพยากรในบริบทที่ใช้ในยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด.....	86
9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป.....	88
10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ.....	90
11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ.....	90
12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามการซื้อคอร์สการนวด.....	91
13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามเหตุผลที่มาใช้บริการ.....	91
14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ จำแนกตามความคิดเห็นในการใช้บริการครั้งต่อไป.....	92
15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ จำแนกรายชื่อ.....	92

16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อด้านพฤติกรรมพนักงาน จำแนกรายข้อ.....	93
17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อด้านสถานที่จำแนกรายข้อ.....	93
18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อการบริการจำแนกรายด้าน.....	94

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 โครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา.....	5
2 โครงสร้างทางความคิดที่แสดงคุณสมบัติของหน่วยระบบทำงาน.....	12
3 ลำดับขั้นตอนของกระบวนการวิจัยและพัฒนา.....	14
4 ตัวแบบทางความคิดเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนา.....	18
5 แสดงการจัดการประเภทธุรกิจการให้บริการตามเกณฑ์การใช้เครื่องมือและใช้ แรงงานคน.....	24
6 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของ ผู้บริโภค.....	30
7 กระบวนการวิจัยและพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้ บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร.....	57
8 กราฟแสดงจำนวนลูกค้าก่อนการใช้ยุทธศาสตร์ ระหว่างเดือนธันวาคม 2546 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2547 กับหลังการใช้ยุทธศาสตร์ระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือน ธันวาคม 2547.....	78
9 กราฟแสดงจำนวนรายได้ก่อนการใช้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดระหว่างเดือน ธันวาคม 2546 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2547 และระหว่างทดลองใช้ยุทธศาสตร์การ ส่งเสริมการตลาดระหว่างเดือนเมษายน 2547 ถึงเดือนธันวาคม 2547.....	81
10 โครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้ บริการของร้านหัตถศิลป์ไทย จังหวัดสมุทรสาคร.....	98