

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การเพิ่มผลประกอบการของร้าน
 สรุ่งโรจน์ คำวีสถกก่อสร้าง ตำบลหนองโสน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี เพื่อสร้างความพึงพอใจ
 ให้แก่ลูกค้าและเพื่อเปรียบเทียบรายได้ก่อนการทดลองใช้ยุทธศาสตร์กับหลังการทดลองใช้
 ยุทธศาสตร์การพัฒนา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าของร้าน จำนวน 129 ราย
 ตัวแปรอิสระสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ยุทธศาสตร์การเพิ่มผลประกอบการของร้าน การทดลองใช้
 ยุทธศาสตร์การเพิ่มผลประกอบการครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่เดือนสิงหาคม
 ถึงเดือนพฤศจิกายน รวมทั้งสิ้น 4 เดือน ตัวแปรตาม คือ รายได้ของร้านและความพึงพอใจของ
 ลูกค้า แผนแบบการทดลองในการวิจัยครั้งนี้ คือ แผนแบบการทดลองแบบการวัดก่อนและวัดหลัง
 แบบกลุ่มเดียว ใช้สำหรับเปรียบเทียบผลของรายได้ของร้านและแผนแบบการทดลองแบบการวัด
 หลังเพียงอย่างเดียว สำหรับใช้วัดผลความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าของร้าน เครื่องมือที่ใช้
 ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบบันทึกรายได้และแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า
 การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติ
 ทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า

1. ยุทธศาสตร์การเพิ่มผลประกอบการของร้าน มีหน่วยระบบทำงานหลัก คือ หน่วย
 ระบบการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มผลประกอบการและหน่วยระบบสร้างความพึงพอใจ
 ให้แก่ลูกค้าของร้าน
2. ความพึงพอใจของลูกค้าร้าน อยู่ในระดับที่มาก หลังการใช้ยุทธศาสตร์
3. รายได้ของร้าน หลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์สูงกว่าก่อนการทดลองใช้ยุทธศาสตร์
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

The objects of this research were to develop the strategy to increase profits of Sor Rungroj instructional material store, Nongsano Subdistrict, Muang District, Phetchaburi Province, to develop the satisfaction of customers, and to compare the incomes before and after the experiment using the strategy of development. The samples were 129 customers who came to buy the goods of the shop. The experiment using the strategy took entirely 4 months since August to November. The dependent variables were the income of the shop and the satisfaction of the customers. The experimental designs of this research were the pretest and posttest one group design for comparing the income of the shop and the posttest one group design for measuring the satisfaction of the customers. The incomes records and the questionnaires were used for collecting data. Data analyzing for this research were means, percentage, standard deviation, and t – test.

The research was found that

1. The main system units of the strategy to increase the business profits of the shop were the improving management system unit and enhancing the customer's satisfaction system unit.
2. The customer's satisfactions of the shop were in high level after providing the strategy.
3. The profit gained after implementing the strategy was significantly higher than that before the experiment.