

การวิจัยและทดลองยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก
เพื่อแข่งขันกับร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ :
กรณีศึกษา ร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก ตำบลทับสะแก
อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

An Experiment on Creation of the Strategy for Retail Shops'
Adaptation to Compete Convenience Stores and Supermarket:
Case Study of Thabsakae Sub - district,Thabsakae District,
Prachuap Khiri Khan

ไกล่รุ่ง หนูขลิบ

Klairung Nuklib

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

Master of Arts Thesis in Development Strategy

Rajabhat Phetchaburi University

2549

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ISBN 974-7168-18-9

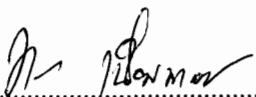
ชื่อวิทยานิพนธ์ การวิจัยและทดลองยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก
เพื่อแข่งขันกับร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ : กรณีศึกษา
ร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก ตำบลทับสะแก อำเภอทับสะแก
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

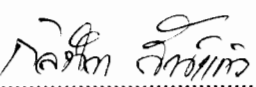
ผู้วิจัย นางสาวไอลิ่ง หนูชลี

สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การพัฒนา

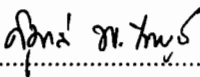
คณะกรรมการที่ปรึกษา

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนู อุดมเวช)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทวีพร เนียมมาลัย)

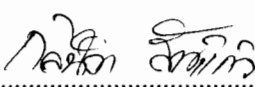
.....กรรมการ
(อาจารย์กัลณิศา สังข์แก้ว)

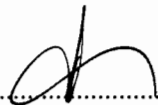
คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.สุมาลี พงศ์ติยะไพบุลย์)

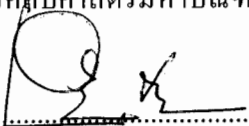
.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนู อุดมเวช)

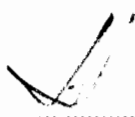
.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทวีพร เนียมมาลัย)

.....กรรมการ
(อาจารย์กัลณิศา สังข์แก้ว)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(อาจารย์สุวัฒนา คชพลายุกต์)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เชาวลิต คงแก้ว)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกศักดิ์ บุตรลับ)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ชื่อวิทยานิพนธ์ การวิจัยและทดลองยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กเพื่อแข่งขันกับร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ : กรณีศึกษา ร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก ตำบลทับสะแก อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัย นางสาวไกล่รุ่ง หนูขลิบ สาขาวิชา ยุทธศาสตร์การพัฒนา พ.ศ. 2549

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนารูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก อำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้สามารถแข่งขันกับการขยายตัวของร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และศึกษาผลการทดลองใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ตัวแปรกระทำการศึกษาคือ ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ตัวแปรตามประกอบด้วย ยอดขาย จำนวนลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้า โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ ร้านค้าในตลาดทับสะแก จำนวน 10 ร้าน และลูกค้าจำนวน 400 คน ดำเนินการทดลองโดยเก็บข้อมูลก่อนและหลังใช้ยุทธศาสตร์ แล้วนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบบันทึกยอดขาย แบบบันทึกจำนวนลูกค้า แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติไคสแควร์ การทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กเป็นยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 4 หน่วยระบบทำงาน ได้แก่
 - 1.1 การรวมกลุ่มร้านค้าปลีก ศึกษาดูงานจากคู่แข่งทางการค้า
 - 1.2 การจัดรูปแบบร้านให้สะดวก สะอาด และน่าสนใจ
 - 1.3 การจัดหาแหล่งซื้อสินค้าที่มีต้นทุนต่ำ คุณภาพสมราคา
 - 1.4 การส่งเสริมการขาย
2. ผลการทดลองรูปแบบการปรับตัวของร้านค้าปลีกที่เป็นยุทธศาสตร์ พบว่า
 - 2.1 ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก มียอดขายสินค้าสูงกว่าก่อนการใช้ยุทธศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
 - 2.2 ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก มีจำนวนลูกค้ามากกว่าก่อนการใช้ยุทธศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
 - 2.3 ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแกมีความพึงพอใจของลูกค้า สูงกว่าก่อนการใช้ยุทธศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

Thesis Title : An Experiment on Creation of the Strategy for Retail Shops' Adaptation to Compete Convenience Stores and Supermarkets. : Case study of Thabsakae Sub-district, Thabsakae District, Prachuap Khiri Khan Province. **Researcher :** Miss Kairung Nuklib
Major : Development Strategy **Year :** 2006

Abstract

The purposes of this research were to develop the readjusted model of retail shops in Thabsakae market, Thabsakae District, Prachuap Khiri Khan Province, to compete expansion of convenience stores and supermarkets, and to study the result of using the readjusted model strategy of retail shops. The independent variables were value, customer quantity, and customer's satisfaction. Data was collected from 2 groups of samples, which were 10 retail shops, and 400 customers. The experimental was conducted by collecting data before and after using the strategy, then compared the data. The tools for data collection were sale records, customer's instruments were sale records, customer's satisfaction questionnaire. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, and t – test statistic.

The research findings were :

1. The retail shops readjusted model strategy comprised of 4 working systems :

- 1.1 Making a group of retail shops clustering for opponent study tour.
- 1.2 Shops adjustment for cleanliness, convenience, and interesting remodelling.
- 1.3 Finding of reasonable prize and unexpensive goods.
- 1.4 Marketing.

2. Findings of the retail shop readjusted strategy experiment were :

2.1 The retail shops in Thabsakae market had higher sale value than before using the strategy, with statistically significant level at .01.

2.2 The retail shops in Thabsakae market had higher quantity of customers than before using the strategy, with statistically significant level at .01.

2.3 The retail shops in Thabsakae market had higher customer's satisfaction than before using the strategy, with statistically significant level at .01.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนู อุดมเวช ประธานกรรมการที่ปรึกษา ซึ่งกรุณาให้คำแนะนำขั้นตอนในการค้นคว้าวิจัย และการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนสำเร็จด้วยความเรียบร้อย ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ทวีพร เนียมมาลัย อาจารย์กัลลณี สัจจ์แก้ว อาจารย์เชิดชัย ชูระแพง กรรมการสอบที่กรุณาแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณอาจารย์สุวัฒนา คชพลายุกต์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้ความช่วยเหลือทางด้านข้อมูล รวมทั้งขอบคุณเจ้าของร้านค้าในตลาดนัดสะพานที่กรุณาให้ความร่วมมือในการทดลองและข้อมูลเกี่ยวกับการค้าในงานวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.เฉลียว บุรีภักดิ์ ที่ได้ให้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา ได้รับความกรุณาจาก ดร.สุมาลี พงศ์ติยะไพบูลย์ ที่ชี้ให้เห็นวิธีการศึกษาพัฒนาการวิจัยและแนวทางในการพัฒนายุทธศาสตร์ที่ใช้แก้ไขปัญหาของการวิจัยและให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ความดีของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขออุทิศให้คุณพ่อผูก หนูขลิบ ที่ท่านกรุณาเสียสละความสุขส่วนตัว เพื่อสร้างฐานะครอบครัวให้บุตรและธิดาได้รับการศึกษา รวมทั้งมอบความภูมิใจให้คุณแม่ถวิล หนูขลิบ ที่เป็นกำลังใจ และให้ความสนับสนุนมาโดยตลอดเพื่อความสำเร็จ

ไกล่รุ่ง หนูขลิบ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	(3)
Abstract.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(10)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	8
2 เอกสารงานและวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
หลักวิชาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนา.....	9
แนวทางการทำวิทยานิพนธ์แบบวิจัยและพัฒนา.....	14
หลักวิชาเกี่ยวกับทฤษฎีระบบ.....	16
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน.....	18
สภาพบริบททั่วไปของตลาดหับสะแก.....	21
หลักการตลาด.....	22
กลยุทธ์ทางการตลาด.....	34
การค้าปลีก.....	38
พฤติกรรมผู้บริโภค.....	47
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56

3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	60
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	60
	แผนแบบการวิจัย.....	61
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	69
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
4	ผลของการวิจัย.....	72
	ผลการทดลองใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก.....	75
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	88
	สรุปผลการวิจัย.....	85
	อภิปรายผลการวิจัย.....	93
	ข้อเสนอแนะ.....	99
	บรรณานุกรม.....	101
	ภาคผนวก.....	104
	ภาคผนวก ก ประมวลภาพสภาพตลาดทับสะแก.....	105
	ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	108
	ประวัติผู้วิจัย.....	120

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ประเภทของสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองเป้าหมายส่วนบุคคล.....	28
2.2 ตัวชี้วัดความพึงพอใจร้านค้าและตราสินค้า.....	55
3.1 หน่วยระบบทำงานที่ 1 การรวมกลุ่มร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ศึกษาดูงานจากคู่แข่งทาง การค้า.....	64
3.2 หน่วยระบบทำงานที่ 2 จัดรูปแบบร้านให้สะอาด สะดวก และน่าสนใจ.....	66
3.3 หน่วยระบบทำงานที่ 3 จัดหาแหล่งซื้อสินค้าที่มีต้นทุนต่ำคุณภาพสมราคา.....	67
3.4 หน่วยระบบทำงานที่ 4 การส่งเสริมการขาย.....	68
4.1 จำนวนรายได้ก่อนการทดลอง ระหว่างทดลอง และหลังการทดลอง ตั้งแต่เมษายน 2547 ถึงมิถุนายน 2548.....	75
4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ทั้ง 10 ร้านที่ร่วมโครงการจำแนก ตามช่วงเวลาก่อนการทดลอง ระหว่างการทดลอง และหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ การปรับตัวของร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก	76
4.3 จำนวนความถี่ของลูกค้ายกก่อนทดลอง ระหว่างทดลอง และหลังการทดลอง ตั้งแต่เมษายน 2547 - มิถุนายน 2548	78
4.4 จำนวนความถี่ของลูกค้าในตลาดทับสะแก และค่าไค-สแควร์ จำแนกตามช่วงเวลา ก่อนการทดลอง ระหว่างการทดลอง และหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์	79
4.5 ความถี่ ร้อยละของลูกค้าร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก จำนวน 10 ร้านที่ สมัครใจเข้าร่วมงานวิจัยทดลองยุทธศาสตร์การปรับตัว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของ ลูกค้า.....	80
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการปรับตัวด้าน ตกแต่งร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก จำแนกก่อนและหลังใช้ยุทธศาสตร์.....	83
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการปรับตัวด้าน ตัวผลิตภัณฑ์และราคาสินค้าของร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก จำแนกก่อนและหลัง ใช้ยุทธศาสตร์	84
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการปรับตัวด้าน การส่งเสริมการขายในตลาดทับสะแก จำแนก ก่อนและหลังใช้ยุทธศาสตร์.....	85
4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการปรับตัวด้าน การบริการของร้านค้าปลีกในตลาดทับสะแก จำแนกก่อนและหลังใช้ยุทธศาสตร์	86

4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและความพึงพอใจของผู้มาติดต่อกับร้านทั้ง 10
ร้าน ก่อนและหลังการทดลองใช้ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าขนาดเล็กในตลาด
ห้วยสะแก จำแนกตามรายด้าน..... 87

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 แผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบจุดเด่นของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และร้านค้าปลีกขนาดเล็ก	2
1.2 โครงสร้างทางความคิดเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนา.....	3
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2.1 ตัวแบบทางความคิดว่าด้วยยุทธศาสตร์การพัฒนา.....	10
2.2 ลำดับขั้นตอนของกระบวนการวิจัยและพัฒนา.....	14
2.3 ลำดับขั้นตอนต่างๆของมาสโลว์	19
2.4 รูปแบบจำลองของกระบวนการจูงใจ	20
2.5 กระบวนการแลกเปลี่ยนของการตลาด	23
2.6 แสดงความสัมพันธ์ของ 4Ps ที่กิจการใช้กับ 4 Cs ที่สัมพันธ์กับผู้บริโภคหรือลูกค้า.....	25
2.7 กระบวนการเลือกร้านค้า	51
3.1 การวิจัยทดลองการปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก เพื่อแข่งขันกับร้านสะดวกซื้อและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่.....	61
4.1 ยุทธศาสตร์การปรับตัวของร้านค้าปลีกขนาดเล็กในตลาดทับสะแก.....	72