

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247537

แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็ก
ในอำเภอธรรมาภิ อินทวัชร์เชียงใหม่

เรื่องรอง นันทิ

ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาอาชีวศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2554

600252 219

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247537

แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็ก
ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่



เรืองรอง นันติ

วิทยานิพนธ์นี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาอาชีวศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ตุลาคม 2554

แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็ก
ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

เรื่องรอง นันติ

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาอาชีวศึกษา

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ


.....

รองศาสตราจารย์ปภัศสร ผลเพิ่ม

รองศาสตราจารย์มณูญ สุตีคา


.....กรรมการ

รองศาสตราจารย์มณูญ สุตีคา


.....กรรมการ

รองศาสตราจารย์พลสิทธิ์ สีทธิขมภู

28 ตุลาคม 2554

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ มนูญ สุติศา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ช่วยดูแลให้คำแนะนำ ตรวจสอบปรับปรุงแก้ไข และให้คำปรึกษาตลอดจนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำวิทยานิพนธ์ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงได้รับความร่วมมือจากร้านค้าปลีกในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่และผู้รอกแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาช่วยให้ความคิดเห็นเพื่อให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาอาชีวศึกษาทุกท่านที่ให้ความรู้และประสบการณ์ ตลอดจนระยะเวลาในการศึกษาและรองศาสตราจารย์ ดร.เกียรติสุดา ศรีสุข ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ได้ให้ความกรุณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมทำให้เครื่องมือมีคุณภาพมากขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ พ.ต.สุทัศน์ นันติ ผู้เป็นบิดา นางกรรณิการ์ นันติ ผู้เป็นมารดา ที่เลี้ยงดูสั่งสอน และสนับสนุน คอยให้ความรัก กำลังใจเสมอมา ตลอดจนขอขอบคุณ พี่ๆ น้องๆ และเพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโท รุ่นที่ 14 ทุกท่านที่ให้กำลังใจและความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ตลอดระยะเวลาในการศึกษาด້วยดีเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแก่บิดา มารดา บรรพบุรุษทุกท่าน คณาจารย์ที่อบรมให้ความรู้และประสบการณ์แก่ผู้วิจัยตลอดมา

เรื่องรอง นันติ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบอาชีพธุรกิจร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่
ผู้เขียน	นางสาวเรืองรอง นันติ
ปริญญา	ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (อาชีวศึกษา)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์มณูญ สุดีคา

บทคัดย่อ

247537

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางการปรับตัวทางการค้าของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ในการประกอบอาชีพร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่ส่งผลต่อการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก จำนวน 24 ราย และแบบสอบถามสำหรับผู้บริโภค จำนวน 120 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการปรับตัว เนื่องจาก ยอดขายของร้านลดลง ไปจากเดิม ดังนั้นผู้ประกอบการต้องรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้ารายใหม่ ศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี สินค้าต้องมีความทันสมัยและหลากหลาย ขายสินค้าในราคาที่ไม่เอาเปรียบลูกค้า มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายเพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้า ทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการของร้าน เพื่อให้ร้านค้าดำรงอยู่และสามารถพัฒนาดำเนินกิจการอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุดต่อไป

ปัญหาของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก คือ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ ไม่มีเงินทุนหมุนเวียนจึงทำให้ไม่สามารถขายสินค้าได้ในราคาที่เท่ากับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ไม่มีอำนาจการต่อรองกับผู้ผลิตและจำหน่าย ไม่มีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์

Thesis Title	Guidelines for Adjustment of Small Retail Store Entrepreneurs in Saraphi District, Chiang Mai Province
Author	Ms. Rueangrong Nanti
Degree	Master of Education (Vocational Education)
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Manoon Sutika

ABSTRACT

247537

The objective of this research was to study the guidelines for adjustment of small retail store entrepreneurs, including problem and recommendation, regarding to the small retail store management that affect to the adjustment of small retail store entrepreneurs in Saraphi District, Chiang Mai Province. The data was collected by interviewing 24 entrepreneurs and by questionnaire for 120 consumers. The data was analyzed by percentage, mean, standard deviation and the descriptive analysis of the contents of the lecture.

The research was found that most of entrepreneurs had to adjust according to the sale volumes were decreased from as usual. Consequently, the entrepreneurs have to retain the existing customers and increase the new customer, including study and analyze the customer requirement, by managing good relationship, providing the modern and various products, pricing as reasonable and offering the sales promotion for attracting customer to revisit the retail store, in order to retain the retail store and able to develop the business running efficiently which totally match with the customers' requirement and satisfaction.

The small retail stores' problems are the business management is not acknowledged, the less of capital cannot be provided the sale price to be as same as the sale price of larger retail store, there is lack of bargaining power of supplier and there is no advertisement.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าปลีก	6
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัว	21
แนวคิดทฤษฎีด้านการตลาด	29
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	35
บริบทร้านค้าปลีกในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	47
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	47
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	47
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
การวิเคราะห์ข้อมูล	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	51
ตอนที่ 1 แนวทางการปรับตัวทางการค้าของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ขนาดเล็ก ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่	51
ตอนที่ 2 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ ในการประกอบอาชีพ ร้านค้าปลีกขนาดเล็กที่ส่งผลต่อการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีก ขนาดเล็ก ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่	69
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	81
สรุป	81
อภิปรายผล	86
ข้อเสนอแนะ	89
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	92
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ	93
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ	95
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการขอข้อมูล	97
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล	110
ภาคผนวก จ กรอบการสัมภาษณ์	112
ภาคผนวก ฉ แบบสอบถาม	120
ภาคผนวก ช เกียรติบัตร	127
ประวัติผู้เขียน	129

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนซื้อร้านค้าของผู้ให้สัมภาษณ์	52
2 จำนวนสถานะของผู้ให้สัมภาษณ์	53
3 จำนวนระดับการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์	54
4 จำนวนระดับประสบการณ์ในการทำธุรกิจค้าปลีกของผู้ให้สัมภาษณ์	55
5 จำนวนพนักงานในร้านของผู้ให้สัมภาษณ์	56
6 จำนวนเวลาเปิด – ปิดร้านของผู้ให้สัมภาษณ์	57
7 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	58
8 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	59
9 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	60
10 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	61
11 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	63
13 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	64
14 จำนวนและร้อยละของร้านค้าที่ผู้บริโภคใช้บริการเป็นประจำ	65
15 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดเล็ก	66
16 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า	67
17 จำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการซื้อสินค้า	68
18 จำนวนและร้อยละของการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง	71
19 จำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการซื้อสินค้าประเภทต่างๆ	71
20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าจากร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ด้านผลิตภัณฑ์	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าจากร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ด้านราคา	72
22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าจากร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	73
23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าจากร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ด้านการส่งเสริมการตลาด	74