

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RD 3/006/2552

243388

ชื่อโครงการ : ผลกระทบด้านเศรษฐกิจของร้านขายของชำต่อการเปิดห้างสรรพสินค้าและ
ร้านมินิมาร์ทในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชื่อนักวิจัย : วีรวัธ ปิ่นชุมพลแสง

เพื่อหาแนวทางการปรับกลยุทธ์ในการแข่งขันทางการตลาดกับร้านมินิมาร์ท ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญต่อการศึกษาผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของร้านขายของชำที่มีต่อการเปิดห้างสรรพสินค้าและร้านมินิมาร์ทในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจของร้านขายของชำ หาแนวทางการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและการบริหารจัดการ รวมถึงการศึกษาทัศนคติทางการตลาดที่มีต่อความได้เปรียบร้านมินิมาร์ทของร้านขายของชำเพื่อการแข่งขันในอนาคตต่อไป ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจของร้านขายของชำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99.995 โดยมีผลกระทบเศรษฐกิจลดลง ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ $-3,557.85$ และมีปัจจัย 6 ปัจจัยที่มีผลต่อด้านเศรษฐกิจของร้านขายของชำ ได้แก่ วงเงินที่ใช้ในการซื้อของเข้าร้านค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.08 ความแตกต่างของวงเงินซื้อของเข้าร้านระหว่างก่อนและหลังการเข้ามาของห้างสรรพสินค้าและร้านมินิมาร์ทในชุมชนค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.07 ค่าจ้างแรงงานภายในร้านค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.67 กำไรต่อชิ้นโดยเฉลี่ยค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 120.76 ความแตกต่างของความถี่ในการซื้อของเข้าร้านระหว่างก่อนและหลังการเข้ามาของห้างสรรพสินค้าและร้านมินิมาร์ทในชุมชน ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 226.86 และปัจจัยด้านความแตกต่างของยอดขายต่อเดือนระหว่างก่อนและหลังการเข้ามาของห้างสรรพสินค้าและร้านมินิมาร์ทในชุมชนค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.27 ความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบต่อเศรษฐกิจของร้านขายของชำกับปัจจัยต่างๆ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญร้อยละ 95.88 ผลการศึกษาด้านการหาแนวทางการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและการบริหารจัดการ พบว่าพฤติกรรมของร้านขายของชำให้ความสำคัญกับร้านค้าส่งที่ซื้อสินค้าเข้าร้าน มีความสดใหม่ มีคุณภาพ แต่ไม่ดีตรงที่ต้องไปรับสินค้ามาเองไม่มีจัดส่งฟรี ผลการศึกษาด้านทัศนคติทางการตลาดต่อข้อได้เปรียบของร้านขายของชำที่มีต่อการแข่งขันในธุรกิจร้านค้าปลีกในปัจจุบัน พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการได้เปรียบของร้านขายของชำที่มีต่อการเปิดห้างสรรพสินค้าและร้านมินิมาร์ทในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความพึงพอใจในเกณฑ์มาก

E-mail Address : veerawans@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ : ตุลาคม พ.ศ.2552 – กันยายน พ.ศ.2553

ABSTRACT

Code of project : RD 3/006/2552

243388

Project name : ECONOMIC EFFECTIVE OF GROCERY STORE DUE TO OPENING OF
DEPARTMENT STORE AND MINIMART IN LOCAL AREA OF HUAHIN
DISTRICT AT PRACHUBKHIRIKHAN PROVINCE

Researcher name : Veerawan Pinchonpholsang

This research is survey research and analyzes quantitative research. Population is entrepreneurs of grocery stores in HuaHin at Prachubkhirikhun, purposive sampling is 299 persons. The methodology research is multiple regression model at significant 99.995%. The study found that there are six factors to economic effectiveness for grocery stores of statistical significant has reliability at a level of 99.99% which has economic effectiveness decreasing, the coefficient value is -3,557.85. There are six factors impacting to those old grocery stores. Those are the amount of money to buy commodity which has coefficient value at 0.0766, the difference of the money between before and after the entrance of department stores and mini-marts to the community which has coefficient value at 0.07, the wages of labor in grocery stores have coefficient value at 0.67, an average profit per piece has coefficient value at 120.76, the difference of frequency per time to buy commodity of supplier shops between before and after the entrance of department stores and mini-marts has coefficient value at 226.86, the difference factors of income per month between before and after the entrance of department stores and mini-marts to the community has coefficient value at 0.27, the correlation between the economic effectiveness of grocery stores and the six factors has reliable statistical significant at 95.88%. The study result of finding the way to adjust marketing and management strategy found that the behavior of the grocery stores see importance of the supplier shops where the goods is fresh and has quality but they see that it is not convenient to transfer themselves the goods. The study result of marketing attitudes to the advantage of the grocery stores in the retailing competition on nowadays found that marketing campaign is the most important factors to get advantage of the grocery stores to the departments and mini-marts in HuaHin district, Prachubkhilikhun. There is a high satisfaction.

E-mail Address : veerawans@hotmail.com

Period of project : October, 2009–September, 2010