



กลยุทธ์การจัดการความต้องการของผู้ประกอบการในการประกอบการธุรกิจค้าปลีก

ประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Strategic Management and Entrepreneurs Needs in the Retailing of

Convenience Stores in Hatyai Municipality Songkhla Province

ปิยมาศ ศรีประสิทธิ์¹ และ อนิวัช แก้วจันทน์²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, piyamad25122531@gmail.com

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, antonythai8@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการและกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ประกอบการกับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 260 คน ได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .924 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการของผู้ประกอบการ ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อพบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ส่วนความสำคัญของกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ ในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ประกอบการกับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวม พบว่า ไม่สัมพันธ์กัน

คำสำคัญ: ความต้องการ, กลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจ, ร้านค้าปลีกประเภทสะดวกซื้อ

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study entrepreneurial needs and business strategies of retail business: convenience stores in area of Hat Yai district, Songkhla province, and 2) to analyze correlation between entrepreneurial needs and business strategies of retail business: convenience stores in area of Hat Yai district, Songkhla province. Research sample consisted of 260 entrepreneurs who run the convenience stores in area of Hat Yai district, Songkhla province. The sample size was calculated from Yamane Formula. Questionnaires of which reliability .924, were used for data collection. Analytical statistics were percentage, mean, and Pearson's Correlation Coefficient.



The research revealed that: 1) the entrepreneurial needs both entirely and each aspect were at high level. 2) The importance of business strategies for the convenience stores, the study found that the entrepreneurs realized for the importance of the strategies at high level, both entirely and each aspect. 3) The correlation between entrepreneurial needs and business strategies of retail business: convenience stores in area of Hat Yai district, the research found that the in general, there is no relationship.

Keywords: Requirements, business strategy, convenience store

1. บทนำ

ปัจจุบัน ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่นักลงทุนหรือผู้ประกอบการให้ความสนใจที่จะจัดตั้งธุรกิจเป็นอย่างมาก มีผลมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ส่งผลให้ประชาชนมีชีวิตเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีกำลังซื้อมากขึ้น สำหรับในปี 2560 ธุรกิจมีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่ดีสามารถขยายตัวได้ร้อยละ 2.97 จากมาตรการการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐ เช่น มาตรการลดหย่อนภาษีจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ และมาตรการ “ช้อปช่วยชาติ” จึงส่งผลให้การบริโภคภาคเอกชนทยอยฟื้นตัวและปรับตัวดีขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการค้าปลีกต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการแข่งขันอย่างเข้มข้น เช่น การเพิ่มความหลากหลายของสินค้า การพัฒนารูปแบบร้านค้าให้มีความหลากหลาย มีบริการเสริมต่างๆ ที่ครบวงจร (One-Stop Services) เพื่อสร้างความโดดเด่นและแตกต่างในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งปัจจุบันภาครัฐได้มีการดำเนินการและให้ความช่วยเหลือสนับสนุนให้ประชาชนที่สนใจทำธุรกิจสามารถประกอบอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจได้ ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) นับว่าเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างยอดขายและทำกำไรได้ดี มีอัตราการหมุนเวียนของสินค้าสูง ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ เน้นการขยายสาขาโดยร้านสาขาจะเน้นการบริการตนเอง จะมีที่ตั้งในแหล่งชุมชนที่มีการคมนาคมสะดวก สินค้าที่วางจำหน่ายเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน มีการบริการที่เน้นความสะดวกสบายในการใช้บริการของผู้บริโภค ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่มีนักลงทุนชาวไทยเป็นเจ้าของ ถึงแม้ว่าจะมีผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อมากมายในปัจจุบัน แต่การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ผู้ประกอบการจึงต้องอาศัยการวางแผนกลยุทธ์ ทางการตลาดและดำเนินการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถปรับกลยุทธ์เชิงรุกและเชิงรับให้ทันกับสถานการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบกับการหาแนวทางการสร้างรายได้เปรียบจากคู่แข่งขั้นเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ดูแปลกใหม่อยู่เสมอ ซึ่งกลยุทธ์ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดแรกเริ่มและกลยุทธ์การสร้างพลังนอกจากผู้ประกอบการจะใช้กลยุทธ์เป็นเครื่องมือ ในการบริหารจัดการแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีความต้องการของ Alderfer และทฤษฎีความต้องการของ McClelland โดยความต้องการเป็นพลังขับเคลื่อนในการดำเนินธุรกิจไปข้างหน้าอย่างเต็มกำลังความสามารถ นำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ความต้องการในที่นี้ ได้แก่ ความต้องการด้านการดำรงชีวิต ความต้องการด้านความสัมพันธ์ ความต้องการด้านความก้าวหน้า ความต้องการด้านอำนาจและความต้องการด้านความสำเร็จจากความสำเร็จดังกล่าวยังขึ้น



ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษากลยุทธ์การจัดการกับความต้องการของผู้ประกอบการในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เนื่องจากกลยุทธ์เป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สามารถทำให้ธุรกิจยั่งยืนและเติบโตในระยะยาว

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการและกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ประกอบการกับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3. การดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่จดทะเบียนพาณิชย์ ณ วันที่ 30 ตุลาคม 2560 จำนวน 729 คน (สำนักงานจดทะเบียนพาณิชย์ เทศบาลนครหาดใหญ่, 2560)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 260 คน ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามานะ (Yamane) (ประสพชัย พลสุนนท์, 2553 : 41; อ้างอิงจาก Yamane, 1967 : 727-728) โดยมีความคาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 และทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยได้สร้างแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้ประกอบการ ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ซึ่งจำแนกเป็น 5 ด้านได้แก่ ด้านการดำรงชีวิต ด้านความสัมพันธ์ ด้านความก้าวหน้า ด้านอำนาจ ด้านความสำเร็จ ข้อคำถามจำนวน 25 ข้อ ข้อคำถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	มีความต้องการในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความต้องการในระดับมาก
3	หมายถึง	มีความต้องการในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความต้องการในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความต้องการในระดับน้อยที่สุด



ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดแรกเริ่ม และกลยุทธ์การสร้างพลัง ข้อคำถาม จำนวน 18 ข้อ ข้อคำถามลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ให้ความสำคัญในระดับมาก
3	หมายถึง	ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ให้ความสำคัญในระดับน้อย
1	หมายถึง	ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

3. ขั้นตอนสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถาม
2. กำหนดกรอบแนวคิด เพื่อใช้สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการกับความต้องการของผู้ประกอบการ ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อประธาน และกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity)
5. นำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแล้วมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruency : IOC) โดยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป มาใช้เก็บข้อมูล
6. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และส่งประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้งเพื่อตรวจสอบในครั้งสุดท้าย
7. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ (Pilot Test) เพื่อแสดง Reliability กับกลุ่มผู้ประกอบการ ในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จำนวน 30 คน
8. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach's Reliability Coefficient Alpha) เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงค่าความคงที่ของแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีความเชื่อเท่ากับ .924 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง
9. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แล้วนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย จำนวน 260 ชุด

4. สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)



4. ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ปัจจัยด้านความต้องการของผู้ประกอบการ ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ

การวิเคราะห์ระดับความต้องการของผู้ประกอบการ ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความต้องการของผู้ประกอบการ ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในภาพรวม และรายด้าน

ด้านที่	ความต้องการของผู้ประกอบการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1	ด้านการดำรงชีวิต	4.08	0.43	มาก	5
2	ด้านความสัมพันธ์	4.18	0.43	มาก	3
3	ด้านความก้าวหน้า	4.18	0.50	มาก	2
4	ด้านอำนาจ	4.19	0.44	มาก	1
5	ด้านความสำเร็จ	4.15	0.46	มาก	4
	รวม	4.12	0.39	มาก	-

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความต้องการของผู้ประกอบการ ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12, S.D. = 0.39$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านอำนาจ ($\bar{X} = 4.19, S.D. = 0.44$) รองลงมาคือ ด้านความก้าวหน้า ($\bar{X} = 4.18, S.D. = 0.50$) ด้านความสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.18, S.D. = 0.43$) ด้านความสำเร็จ ($\bar{X} = 4.15, S.D. = 0.46$) ด้านการดำรงชีวิต ($\bar{X} = 4.08, S.D. = 0.43$) อยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ตามลำดับ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์กลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในภาพรวมและรายด้าน

กลยุทธ์ที่	กลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ	\bar{X}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1	กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง	4.18	0.51	มาก	1
2	กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ	4.17	0.45	มาก	2
3	กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดแรกเริ่ม	4.17	0.43	มาก	3
4	กลยุทธ์การสร้างพลัง	4.13	0.45	มาก	4
	รวม	4.15	0.35	มาก	-



จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในภาพรวม และรายกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15, S.D. = 0.35$) เมื่อพิจารณาเป็นรายกลยุทธ์ พบว่า กลยุทธ์ที่อยู่ในระดับมาก ลำแรก คือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 4.18, S.D. = 0.51$) รองลงมาคือ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ($\bar{X} = 4.17, S.D. = 0.45$) กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดแรกเริ่ม ($\bar{X} = 4.17, S.D. = 0.43$) และกลยุทธ์การสร้างพลัง ($\bar{X} = 4.13, S.D. = 0.45$) อยู่ใน ระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ตามลำดับ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ประกอบการกับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ประกอบการกับกลยุทธ์ในการประกอบการ ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ประกอบการกับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวม

ความต้องการของผู้ประกอบการ	กลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจ				
	Sig.	ผล	r	ระดับ	ทิศทาง
ด้านการดำรงชีวิต	0.315	ไม่สัมพันธ์	-	-	
ด้านความสัมพันธ์	0.007*	สัมพันธ์	0.166	ต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านความก้าวหน้า	0.102	ไม่สัมพันธ์	-	-	
ด้านอำนาจ	0.009*	สัมพันธ์	0.163	ต่ำมาก	เดียวกัน
ด้านความสำเร็จ	0.045*	สัมพันธ์	0.125	ต่ำมาก	เดียวกัน
รวม	0.081	ไม่สัมพันธ์	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ประกอบการกับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจ ค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของ เพียร์สัน (Pearson's Correlation) จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ไม่สัมพันธ์กัน เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์เป็นราย ด้าน พบว่า ค่าความสัมพันธ์ลำดับแรกคือ ด้านความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภท ร้านสะดวกซื้อ มีค่าความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก ($r = 0.166$) รองลงมาคือ ด้านอำนาจกับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจ ค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ มีค่าความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก ($r = 0.163$) และด้านความสำเร็จกับกลยุทธ์ในการ ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ มีค่าความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก ($r = 0.125$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ตามลำดับ

5. การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาผู้วิจัยอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากคือ ด้านอำนาจ



รองลงมาคือ ด้านความก้าวหน้า ด้านความสัมพันธ์ ด้านความสำเร็จ และด้านการดำรงชีวิต อยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้ายตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความต้องการของผู้ประกอบการเป็นความรู้สึกทางด้านจิตใจที่เกิดจากแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการขับเคลื่อนธุรกิจ โดยที่ผู้ประกอบการมีความต้องการจะบรรลุเป้าหมายของตนเอง โดยทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จที่เหนือกว่าคู่แข่งและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค สอดคล้องกับแนวคิดของชนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ (2550 : 142-143) กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการของ McClelland (McClelland's Acquired-Needs Theory) ว่าได้รับการพัฒนาขึ้นโดย David C. McClelland ซึ่งกล่าวว่า ความต้องการอำนาจ เป็นความต้องการที่มีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น รวมถึงอำนาจในการควบคุมบุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูงจะต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น เป็นกลุ่มที่แสวงหาหรือค้นหาวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด ชอบสอนและชอบพูดในที่ชุมชน ชอบการแข่งขันเพื่อให้สถานภาพสูงขึ้น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของนรภัทร สถานสถิต (2555 : 85-88) ได้ศึกษาความต้องการใช้บัณฑิตสาขาธุรกิจค้าปลีกของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ความต้องการใช้บัณฑิตของสถานประกอบการโดยรวม มีระดับความต้องการมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สถานประกอบการธุรกิจค้าปลีก มีความต้องการ ด้านทักษะการประกอบอาชีพ และด้านความรู้ มีระดับความต้องการมาก ตามลำดับ และด้านความสามารถเชิงวิชาการ มีระดับความต้องการปานกลาง

2. ผลการศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในภาพรวมและรายด้านระดับความสำคัญของกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายกลยุทธ์ พบว่า กลยุทธ์ที่อยู่ในระดับมากคือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง รองลงมาคือ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดแรกเริ่ม และกลยุทธ์การสร้างพลัง อยู่ในระดับมากเป็นลำดับสุดท้าย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจค้าปลีก กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดแรกเริ่มและกลยุทธ์การสร้างพลัง และได้้นำแนวทางของกลยุทธ์ ดังที่กล่าวมาปรับใช้ในการวางแผนในธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2550 : 168-188) กล่าวว่า กลยุทธ์ระดับธุรกิจว่าในการทำธุรกิจนั้น บริษัทจะต้องสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งจะต้องมีความยั่งยืนเพื่อความอยู่รอดและผลกำไรในระยะยาวของบริษัท กลยุทธ์ในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นจะขึ้นอยู่กับทางเลือกในการกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท แนวคิดของอนิวัช แก้วจันทน์ (2558 : 109) กล่าวว่า กลยุทธ์ในการจัดการธุรกิจเป็นวิธีดำเนินงานขององค์กร โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงสถานะการแข่งขันของธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน วิธีดังกล่าวต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ระดับองค์กร การกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจมีความจำเป็นต้องเข้าใจถึงแนวคิดสำคัญ 2 เรื่องคือ (1) แนวคิดเรื่องหน่วยกลยุทธ์ระดับธุรกิจและ (2) การเลือกกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ประกอบการกับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของผู้ประกอบการด้านความสัมพันธ์ ด้านอำนาจ และด้านความสำเร็จกับกลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการได้ปรับใช้กลยุทธ์ในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อโดยนำกลยุทธ์เรื่องการสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดแรกเริ่มและกลยุทธ์การสร้างพลัง มาปรับใช้ในการวางแผนบริหารร้านค้าปลีกประเภทร้าน



สะดวกซื้อ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กันสอดคล้องแนวคิดของอำนาจ วีระวิช (2549 : 32-38) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะที่ดีของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความมุ่งมั่น และความพยายาม เช่น การอุทิศตนต่อความสำเร็จในการประกอบการ ทำให้สามารถเอาชนะต่ออุปสรรคและความพ่ายแพ้ทั้งปวง ความคิดริเริ่มและความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการคือผู้ที่มีความคิดเห็นอย่างอิสระและมีความเป็นนักนวัตกรรมในตัวเองสูง นักวิจัยส่วนใหญ่ยอมรับว่าผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพจะทำการค้นหาและริเริ่มสิ่งต่างๆอย่างแข็งขัน นอกจากนั้นในการประกอบการให้ประสบผลสำเร็จนั้นบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อส่วนบุคคลในระดับสูงต่อผลลัพธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งในความรับผิดชอบต่อผลดังกล่าวรวมถึงเงินทุนของตนเองและผู้อื่น บุคลากรลูกค้า ผู้จัดการและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ และคุณธรรมและความเชื่อถือ คือสิ่งที่เชื่อมผืนกันจึงก่อให้เกิดความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ แนวคิดของอุบลวรรณ ภวพานันท์ (2555 : 21) ได้อธิบายความหมายไว้ว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ริเริ่มธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นในตัวเองที่จะปฏิบัติตามความคิดหรือเป้าหมายของตน ด้วยความกล้าเสี่ยง เสาะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ มุ่งมั่นอุทิศหาสู่ความสำเร็จและเป็นผู้รับผิดชอบบริหารธุรกิจ จัดหาทุนและทรัพยากรดำเนินการ รวมทั้งยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจ ผลการวิจัยสอดคล้องการศึกษาของปรมาภรณ์ เอกอมรพันธ์ (2550 : 72-74) ได้ศึกษา แรงจูงใจในตนเอง ภูมิความรู้ความชำนาญกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทที่พักในเขตพื้นที่ประจักษ์กีดันสีนามิปี พ.ศ.2547 ในประเทศไทย มี พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับในทางบวกกับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ ได้แก่ กลยุทธ์แบบการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ กลยุทธ์แบบการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ และกลยุทธ์แบบการแสวงหาโอกาส และสุดท้ายพบว่ากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจแบบการ แสวงหาโอกาส และการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญสามารถทำนายความสำเร็จในการประกอบการได้ร้อยละ 9.70

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านการดำรงชีวิต ผู้ประกอบการที่ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ต้องเพิ่มขีดความสามารถที่ท้าทายเพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น บ้านหลังใหม่ๆ รถยนต์คันใหม่ เป็นต้น โดยปราศจากความข้อยกต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้น ในการดำเนินธุรกิจค้าปลีก

1.2 ด้านความสัมพันธ์ ผู้ประกอบการที่ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ต้องปรับปรุงความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนพื้นที่ตั้งร้านค้า เพื่อให้สถานภาพ เป็นที่ยอมรับทางสังคม โดยการให้ความช่วยเหลือชุมชนรอบข้างและให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ เท่าที่จะทำได้ เพื่อเป็นการแสดงออกถึงความมีน้ำใจและเพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เพิ่มขึ้น

1.3 ด้านความก้าวหน้า ผู้ประกอบการที่ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ต้องตั้งเป้าหมายและวางแผนธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จและเจริญก้าวหน้าในกิจการอย่างเร่งด่วน เช่น การปรับเปลี่ยนหน้าร้านให้สวยงามเหมาะสมกับบรรยากาศในเทศกาลต่าง ๆ สอดคล้องกับชุมชน เพื่อเป็นการสร้างความโดดเด่นให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการกันเพิ่มขึ้น

1.4 ด้านอำนาจ ผู้ประกอบการที่ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ความต้องการที่มีอิทธิพลเหนือบุคคล เช่น ขอบสอนและขอบพุดในที่ชุมชน ขอบการแข่งขันเพื่อให้สถานภาพสูงขึ้น และจะกังวลเรื่อง



อำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อการจัดกิจกรรมพัฒนาธุรกิจและรวมถึงกิจกรรมอื่นในการพัฒนาท้องถิ่น

1.5 ด้านความสำเร็จ ผู้ประกอบการที่ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ควรบริหารธุรกิจให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ไม่กั้วต่อความล้มเหลว ท้ายต่อการการแข่งขัน และกำหนดเป้าหมายที่ยากลำบากสำหรับตนเอง เพื่อพัฒนาตนเองและปรับปรุงธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ

1.6 กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ผู้ประกอบการที่ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ต้องเพิ่มกลยุทธ์ให้หลากหลายและควรปรับกลยุทธ์โดยเฉพาะการตกแต่งหน้าร้านด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่งออกสู่ตลาด เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ เพราะผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการพัฒนาอุปถัมภ์ผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ลักษณะใหม่ๆ นั้นจะต้องเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

1.7 กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ผู้ประกอบการที่ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อควรปรับกลยุทธ์ โดยเฉพาะการลดจำนวนพนักงานให้น้อยลงแต่ให้ลูกค้าได้บริการตัวเองเพิ่มมากขึ้น และปรับวิธีการจัดจำหน่ายโดยใช้ต้นทุนต่ำ เช่น การขายตรง ขายโดยตรงแทนที่จะใช้ช่องทางคนกลาง เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นต่างๆ

1.8 กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดแรกเริ่ม ผู้ประกอบการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อควรปรับกลยุทธ์โดยเฉพาะชื่อร้านจดจำได้รวดเร็วและมองเห็นภาพได้ชัดเจน เพราะลูกค้าจะได้รับการยืนยันในการจดจำชื่อร้าน ซึ่งจะกลายเป็นตราสินค้าที่คุ้นเคยลูกค้าจะเกิดความคุ้นเคยกับชื่อร้าน

1.9 กลยุทธ์การสร้างพลัง ผู้ประกอบการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อควรปรับกลยุทธ์ โดยเฉพาะเรื่องการจัดช่องทางจำหน่ายโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เช่น แอปพลิเคชัน เพื่อให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการ และยังเป็นวิธีกระตุ้นการขายสินค้า อีกรูปแบบหนึ่ง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

2.1 ควรศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความต้องการความสำเร็จของผู้ประกอบการในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.2 ควรศึกษาความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณา ช่วยเหลือ แนะนำและให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนิวัช แก้วจันทร์ และอาจารย์ ดร.วรรณภรณ์ บริพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา สุวรรณวิจิตร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ไหวว่อง อาจารย์ ดร.สรัญณี อุเสินยาง อาจารย์กัจฉิตวัฒน์ รัตนมณี และอาจารย์ ย่าร่อนนะ ศรีอำมหัด ที่กรุณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย แก้ไขข้อบกพร่อง ตรวจสอบปรับปรุงและได้กรุณาให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือการวิจัยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์และความสะดวกในการเก็บรวบรวม ตลอดจนผู้ที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้ทั้งหมด ขอขอบพระคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

คุณค่าจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูคุณเวทิตาเดบีคามราคาและบูรพาจารย์ที่เคยอบรมสั่งสอนรวมทั้งผู้มีพระคุณทุกท่าน



เอกสารอ้างอิง

- ชนวรรช ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์.
- นรภัทร สถานสถิต. (2555). ความต้องการใช้บัณฑิตสาขาธุรกิจค้าปลีกของผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดปทุมธานี.
วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี. 153 ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2555.
- ปรมาภรณ์ เอกอมรพันธ์. (2550). แรงจูงใจในตนเอง ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและ
ความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจประเภทที่פקในเขตพื้นที่ประสภยคลื่นสินามิ
ปี พ.ศ.2547 ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประสภชัย พสุนนท์. (2553). สถิติธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ท็อป.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดาและ อรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2550). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิง
กลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ธนรัชการพิมพ์ จำกัด.
- สำนักงานจดทะเบียนพาณิชย์ เทศบาลนครหาดใหญ่. (2560, 30 ตุลาคม). รายงานสรุปการยื่นคำขอจดทะเบียน
พาณิชย์ร้านค้าปลีก. (อัดสำเนา).
- อนิวัช แก้วจางค์. (2558). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). สงขลา : นำศิลป์โฆษณา.
- อำนาจ ชีระวนิช. (2549). ผู้ประกอบการ. ชลบุรี : มาเธอร์ บอส แพลกเจจิง.
- อุบลวรรณ ภาวานันท์. (2555). ปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาด
ย่อมธุรกิจการท่องเที่ยวและที่פק: ระยะที่ 2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.