



ความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จ.ขอนแก่น
Traditional retail store consumer satisfaction of consumers
in Wiang Kao District, Khon Kaen Provinces

สุวรรณี ศรีบุญ¹
อาทิตย์ ฉัตรชัยพลรัตน์²
สมโภชน์ วัลยะเสวี³
นพดล มั่งมี⁴

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น และ (2) เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น 400 คน ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้ สถิติที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า f-test และ factor analysis ผลการศึกษาพบว่า

1) ความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ใช้บริการพึงพอใจในด้านสินค้าและคุณภาพ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่และการแก้ปัญหา ด้านสถานที่ ด้านความรวดเร็ว ความสะดวกสบายในการให้บริการ ด้านความประทับใจในการให้บริการ และ ด้านมารยาทของผู้ให้บริการ ตามลำดับ

2) จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในเขตอำเภอเวียงเก่า ที่พบว่าการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในเขตอำเภอเวียงเก่า เมื่อจำแนกตามเพศในเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

3) ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในเขตอำเภอเวียงเก่า เมื่อจำแนกตามสถานภาพ อาชีพ แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ

คำสำคัญ ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม, ความพึงพอใจ

Abstract

The purposes of this study were: (1) to study the satisfaction of using traditional retailers, in Wiang Kao District and (2) to study the comparison of personal characteristics and satisfaction with the use of traditional retail stores in Wiang Kao District, Khon Kaen Province. The samples used in the study were users of traditional retail stores, in Wiang Kao District, Khon Kaen Province with total number of 400 people. Questionnaires were used as a tool in this study. The statistics used in the study were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, f-test and factor analysis. The results showed that;

1) The satisfaction of using the traditional retail stores in Wiang Kao District, Khon Kaen Province, in overall was mostly at a low level, and was found that service users were most satisfied with the product and quality, followed by the care and solution of the location, speed convenience of service, the impression of the service and the manners of the service providers respectively.

¹นักศึกษานิเทศศาสตร์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

^{3,4}อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย

2) From the comparison of the satisfaction of traditional retail stores in Wiang Kao District, it was found that the satisfaction level of the traditional retail stores in Wiang Kao District when classified by gender in gender, age, education and income was a significant difference at the .01 level.

3) The results of a comparison of the satisfaction of traditional retail stores in Wiang Kao District, found status and occupation no different.

Keywords: Traditional Retailers, Satisfaction

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) หรือที่เรียกติดปากว่าร้านโชห่วย มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน เพราะเป็นแหล่งการจ้างงานและเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ โดยในปี 2560 มูลค่าของธุรกิจค้าปลีกมีอัตราการจ้างงานสูง คิดเป็นร้อยละ 27.5 หรือ ประมาณ 2.9 ล้านคน ของการจ้างงานจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ร้านค้าปลีกและผู้บริโภคเป็นความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งในสังคมไทยในอดีต ด้วยรูปแบบของธุรกิจค้าปลีกที่เป็นธุรกิจที่มีลักษณะเป็นร้านค้าขนาดเล็ก ขายสินค้าที่ใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในการดำเนินชีวิต ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ใช้เงินลงทุนในการทำธุรกิจไม่สูงมากนัก มีการบริหารงานกันเองภายในครอบครัว การดำเนินงานไม่ซับซ้อนด้วยการซื้อสินค้ามาและขายสินค้าไป อีกทั้งไม่มีการใช้เทคโนโลยีและการบริหารจัดการสมัยใหม่มากนัก การดำเนินธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กภายใต้สังคมในยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันนั้น จึงมีความเสี่ยงสูงที่จะขาดทุน เนื่องจากปัจจุบันร้านค้าขนาดใหญ่หรือร้านสะดวกซื้อมีมากขึ้น และส่งผลถึงร้านค้าปลีก (โชห่วย) (อวิस्ता กิจสวน, 2561)

เนื่องจากรูปแบบทั่วไปของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือโชห่วย แต่เดิมอาจจะเป็นการขายสินค้าในร้านโชห่วยข้างถนน ใกล้ตลาด หรืออยู่ปากซอย ขนาดร้านประมาณ 1-2 คูหา มีสินค้าวางขายหลากหลายชนิด ส่วนใหญ่หน้าร้านเป็นที่ขายสินค้า และมีเจ้าของร้านหรือเด็กเฝ้าหน้าร้าน คอยให้บริการขายสินค้าเมื่อมีลูกค้าเข้ามาซื้อ ส่วนด้านหลังก็จะเป็นที่สต็อกเก็บสินค้า บริเวณส่วนที่เหลือก็จะใช้เป็นที่พักอาศัยของเจ้าของกิจการและครอบครัวนั่นเอง แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปจากการค้าขายแบบดั้งเดิมมาสู่ยุคการค้าขายสมัยใหม่ มาตรฐานการดำรงชีวิตของผู้บริโภคก็ดีขึ้น ผู้บริโภคเริ่มมีความรู้และมีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเริ่มต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ต้องการความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าที่รวดเร็วมากขึ้น ต่อมาในปัจจุบันจึงได้เปลี่ยนมา

ทั้งประเทศ ซึ่งเป็นลำดับที่ 2 รองจากภาคบริการ และมีมูลค่าซื้อขายรวม 1.83 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product: GDP) ซึ่งเป็นอันดับ 3 รองจากภาคบริการ (ร้อยละ 32.6) และ ภาคการผลิต (ร้อยละ 27.7) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งเชื่อมโยงและกระจายสินค้าขั้นสุดท้ายเป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่หลายรูปแบบ ทำให้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีการปรับปรุงการจัดวางสินค้า และการบริการที่ทันสมัยเป็นระบบและมีมาตรฐานใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า เพื่อที่จะดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้านและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์ (องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองเก่าพัฒนา, 2563)

สำหรับสัดส่วนตลาดค้าปลีกในปัจจุบัน จะพบว่าแบ่งตลาดเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) กว่า 50% (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) นอกเหนือจากนี้จะเป็นร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันร้านโชห่วย แบบดั้งเดิมกำลังประสบปัญหาอย่างหนักในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เปิดดำเนินการอย่างแพร่หลายในหลายพื้นที่ จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับร้านโชห่วย ตามทัศนคติของผู้บริโภคที่ธัญยานี เคนคำภา (2559) ได้ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในการรอคอยการลดราคาสินค้าเพิ่มมากขึ้นและนิยมการไปซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่แทนการซื้อสินค้าจากร้านโชห่วย เพราะสามารถซื้อสินค้าทุกอย่างที่ต้องการได้จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ รวมถึงราคาจำหน่ายของสินค้าที่ถูกกว่าร้านโชห่วยแบบดั้งเดิม แรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าบริโภคดังกล่าวส่งผลกระทบต่อกำไรและเป็นการทำลายผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ดำเนินธุรกิจในตลาด การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ส่งผลกระทบต่อร้านโชห่วย ทำให้มีร้านโชห่วยจำนวนหนึ่งต้องปิดกิจการหรือปรับเปลี่ยนเป็นร้านสะดวกซื้อ เพราะไม่สามารถแข่งขันด้านต้นทุน ด้านเทคนิคการบริหาร การบริการต่างๆ เนื่องจากผู้ซื้อเริ่มคุ้นเคยกับความทันสมัย ทำให้ร้านโชห่วยมีรายได้ลดลง



จนกระทั่งถึงจุดหนึ่งก็ต้องเลิกกิจการ ผลกระทบดังกล่าวก็ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เริ่มจากพื้นที่กรุงเทพฯและขยายไปยังพื้นที่ที่ปริมณฑล โดยร้านโชห่วยที่ได้รับผลกระทบมากก็คือร้านที่มีทำเลอยู่ใกล้แหล่งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงรัศมี 1-10 กิโลเมตรที่อยู่รอบห้างค้าส่ง-ค้าปลีกขนาดใหญ่ และมีแนวโน้มที่ยอดขายจะลดลงเรื่อยๆ ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2561) ได้ระบุเช่นเดียวกันว่า ธุรกิจค้าปลีกค้าปลีกขนาดเล็กซบเซาลง ในปี 2560 ร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภค (FMCG) มีจำนวนกว่า 4.1 แสนร้านค้าทั่วประเทศ โดยธุรกิจขายของชำหรือโชห่วยคิดเป็น 97% ขณะที่ร้านสะดวกซื้อและมินิมาร์ท ซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญของโชห่วยมีจำนวนเพียง 18,153 แห่ง น้อยกว่าโชห่วยถึง 20 เท่า แต่ในระยะหลัง จำนวนสาขาเปิดใหม่เพิ่มขึ้นในอัตราสูงและสูงกว่าการขยายตัวของร้านโชห่วยมาก การที่โชห่วยมีอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจยังคงครองส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด อย่างไรก็ตาม ฐานลูกค้าโชห่วยมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ไม่เพียงเท่านั้น ร้านค้ามีรายได้เฉลี่ยเพียง 6.3 ล้านบาทต่อปี ต่ำกว่าร้านสะดวกซื้อซึ่งรายได้เฉลี่ยสูงถึง 10 ล้านบาทต่อปี

อำเภอเวียงเก่าเดิม เป็นส่วนหนึ่งของอำเภอภูเวียง มีประชากรทั้งหมด 19,950 คน เป็นท้องที่อำเภอที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของจังหวัดขอนแก่น มีเทือกเขาภูเวียงที่เคยเป็นแหล่งชุมชนโบราณที่มีอารยธรรมเมื่อหลายพันปีล่วงมาแล้ว มีการขุดพบกระดูกมนุษย์โบราณ เครื่องมือเครื่องใช้ทำจากโลหะสำริด พระนอนสมัยทวารวดีรวมทั้งภาพเขียนสี สมัยก่อนประวัติศาสตร์ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว (กระทรวงมหาดไทย, 2563)

ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะร้านขายของชำหรือร้านโชห่วยในเขตพื้นที่ อำเภอเวียงเก่า ซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดขอนแก่น ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้ร้านค้าปลีกนั้นผุดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวอย่างเร่งด่วน เพื่อให้เกิดความแตกต่าง และเพื่อให้เพิ่มยอดขาย พร้อมทั้งแนวทางที่เจ้าของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจะต้องมีการปรับตัวโดยลดจุดด้อย เพิ่มจุดแข็งซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญก่อนรับ ความช่วยเหลือจากภาครัฐ ยกตัวอย่างเช่น ต้องมีความพร้อมทั้งในด้านการจัดตกแต่งร้านให้มี ความสะอาด สวยงาม จัดหมวดหมู่สินค้าให้เป็นสัดส่วน หรือสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย ความต้องการของผู้บริโภคคือสิ่งสำคัญที่ ผู้บริโภคไม่ควรละเลยการใช้กลยุทธ์หรือกลวิธีต่าง ๆ อาจทำให้ประสบผลสำเร็จในระยะสั้น แต่การให้ ความสำคัญกับผู้บริโภคการ

เสนอบริการที่ประทับใจเป็นกันเองและมีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภคจะทำให้ร้านค้าประสบความสำเร็จได้ยาวนานกว่า นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องยอมรับ คำวิจารณ์หรือคำตำหนิจากผู้บริโภค เพราะการวิจารณ์เป็นเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนถึงความรู้สึกของผู้บริโภคได้เป็น อย่างดีเมื่อมี คำวิพากษ์วิจารณ์ใดก็ตามจากผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ควรจะรับทราบและแก้ไข ข้อบกพร่องนั้นลักษณะการบริการของแต่ละร้านนั้นจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับ ประเภทของร้านค้าปลีก หลายแห่งอาจจะขยายเวลาการให้บริการที่ยาวนานกว่าคู่แข่งอื่นแต่ถ้าเป็นธุรกิจค้าปลีกแบบบริการตนเอง มักจะใช้ การบริการในรูปแบบอื่น ๆ ที่ไม่เน้นการบริการแบบใช้พนักงานขายแต่มีการใช้ป้าย เป็นสื่อแทนเป็นต้น การประกอบธุรกิจค้าปลีกในยุคปัจจุบัน ให้ประสบความสำเร็จนั้น ร้านค้าปลีก แบบดั้งเดิม จึงต้องมีการพัฒนาในทุกๆด้าน ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรเริ่มต้น ด้วยการทำความเข้าใจ ในความต้องการของผู้บริโภคแล้วนำมาใช้ปรับปรุงการบริหารร้านให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น โดยการนำผลที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมต่อไป พร้อมทั้งยังช่วยในการเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจได้อีกทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยวิธีเก็บข้อมูลผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็น แนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นขั้นตอน ดังนี้

1. นำหนังสือขออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ถึงเจ้าของกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนการวิจัย
2. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามออกไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวน 400 ชุด
3. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง ภายใน 30 วัน
4. สามารถรวบรวมแบบสอบถามที่ สมบูรณ์ มาจนครบ 400 ชุด
5. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถาม
6. จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้ วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น สามารถนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมทำการจัดกลุ่มวิเคราะห์แบ่งตามข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งหมด 6 คำถาม คือ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ หลังจากนั้นผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ความพึงพอใจตามข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่และ

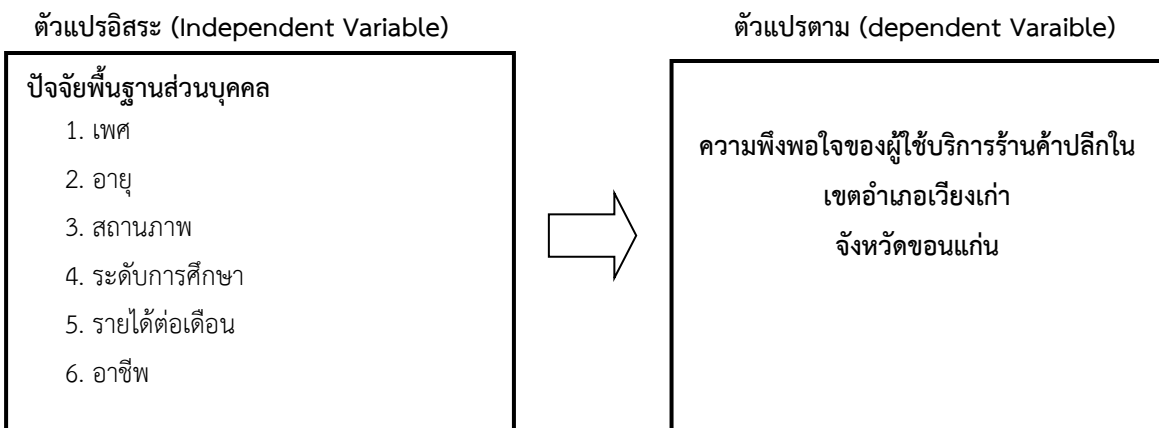
ร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่าจังหวัดขอนแก่นวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์สมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า แตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบค่าที (t-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับเพศ และสถิติ f-test (ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มขึ้นไป สำหรับหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สูตร Anova (f-test) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างของ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ให้มีความสำคัญแตกต่างกันหรือไม่กับความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

- 5.4 วิเคราะห์องค์ประกอบของความพึงพอใจการให้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม(โซ่ห่วย) ในเขตอำเภอเวียงเก่า โดยใช้สถิติ KMO (Kaiser-Meyer- Olkin Measure of Sampling Adequacy) เมื่อได้ค่า KMO เท่ากับ 0.5 และเข้าสู่ 1 แสดงว่าข้อมูลที่ได้มีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิค Factor Analysis

กรอบแนวคิดการวิจัย





4. สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กรณีศึกษาผู้บริโภคในเขตอำเภอเวียงเก่าทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีเพศหญิง จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.75 และเพศชาย จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 มีอาชีพลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเวียงเก่า โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (Mean=2.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสินค้าและคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (Mean=2.65) รองลงมา ด้านการดูแลเอาใจใส่และการแก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ย (Mean=2.23) ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย (Mean=2.12) ด้านความประทับใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย (Mean=1.97) ด้านความรวดเร็ว ความสะดวกสบายในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย (Mean=1.96) ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โซ่ห่วย) ในเขตอำเภอเวียงเก่า พบว่า ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โซ่ห่วย) ในเขตอำเภอเวียงเก่า เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โซ่ห่วย) ในเขตอำเภอเวียงเก่า เมื่อจำแนกตามสถานภาพ อาชีพ แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. การวิเคราะห์องค์ประกอบของความพึงพอใจการให้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โซ่ห่วย) ในเขตอำเภอเวียงเก่า พบว่า สามารถแบ่งความพึงพอใจการให้บริการออกเป็น 8 องค์ประกอบ

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วยตัวแปร การตอบคำถามที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย ความสะอาดของหีบห่อสินค้า สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด หลายยี่ห้อ และผู้ให้บริการช่วยเหลือในทุกๆ ด้านเป็นอย่างดี รวม 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง

.539 ถึง .700 มีค่าไอแกนเท่ากับ 11.675 และเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านการให้บริการ

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วยตัวแปร ให้คำแนะนำในการรับบริการได้อย่างดี และความแม่นยำและรวดเร็วในการคิดราคาสินค้า รวม 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .695 ถึง .798 มีค่าไอแกนเท่ากับ 9.202 และเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านการให้คำแนะนำและคิดราคาสินค้าที่รวดเร็ว

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วยตัวแปร มีจิตสำนึกที่ดีในการให้บริการ และมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ รวม 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .679 ถึง .771 มีค่าไอแกนเท่ากับ 7.761 และเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านจิตสำนึกในการให้บริการและความหลากหลายในการให้เลือกซื้อ

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วยตัวแปร ระยะเวลาในการ เปิด-ปิด ให้บริการ และมีสถานที่จอดรถเพียงพอกับความต้องการ รวม 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .502 ถึง .754 มีค่าไอแกนเท่ากับ 6.742 และเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านระยะเวลาการเปิดและสถานที่จอดรถเพียงพอ

องค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วยตัวแปร ต้อนรับลูกค้าด้วยความยิ้มแย้ม แจ่มใส รวม 1 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .776 มีค่าไอแกนเท่ากับ 6.649 และเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านการต้อนรับลูกค้า

องค์ประกอบที่ 6 ประกอบด้วยตัวแปร มีน้ำเสียงที่เป็นมิตรไพเราะ และมีการให้บริการและเข้าถึงตัวผู้ใช้บริการที่รวดเร็ว รวม 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .571 ถึง .600 มีค่าไอแกนเท่ากับ 6.205 และเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านน้ำเสียงที่เป็นมิตรและเข้าถึงตัวผู้ใช้บริการ

องค์ประกอบที่ 7 ประกอบด้วยตัวแปร ความสดใหม่และมีฉลากระบุวันหมดอายุของสินค้า รวม 1 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .859 มีค่าไอแกนเท่ากับ 6.073 และเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านความสดใหม่ของสินค้า

องค์ประกอบที่ 8 ประกอบด้วยตัวแปร ทำเล สถานที่ตั้งร้าน เดินทางได้สะดวก รวม 1 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .744 มีค่าไอแกนเท่ากับ 5.275 และเรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ด้านสถานที่ตั้งร้าน

อภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. **ความพึงพอใจการให้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)** ในเขตอำเภอเวียงเก่า โดยรวมอยู่ในระดับน้อยค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.15 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสินค้าและคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (Mean=2.65) รองลงมา ด้านการดูแลเอาใจใส่และการแก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ย (Mean=2.23) ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย (Mean=2.12) ด้านความประทับใจในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย (Mean=1.97) ด้านความรวดเร็ว ความสะดวกสบายในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย (Mean=1.96) ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิราภรณ์ สุวรรณ และฐิติกานท์ สัจจะบุตร (2559) ชื่อเรื่องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านส่วนประสมการค้าปลีก และพฤติกรรมการบริโภค ของลูกค้ากับแนวโน้มการใช้บริการร้านสุพรรณ เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในส่วนประสมการค้าปลีกแต่ละด้านพบว่า ลูกค้าร้านสุพรรณ มีความพึงพอใจด้านทำเลที่ตั้งโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้าด้านส่วนประสมการสื่อสาร การตลาด ด้านการบริการลูกค้า ด้านนโยบายราคา และด้านการออกแบบร้านและการจัดวางสินค้า ตามลำดับ

2. **จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจการให้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)** ในเขตอำเภอเวียงเก่า ที่พบว่า การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในเขตอำเภอเวียงเก่า เมื่อจำแนกตามเพศ ในเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธนี อภิรมย์พฤษยา (2557) ชื่อเรื่อง แรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าบริโภคจากร้านโชห่วยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะประชากรด้านเพศ สถานภาพที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ร้านโชห่วยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านโชห่วย ด้านสถานที่สะดวกในการเลือกใช้บริการและระยะห่างจากร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ร้านโชห่วยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านสินค้าและบริการด้านสถานที่จัดจำหน่าย

และด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ร้านโชห่วยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นสมล บุนนาค (2559) ชื่อเรื่อง ความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โชห่วย) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาด เฉพาะแค่ทางด้านพนักงานขายเท่านั้น โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ไม่มีนัยสำคัญ อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะด้าน ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และพนักงานขาย โดยมีช่วงอายุที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 ช่วงอายุที่ 15-20 ปี กับ 31-40 ปี คู่ที่ 2 คือ ช่วงอายุที่ 21-25 ปี กับ 31-40 ปี และ 41-50 ปี ส่วนด้านสินค้าและการบริการไม่มีผลต่ออายุที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 รายได้มีผลต่อความพึงพอใจปัจจัยทางการตลาดโดยเฉพาะในด้านราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และพนักงานขาย โดยมีช่วงรายได้ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 คู่ ได้แก่ คู่ที่ 1 มีรายได้น้อยกว่า 7,000 บาท กับ 17,001-22,000 บาท และ 22,001-30,000 บาท คู่ที่ 2 ได้แก่ 7,001-12,000 บาท กับ 12,001-17,000 บาท และ 17,001-22,000 บาท ส่วนด้านสินค้าและการบริการไม่มีนัยสำคัญที่ 0.05

3. **ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจการให้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย)** ในเขตอำเภอเวียงเก่า เมื่อจำแนกตามสถานภาพ อาชีพ แตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฎิกร ทิพย์เลอเลิศ (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ (เฉลี่ยต่อเดือน) 10,000 - 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีก แบบดั้งเดิมสูงสุด



สรุป

ความพึงพอใจการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตอำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย โดยพบว่าผู้ใช้บริการพึงพอใจในด้านสินค้าและคุณภาพ มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการดูแลเอาใจใส่และการแก้ปัญหา ด้านสถานที่ ด้านความรวดเร็ว ความสะดวกสบายในการให้บริการ ด้านความประทับใจในการให้บริการ และ ด้านมารยาทของผู้ให้บริการ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. เจ้าของกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม คือผู้ที่ต้องพบเจอและใกล้ชิดกับผู้บริโภค โดยตรง จึงควรสร้างและบริหารความสัมพันธ์ให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยเน้นสร้างความคุ้นเคย และเป็นกันเอง

2. เจ้าของกิจการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมยังคงต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว เช่น การหยิบส่งสินค้าให้ลูกค้า การบริการในจุดชำระเงิน เป็นต้น ขณะเดียวกัน ควรที่จะจัดระเบียบสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ เมื่อลูกค้าต้องการเลือกสินค้าเอง ก็จะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้เป็นอย่างดีซึ่งช่วยให้เกิดการบริการที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

3. ควรให้บริการด้วยความสุภาพ พุดจาไพเราะ ยิ้มแย้มแจ่มใส

4. ควรมีความรู้ความเข้าใจในตัวสินค้า เพื่อที่จะให้ข้อมูลและคำแนะนำกับลูกค้าได้

5. ควรจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ การติดป้ายราคาสินค้า การรักษาความสะอาด และการเพิ่มแสงสว่าง ภายในร้านอย่างเพียงพอ

เอกสารอ้างอิง

1. กระทรวงมหาดไทย. (2563). **ข้อมูลอำเภอเวียงเก่าจังหวัดขอนแก่น**. กระทรวงมหาดไทย, กรุงเทพมหานคร.
2. จิราภรณ์ สุวรรณ และฐิติกานท์ สัจจะบุตร. (2559). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านส่วนประสมการค้าปลีก**. ศูนย์การวิจัยแห่งชาติ, กรุงเทพมหานคร.

3. ชื่นสมุล บุญนาค. (2559). **ความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (โช่วย) ในเขตกรุงเทพมหานคร**. ศูนย์การวิจัยแห่งชาติ, กรุงเทพมหานคร.
4. ฉันทานี เคนคำภา. (2559). **กลยุทธ์การค้าปลีก (ร้านสะดวกซื้อ) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้าน Banthon Oriental Supermarket in Bath, United Kingdom**. ศูนย์การวิจัยแห่งชาติ, กรุงเทพมหานคร.
5. ปฎิกร ทิพย์เลอเลิศ. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. ศูนย์การวิจัยแห่งชาติ, กรุงเทพมหานคร.
6. เมธนี อภิรมย์พฤกษา. (2557). **แรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าบริโภคจากร้านโช่วยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล**. ศูนย์การวิจัยแห่งชาติ, กรุงเทพมหานคร.
7. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). **ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านโช่วย**. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, กรุงเทพมหานคร.
8. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). **สัดส่วนตลาดค้าปลีกในปัจจุบัน**. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร.
9. อวิस्ता กิจสวน. (2561). **ศึกษากลยุทธ์การตลาดของร้านโช่วยในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อความอยู่รอด กรณีศึกษา ร้านโช่วย ในเขตอำเภอบ้านค่าย จังหวัดระยอง**. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ.
10. องค์การบริหารส่วนตำบล, เมืองเก่าพัฒนา. (2563). **ข้อมูลร้านค้าปลีก**. องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองเก่าพัฒนา, ขอนแก่น.