

ชื่อเรื่อง ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์การตลาดกับผลการดำเนินงาน
กิจการธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัดกาฬสินธุ์

ผู้วิจัย นางสาวกิตติยา ศรีวรรณธุ์
ปริญญา บข.ม. (บริหารธุรกิจ)
กรรมการที่ปรึกษา ผศ.ดร.พัชราภรณ์ ฉายบุญครอง ประธานกรรมการ
ดร.ภูสณ ศรีสารคาม กรรมการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2556

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันในการดำเนินกิจการ
ธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัดกาฬสินธุ์ 2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดในการดำเนินกิจการธุรกิจค้าปลีก
ในจังหวัดกาฬสินธุ์ 3. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัด
กาฬสินธุ์ 4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินกิจการธุรกิจค้าปลีก
ในจังหวัดกาฬสินธุ์ 5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาดกับผลการดำเนินกิจการธุรกิจค้าปลีก
ในจังหวัดกาฬสินธุ์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้
วิธีการการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) หลังจากนั้น พอได้สัดส่วน
ของกลุ่มตัวอย่างแล้ว นำมาสุ่มตัวอย่างแบบระบบ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการตอบ
แบบสอบถาม ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม
แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 4 ตอน มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้ง
ฉบับเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการ
วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ
เพียร์สัน (r_{xy} : Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์
การแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับ
มากทุกด้าน สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการสร้างแตกต่าง
($\bar{X} = 4.17$) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว ($\bar{X} = 4.05$) และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\bar{X} = 4.04$)
ตามลำดับ

2. ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
กลยุทธ์การตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ใน
ระดับมาก 4 ด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์
($\bar{X} = 4.20$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.13$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.07$) และด้านการส่งเสริม
การตลาด ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

3. ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ผลการดำเนินงานกิจการของธุรกิจค้าปลีก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) และเมื่อพิจารณา
เป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย
ได้ดังนี้ ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.16$) ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 4.11$) ด้านเรียนรู้และการพัฒนา
($\bar{X} = 4.08$) และด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.99$) ตามลำดับ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์
ไปในทิศทางเดียวกัน อยู่ในระดับปานกลาง ($r_{xy} = 0.516$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
แสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์การแข่งขันมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัด
กาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

5. ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาดกับผลการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์ไป
ในทิศทางเดียวกัน อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($r_{xy} = 0.778$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
แสดงให้เห็นว่า กลยุทธ์การตลาดมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีก ในจังหวัด
กาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

TITLE : Relation of Competition and Marketing Strategies With Retail Business
Operation in Kalasin.

AUTHOR : Mr. kittiya Sriworakhun **DEGREE :** M.B.A. (Business Administration)

ADVISORS : Asst. Prof. Dr. Patcharaporn Chaiboonkong Chairperson

Dr. Kuson Srisarakham Committee

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2013

ABSTRACT

The objectives of the research were to survey the competitive strategies and marketing strategies for the retail business management in Kalasin province, to assess the outcomes of the retail business management in Kalasin province and to analyze the relations between the competitive strategies and marketing strategies with the results of retail business management. The samples were three hundred and thirty five retailers in Kalasin Province. They were selected by the stratified random sampling technique. The research instrument was a rating scale questionnaire with .97 reliability index. The statistics used were mean, and standard deviation, and variable analysis with Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

Results of the research were as follows:

1. The average opinion of the retailers on the competitive strategies was high ($\bar{X} = 4.10$). Three high-level strategies were making a remarkable product ($\bar{X} = 4.17$), quick response ($\bar{X} = 4.05$) and cost of production ($\bar{X} = 4.04$) respectively.
2. The average opinion of the retailers on the marketing strategies was high ($\bar{X} = 4.09$). Four high-level strategies were product ($\bar{X} = 4.20$), price ($\bar{X} = 4.13$), distribution channels ($\bar{X} = 4.07$) and marketing promotion ($\bar{X} = 4.00$) respectively.
3. The average opinion of the retailers on the retail business management in Kalasin was high ($\bar{X} = 4.09$). Four high-level issues of the management were finance ($\bar{X} = 4.16$), internal process, ($\bar{X} = 4.11$), learning and development ($\bar{X} = 4.08$) and customers ($\bar{X} = 3.99$) respectively.

4. The competitive strategies related significantly to the retail business management at the .05 level ($r_{xy} = 0.516$). It is obvious that the research result asserts the assigned hypothesis.

5. The marketing strategies related significantly to the retail business management at the .05 level ($r_{xy} = 0.778$). It is obvious that the research result asserts the assigned hypothesis.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY