

การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีก
ในจังหวัดสระบุรี
Change Management of Retail Entrepreneurs in Saraburi Province

ผดุง วรรณทอง¹
Phadung Wannatong

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกในปัจจุบันโดยเฉพาะเขตอำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี และเพื่อศึกษาการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสำหรับร้านค้าปลีกของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครสระบุรี ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกที่ขึ้นทะเบียนร้านค้า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 190 คน การสุ่มตัวอย่างแบบวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการศึกษาพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000-100,000 บาท มีประเภทร้านโชห่วย การดำเนินธุรกิจของตนเอง การตัดสินใจเป็นเจ้าของร้านคนเดียว มีสมาชิกในร้านเป็นสมาชิกในครอบครัว ระยะดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี แหล่งเงินทุนได้มาจากอื่น ๆ และพบว่า 2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดนครสระบุรี โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มากที่สุดคือ ด้านการสร้างความรู้เพื่อความยั่งยืนของร้านค้า ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ ด้านการเตรียมและขยายผลการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.89$) ด้านการพัฒนาขีดความสามารถการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.86$) และด้านการวางแผนกลยุทธ์ ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ 3. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่มีภูมิหลังแตกต่างกันมีการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยของร้านต่อเดือน ประเภทร้านค้าโชห่วย การดำเนินธุรกิจ การตัดสินใจ สมาชิกในร้านระยะดำเนินธุรกิจ และแหล่งเงินทุน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดนครสระบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

Received: 2024-01-21 Revised: 2024-02-21 Accepted: 2024-02-27

¹คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย Faculty of Social Sciences
Mahachulalongkornrajavidyalaya University. Corresponding Author e-mail:
Phadung2520@gmail.com

คำสำคัญ (Keywords): การบริหารจัดการเปลี่ยนแปลง; ผู้ประกอบการ; ธุรกิจค้าปลีก

Abstract

This study aims to study of changes in retail business operations at present especially in Saraburi Province. and to study Change Management of retail entrepreneurs in Province. and The sample population consisted of 190 People group of business executives in Saraburi Province., using nonprobability sampling technique that a researcher uses to choose a sample of Accident sampling method. The instrument of this research was a questionnaire. The statistics used for analysis data were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and One-Way ANOVA. The result of the study has found that, the sample population consisted most respondents were male, age 31-40 years old with a bachelor's degree. Average monthly income 50,000-100,000 baht. There is a type of soy shop. own business Deciding to be a sole proprietor There are members in the shop as family members. Business period 11-15 years, sources of funds were obtained from other sources and found that: 1. The level of opinion about the Change Management of retail entrepreneurs in Saraburi Province Overall, the opinions were at a high level ($\bar{X} = 3.87$), When considering each aspect, it was found that the highest aspect was The aspect of creating knowledge for store sustainability ($\bar{X} = 3.90$) followed by the preparation and amplification of changes ($\bar{X} = 3.89$) the development of change capacity ($\bar{X} = 3.86$) and in strategic planning ($\bar{X} = 3.83$) respectively. 2. Retailers from different backgrounds have different management changes of retail business operators in Saraburi. It was found that gender, age, education level Average store income per month Grocery store type Business operations, decision-making, members in the business phase of the shop. and funding sources Different opinions about the change management of retail business operators in Saraburi province were not different. with statistical significance at .05

Keyword: Change Management; Entrepreneurs; Retail

บทนำ (Introduction)

จากสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมค้าปลีกในปัจจุบันส่งผลให้รูปแบบการค้าขายของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมากการขยายตัวที่รวดเร็วของร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือแม้แต่ร้านสะดวกซื้อที่มีจำนวนสาขามากขึ้นอย่างต่อเนื่องทุก ๆ

ปี ทำให้กลุ่มลูกค้าผู้บริโภค มีช่องทางในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นแต่กลับส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิม ดังนั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถดำรงอยู่ได้ตามสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไปจึงจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงแนวทางการดำเนินธุรกิจซึ่งเป็นการปรับตัวเพื่อสร้างความอยู่รอด อาทิ การนำเสนอสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายการปรับปรุงรูปแบบการจัดเรียงสินค้าภายในร้านเพื่อให้สะดวกต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการค้าปลีกควรให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้นเพราะจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในสถานการณ์ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

ร้านค้าปลีกเป็นธุรกิจการค้าที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นแหล่งกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค จึงเป็นตัวกลางที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต และผู้บริโภค รูปแบบของธุรกิจการค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเป็นร้านค้าขนาดเล็ก ขายสินค้าที่ใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคที่ใช้ในการดำรงชีวิต ส่วนใหญ่มักตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ขนาดของร้านจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่นั้น จะขึ้นอยู่กับความหนาแน่นของประชากรที่อาศัยในชุมชนผู้เป็นเจ้าของร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ อาศัยอยู่ในพื้นที่มาเป็นเวลานาน มักจะเป็นที่รู้จักมักคุ้นเคยกับทุกคนในชุมชนเป็นอย่างดี การลงทุนในการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกใช้ทุนไม่สูงมากสำหรับเงินทุนหมุนเวียนที่นำมาใช้ภายในกิจการ ไม่จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยมาบริหารจัดการร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ใช้เทคนิคการบอกต่อเป็นเครือข่ายขยายความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการบริหารจัดการ

การเติบโตของอุตสาหกรรมมีความสำคัญต่อสังคมในยุคปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น สาเหตุจากการที่เศรษฐกิจและสังคมขยายตัว ส่งผลให้การดำเนินชีวิตประจำวันมีความเร่งรีบมากขึ้น ประกอบกับปัจจุบันผู้หญิงซึ่งเป็นแม่บ้านนิยมทำงานนอกบ้านเพิ่มสูงขึ้นจึงต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก ประหยัดเวลา และมีราคาไม่สูงมากนักซึ่ง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นที่มาของการทำธุรกิจค้าปลีกในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ห้างสรรพสินค้า, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านสะดวกซื้อ หรือคอนวีเนียนสโตร์ เป็นต้น และจากกระแสการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้กฎขององค์การการค้าโลกส่งผลให้แต่ละประเทศต้องเปิดตลาดการค้าภายในประเทศของตนเอง ให้กับประเทศอื่นนักลงทุนต่างชาติ ทำให้กระแสเงินทุนหลั่งไหลจากประเทศพัฒนาแล้ว เข้าสู่ประเทศกำลังพัฒนา ประกอบกับการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจภาคธุรกิจต่าง ๆ ประสบปัญหาก็ยิ่งส่งผลให้ความต้องการเงินทุนมีมากขึ้น ในยุคปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงหันมา ช้อปออนไลน์ หรือการซื้อสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงมากขึ้น รวมทั้งการมีระบบโลจิสติกส์ในการรับส่งสินค้าที่สะดวกขึ้น จึงไม่จำเป็นต้องเดินทางไปหน้าร้านเช่นเดิม ทำให้ธุรกิจค้าปลีกเกิดการแข่งขันที่รุนแรงสูงขึ้น การพัฒนาโอกาสของแต่ละแบรนด์จึงเกิดขึ้นหลากหลายช่องทางเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคการวิวัฒนาการด้วยการผสมผสานการค้าปลีกเข้ากับกิจกรรมด้านความบันเทิง และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งซึ่งกำลังเป็นที่นิยมดังที่เราเห็นกำลังเกิดขึ้นกับธุรกิจค้าปลีกจำนวนมากในประเทศไทย ที่สรรหาสารพัดแนวคิด และกิจกรรมเข้ามาเสริมจูงใจให้กับตนเอง (Builder. 2016)

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก มีแรงกดดันจากภาคการส่งออก ที่ยังหดตัวลงอย่างต่อเนื่องจากปีก่อนการลงทุนและการใช้จ่ายภาครัฐที่ล่าช้า รวมถึงการใช้จ่ายของภาคเอกชน ก็ยังมี

การขยายตัว ในระดับต่ำเนื่องจากข้อจำกัดด้านรายได้ในภาคการเกษตรที่ตกต่ำ ค่าครองชีพ และค่าหนี้สินครัวเรือนในระดับสูง อีกทั้งยังมีปัจจัยหนุนใด ๆ ที่มันช่วยเพิ่มรายได้หรือกำลังซื้อให้กับผู้บริโภคในระยะอันสั้น ซึ่งก็อาจทำให้การฟื้นตัวเศรษฐกิจล่าช้าออกไป อย่างไรก็ตาม คาดว่าการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นแรงหนุนที่สำคัญและช่วยให้ตลาดเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี และมีสาขาที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ซึ่งน่าจะช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายของภาคเอกชนได้ในระดับหนึ่งตลอดจนปัจจัยการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวที่ยังเติบโตในเกณฑ์ ร้านสะดวกซื้อยังถือเป็นส่วนแนวโน้มการเติบโตที่ดีเนื่องจากสอดคล้องกับพฤติกรรมและการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน ประกอบกับการลงทุนที่ใช้เงินไม่สูงมากนัก และส่งผลให้ในช่วงที่ผ่านมา มีผู้ประกอบการรายใหม่หันมาขยายสาขาของร้านสะดวกซื้อ จึงทำให้กิจการของร้านสะดวกซื้อเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง ในอนาคตร้านสะดวกซื้อทำหน้าที่คล้ายกับเป็นตัวแทนซื้อผู้บริโภคและช่วยให้ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าด้วยวิธีที่สะดวกและง่ายที่สุด มีการตั้งร้านอยู่ในย่านการคมนาคมที่สะดวก มีพนักงานขายที่คล่องแคล่ว มีมารยาทดี สามารถอธิบายแนะนำการใช้สินค้าอย่างถูกต้อง สินค้าต้องมีคุณภาพ การเก็บรักษาสินค้าให้พร้อมอยู่เสมอ เพื่อการจำหน่าย ตาม วัน เวลา ที่ผู้บริโภคต้องการเมื่อผู้บริโภคไปหาซื้อที่ร้านก็สามารถตอบสนองความต้องการได้ทันที (ธนาคารแลนด์แอนด์ เฮาส์ จำกัด. 2558)

พฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (ร้านสะดวกซื้อ) ค่อนข้างจะมีความยุ่งยากซับซ้อน เพราะมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องมากมายเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกลองดำ ซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วก็จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ พฤติกรรมของผู้บริโภคได้เน้นผู้บริโภคเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาพฤติกรรมไม่ใช่ใช้เกณฑ์ของตนเองที่จะพิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภค นักการตลาดจะติดตามอยู่เสมอว่าผู้บริโภคมีความต้องการอย่างไรและเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงทำเป็นที่นักการตลาดต้องวิจัยสิ่งจูงใจและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างถูกต้อง ซึ่งอิทธิพลดังกล่าวจะต้องเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและประการสุดท้าย (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. 2558)

ดังนั้นผู้ศึกษาวิจัยจึงทำการศึกษาร่องการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี เพื่อให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้พัฒนาคุณภาพธุรกิจการค้าปลีกและนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยและนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ การเพิ่มยอดขาย และพัฒนาคุณภาพในการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงให้ร้านมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกในปัจจุบันโดยเฉพาะเขตอำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี
2. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงสำหรับร้านค้าปลีกของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกที่ขึ้นทะเบียนร้านค้าในจังหวัดสระบุรี จำนวน 300 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์. 2564)

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2563) ดังนั้นจากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 171.43 คน ผู้ทำการวิจัยเลือกกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 190 คน ของขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 190 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยส่งแบบสอบถามให้ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกที่ขึ้นทะเบียนร้านค้าในจังหวัดสระบุรีโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 190 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 300 คน ของขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้จะให้ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการค้นคว้าจากตำราต่าง ๆ พร้อมทั้งขอแนะนำอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง โดยแบ่งสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการโดยลักษณะคำถามตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี โดยลักษณะคำถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Reacting Scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการโดยลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-end Question) โดยลักษณะของคำถามตรวจสอบรายการ (Check

List) ในตอนที่สองเรียงระดับคะแนนของระดับความเปลี่ยนแปลงเป็นมาตราส่วนประมาณค่า เกณฑ์การประเมินแบ่งเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Reacting Scale)

3.การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยได้นำแบบสอบถามไปใช้กับผู้ประกอบการที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด โดยผลทดสอบผู้ตอบมีความเข้าใจในคำถาม มีความชัดเจน ตรงประเด็นและมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เพื่อใช้ในการวิจัยเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาค่าที่คำนวณได้เท่ากับ 0.92 สามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้และเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้มากกว่า 0.70 ขึ้นไปถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น (สัปดาห์ วัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานีประศาสน์, 2555)

4.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยครั้งนี้อย่างเป็นขั้นตอนดังนี้

1. นำหนังสือขออนุญาตจากมหาวิทยาลัย ถึงผู้ประกอบการร้านค้าปลีก เพื่อขอความอนุเคราะห์การเก็บรวบรวมข้อมูลและสนับสนุนการวิจัย
2. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ด้วยตนเอง
3. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาจนครบ 30 ชุด ภายในเดือน มิถุนายน 2563
4. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม กำหนดรหัสและลงบันทึกข้อมูล จากนั้นทำการประมวลผลข้อมูลด้วยหลักการและกรรมวิธีทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

5.การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้สถิติเชิงพรรณนา จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลตัวแปร ภูมิหลังของผู้ประกอบการ และระดับการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์
2. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่
การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี คำนวณโดยใช้การทดสอบค่า t (t -test) ค่า F (F -Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และทำการเปรียบเทียบระดับความ

แตกต่างกันรายคู่ด้วยสถิติวิธี Least Significant Difference (LSD) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ ประกอบธุรกิจร้านค้าปลีกที่ขึ้นทะเบียนร้านค้า จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และสามารถใช้ในการวิเคราะห์ได้จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด สามารถสรุปได้ดังนี้ จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000-100,000 บาท มีประเภทร้านโชห่วย การดำเนินธุรกิจของตนเอง การตัดสินใจเป็นเจ้าของร้านคนเดียว มีสมาชิกในร้านเป็นสมาชิกในครอบครัว ระยะดำเนินธุรกิจ 11-15 ปี แหล่งเงินทุนได้มาจากอื่น ๆ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี

การวิจัยครั้งนี้ ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มากที่สุดคือ ด้านการสร้างความรู้เพื่อความยั่งยืนของร้านค้า ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ ด้านการเตรียมและขยายผลการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.89$) ด้านการพัฒนาขีดความสามารถการเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 3.86$) และด้านการวางแผนกลยุทธ์ ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่มีภูมิหลังแตกต่างกันมีการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี แตกต่างกันได้ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่มีภูมิหลังแตกต่างกันมีการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยของร้านต่อเดือน ประเภทร้านค้าโชห่วย การดำเนินธุรกิจ การตัดสินใจ สมาชิกในร้าน ระยะดำเนินธุรกิจ และแหล่งเงินทุน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน โดยผลการทดสอบ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยของร้านต่อเดือน ประเภทร้านค้าโชห่วย การดำเนินธุรกิจ การตัดสินใจ สมาชิกในร้านระยะดำเนินธุรกิจ และแหล่งเงินทุน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรีไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐาน สกลปรกรณ์ (2558) ได้ศึกษา การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตราด พบว่า การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตราด ด้านการพัฒนาขีดความสามารถการเปลี่ยนแปลง ด้านการฝึกกำลังและขยายผลการเปลี่ยนแปลง ด้านการสร้างความรู้เพื่อความยั่งยืนของร้านค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก พงศ์พันธ์ กล้ากลุ่มจิตร และคณะ (2563) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมการบริหารจัดการรูปแบบการขายธุรกิจ อาคารพักอาศัย ประเภทอาคารสูงในประเทศไทยพบว่า พนักงานขายอิสระที่มีความรู้เรื่องรูปแบบการขายแบบหลังสมัยใหม่ระดับมาก ซึ่งแตกต่างกับ เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร (2564) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจในระดับมากที่สุดผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยของร้านต่อเดือน ประเภทร้านค้าช่วยเหลือ การดำเนินธุรกิจ การตัดสินใจ สมาชิกในร้าน ระยะดำเนินธุรกิจ และแหล่งเงินทุน ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในจังหวัดนครสวรรค์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมุติฐาน สกลปรกรณ์ (2558) ได้ศึกษา การบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตราด พบว่า เพศ อายุ การดำเนินธุรกิจจำนวนพนักงานในร้านค้า ระยะเวลาคำเนินธุรกิจ และแหล่งเงินทุนต่างกัน มีการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร (2564) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่มีอายุต่างกันมีความ คิดเห็นว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างกับ เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร (2564) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นที่มีเพศและระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

เพื่อให้ผลการศึกษานี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายปรากฏการณ์และปัญหาทางด้านร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี หรือปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1). แนะนำให้ทำการศึกษากับร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี เพราะในปัจจุบันธุรกิจร้านค้าปลีกมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องจากร้านค้าแบบดั้งเดิมได้ลดลงและถูกแทนที่ด้วยร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้มีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจึงให้ความสนใจและให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงและปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อสร้างความพึงพอใจ ความสัมพันธ์ที่ดี และสอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค และความสำเร็จอย่างยั่งยืน

2). แนะนำให้ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค และมีการจัด Promotion ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ภายในร้านระหว่างผู้บริโภคสินค้า ให้ลูกค้าเกิดความสนใจในการเข้ามาใช้บริการในร้านค้าปลีก

3). แนะนำให้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าภายในร้านของผู้บริโภค ว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด เพื่อนำมาปรับปรุงในการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

4). แนะนำให้ศึกษาตัวแปรอื่น ๆ นอกเหนือจาก การบริการจัดการร้านค้าปลีกในจังหวัดสระบุรี และพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1).ในการศึกษารั้่่งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของ ราคา และการประชาสัมพันธ์ร้านค้า ว่ามีผลอย่างไร สำหรับการบริการจัดการเปลี่ยนแปลงร้านค้า

2).ในการศึกษารั้่่งต่อไป ควรมีการเพิ่มในส่วนของร้านแผงลอย ร้านบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ว่ามีผลอย่างไรสำหรับการบริการจัดการเปลี่ยนแปลงร้านค้า

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ชูศรีวงษ์รัตน์. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: เทนเนรมิตการพิมพ์
- ธานินท์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามัญบิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธีระฟิล์มและไชแท็กซ์ อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชนี นนทศักดิ์ และปิยะพันธ์ ปิงเมือง. (2543). *การจัดการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ : เพียรสันเอ็ดดูเคชันอินโดไชน่า.

- ศรารวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการค้าปลีก*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสารจำกัด.
- Armstrong Gary; & Kotler Philip. (2001). *Marketing and Introduction*. 6th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Blackwell Roger D.; Miniard Paul W.; & Engel James F. (2006). *Consumer Behavior*. 10th ed. Canada: Thomson South Western.
- Keppel Gastpar. (1982). *Design and analysis: A researcher's handbook*. 2nd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip; & Armstrong, Gary. (2001). *Principles of Marketing*. 9th ed. Prentice - hall, Inc.
- Peter Paul J.; & Olson Jerry C. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 6th ed. Boston: McGraw-Hill Companies Inc.
- Yamane Taro. (1967). *Statistics: an introductory analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row.