

แนวทางในการเพิ่มยอดขายของ  
ร้านค้าปลีกเอี้ยเฮงเส็ง อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น  
AN APPROACH TO INCREASE SALES OF EIAHENGSENG RETAIL STORE  
PHON DISTRICT, KHON KAEN PROVINCE

วัลย์กร เทศะรัตน์<sup>1</sup>  
สุเมธ แก่นมณี<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้า และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกิจการเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านค้าปลีกเอี้ยเฮงเส็ง โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี อาชีพพ่อค้า/แม่ค้า โดยมีร้านค้าที่เลือกซื้อสินค้ามากที่สุดคือร้านยายเส็ง ความถี่ในการมาซื้อสินค้าที่ร้านเอี้ยเฮงเส็งคือ 2 วัน/สัปดาห์ และเหตุผลสำคัญที่ซื้อสินค้าที่ร้านเอี้ยเฮงเส็งคือความคุ้นเคย จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้วางแนวทางเพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าโดยได้มีการจัดทำในเรื่องของโครงการด้านสถานที่ โครงการลดต้นทุน การส่งเสริมการตลาด จัดส่งสินค้า และหาพนักงานใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ทางร้านมียอดขายที่เพิ่มขึ้น จากปี พ.ศ.2557

**คำสำคัญ:** ร้านค้าปลีก พฤติกรรมผู้บริโภค การเพิ่มยอดขาย ร้านค้าปลีกเอี้ยเฮงเส็ง

### Abstract

The purpose was to consumer behavior and to guild for increase sales.In addition, the questionnaires were used for collecting data from 400 samples. The study had found that most customers are female, aged 41-50 years and whereas Occupation traders/sellers. The most sales for a customer were Yai Seng store. While the average buying frequency was twice a week. The reason for purchasing the products was familiarity to the shop's owner. From the study, the strategies have been prepared to be implemented by the store arrangement, decreasing the products' cost, market promotion, delivery, and new staff recruitment in order to percent increase in sales from 2014.

**Keywords:** retail store, Consumer Behavior, sale increasing, Eia Heng Seng retail store

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
โทรศัพท์ 087-4220667 E-mail: walaikorn.t@kkumail.com

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ร้านขายของชำ หรือที่เรียกกันว่า “ร้านโชห่วย” นับเป็นธุรกิจเก่าแก่ที่เติบโตควบคู่มากับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยอย่างยาวนาน มีลักษณะเป็นห้องแถว พื้นที่ร้านค้าแคบ ไม่มีการตกแต่งร้านให้สวยงามและไม่มีการแบ่งสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ทำให้เลือกสินค้าได้ยาก ลักษณะธุรกิจส่วนมากจะเป็นธุรกิจแบบภายในครอบครัว ไม่มีการนำระบบบัญชีหรือระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และในปัจจุบันได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วของร้านค้าปลีกและร้านสะดวกซื้อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าปลีกขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ ซึ่งทำให้มีการแข่งขันกันสูงในธุรกิจนี้ ซึ่งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ส่วนมากล้วนแล้วแต่เป็นสาขาของห้างขนาดใหญ่ มีเงินทุนสูง มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อความสะดวกสบาย และที่สำคัญคือมีต้นทุนสินค้าที่ต่ำกว่าร้านค้าปลีกขนาดเล็กทั่วไป ทำให้สามารถได้เปรียบในเรื่องของราคา คือขายสินค้าในราคาต่ำกว่าร้านทั่วไป เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีสาขาจำนวนมาก ซึ่งไม่เพียงแต่เปิดธุรกิจตามในตัวจังหวัดเท่านั้น ยังได้มีการขยายสาขาไปตามอำเภอต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม หรือร้านค้าปลีกที่มีขนาดเล็กในท้องถิ่นเป็นอย่างมาก ทำให้ร้านค้ามียอดขายลดลง มีจำนวนลูกค้าน้อยลง จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมหรือร้านค้าปลีกขนาดเล็กในท้องถิ่นต้องปรับตัว และสรรหากลยุทธ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการ การขายเชื่อ การเอาใจใส่ลูกค้า เป็นต้น เพื่อนำกลยุทธ์เหล่านี้มาใช้เพื่อให้ร้านค้ายังสามารถดำรงอยู่ได้ หากร้านค้าไหนไม่สามารถปรับตัวหรือไม่เตรียมพร้อมเพื่อรองรับการแข่งขันที่นับวันจะมีการแข่งขันกันสูงขึ้น อาจจะต้องปิดกิจการลง

ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ได้ทำการศึกษาคือร้าน เอียะเฮงเส็ง ซึ่งเปิดกิจการมา 23 ปี โดยมีนายวัลลภ - นางวิไลลักษณ์ เทชะรัตน์ เป็นเจ้าของกิจการ ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 34/46-47 ถนนพานิชเจริญ อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น เป็นอาคารราชพัสดุ จำนวน 2 ห้องครึ่ง ตั้งอยู่ในตลาดสดเทศบาล1 อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น ขายสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าเบ็ดเตล็ด เปิดให้บริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 06.30 - 19.00 น. จากสภาวะที่มีการแข่งขันทางการตลาดที่มีมากขึ้น ทำให้ทางร้านมียอดขายที่ลดลง และจำเป็นต้องมีการปรับปรุงร้านค้า มีการปรับตัวและหากกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้กิจการสามารถดำเนินต่อไปได้ในสภาวะที่มีการแข่งขันกันสูงนี้

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อร้านเอียะเฮงเส็ง อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงกิจการและเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านค้าปลีกเอียะเฮงเส็ง อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น

## วิธีดำเนินงาน

### 1. ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชากรที่อยู่ในอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น ทั้งที่เป็นลูกค้าประจำ ลูกค้าไม่ประจำ และที่ไม่เคยมาซื้อสินค้า

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรทั่วไปที่อยู่ในเขตอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น โดยได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาร์โรว์ ยามาเน่ ภายใต้การยอมรับค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 398 คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ จึงได้ดำเนินการเก็บแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุด [1]

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการสร้างแบบสอบถามมีขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เป็นแบบสอบถามปลายปิด เป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อร้านเอี้ยะเฮงเส็ง อำเภอลพ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นลักษณะของคำถามที่มีเกณฑ์การให้คะแนน (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความสำคัญ มากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความสำคัญ มาก
- 3 หมายถึง มีความสำคัญ ปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความสำคัญ น้อย
- 1 หมายถึง มีความสำคัญ น้อยที่สุด

## การวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ในการศึกษาข้อมูลส่วนตัวและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage) และข้อมูลด้านความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อร้านเอี้ยะเฮงเส็ง อำเภอลพ จังหวัดขอนแก่น ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## ผลการวิจัย

### 1. สถานการณ์การแข่งขันของร้านค้าปลีกเอี้ยะเฮงเส็ง

ทางร้านประสบกับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากผู้ประกอบรายเดิมและรายใหม่ที่เข้ามาในธุรกิจการค้าปลีก หรือจากการคุกคามของธุรกิจการค้าปลีกของต่างชาติที่ได้ขยายเข้ามาในเขตพื้นที่ชุมชน ทำให้ทางร้านได้รับผลกระทบคือ ส่งผลให้ลูกค้าน้อยลงและยอดขายลดลงจากเดิม

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 41 ปี – 50 ปี ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น อาชีพพ่อค้า/แม่ค้า และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 บาท – 10,000 บาท

### 2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า

พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มากที่สุด เลือกซื้อสินค้าที่ร้านขายเส็งมากที่สุด สาเหตุที่เลือกซื้อคือ สินค้ามีความหลากหลาย ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าคือ 101 บาท – 500 บาท โดยมีความถี่ในการมาซื้อสินค้าที่ร้าน เอี้ยะเฮงเส็งคือ 2 วัน/สัปดาห์ ปัจจัยที่ทำให้มาซื้อสินค้าที่ร้านเอี้ยะเฮงเส็งคือ มีสินค้าให้เลือกมากมาย เวลาที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุดคือ 06.00 น. – 09.00 น. สินค้าที่ซื้อเป็นประจำคือ สินค้าที่เป็นเครื่องประกอบอาหาร

เช่น น้ำปลา ซอส เป็นต้น และความต้องการให้มีการส่งเสริมการตลาดที่มากที่สุดคือ มีของแถม

### ผลการศึกษาความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่มีต่อร้านเอี้ยะเฮงเส็ง อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ ด้านสินค้ามีความหลากหลาย สินค้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความหลากหลายในตราสินค้า

ด้านราคาพบว่า ประเด็นที่ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ประเด็นสถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในที่ที่หาง่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ มีการเปลี่ยนสินค้าให้ และมีส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมาก

ด้านกระบวนการ พบว่า ประเด็นระยะเวลาที่รอในการชำระเงินมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ด้านบุคลากร พบว่า ประเด็นที่มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดได้แก่ บุคลากรมีอัธยาศัยดี สามารถแนะนำสินค้าและการใช้งานได้ดี

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าประเด็นที่มีการจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่เป็นระบบ/ชัดเจน และมีบริเวณให้สามารถเดินเลือกสินค้าได้ มีความพึงพอใจในระดับมาก

## 2. แนวทางการเพิ่มยอดขาย

1. ด้านสถานที่ ทำการจัดร้านใหม่ จัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายต่อการเลือกสินค้า
2. ด้านการลดต้นทุนของสินค้า ร่วมกับพันธมิตรทางการค้าส่งสินค้าเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ได้ราคาที่ถูกลง หรือสามารถต่อรองกับซัพพลายเออร์ได้
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเคเบิลทีวี ทางวิทยุ จัดทำโปรโมชั่น เช่นการและจัดทำคูปอง เพื่อให้ลูกค้าสะสมและนำมาแลกของสัมมนาคุณ และจัดทำโลโก้ถุงพลาสติกของร้านเพื่อให้เป็นที่จดจำ
4. ด้านการจัดส่งสินค้าถึงที่และสั่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์และ line
5. ด้านการจัดหาพนักงานเพิ่ม เพื่อช่วยให้การบริการรวดเร็วขึ้น

## สรุป

จากการศึกษาแนวทางเพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าของร้านเอี้ยะเฮงเส็ง ได้มีการวางแนวทางในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น โดยมีการกำหนดเป็นแนวทาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดทำโปรโมชั่นเช่น การจัดทำคูปอง เป็นต้น และการจัดทำโลโก้ใส่ถุงพลาสติกของทางร้านเอง เพื่อให้เป็นที่จดจำแก่ลูกค้า ซึ่งการจัดทำการส่งเสริมการตลาดนี้คาดว่าจะสามารถทำให้ดึงดูดลูกค้าและสามารถทำให้ลูกค้าจดจำได้มากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอชิพัฒนา เหล่าโกคิน (2556) [2] และวิระยุทธ รัชตเวชกุล (2555) [3] ที่ได้มีการจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อช่วยให้ลูกค้าจดจำร้านและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่มาซื้อสินค้า และเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย ให้มียอดขายเพิ่มขึ้น

โครงการบริการส่งสินค้าถึงที่และบริการสั่งสินค้าทางโทรศัพท์ เพื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับอารีรัตน์ ก่อสินวัฒนา (2554) [4] และบองสันต์ สรรพวานิช กิจ (2555) [5] ที่มีการให้บริการด้านนี้เช่นกัน

โครงการด้านสถานที่ โดยมีการจัดระเบียบสินค้าภายในร้าน เพื่อให้สินค้าเป็นระบบระเบียบมากขึ้น ซึ่งการปรับปรุงด้านสถานที่ใหม่นี้คาดว่าจะสามารถดึงดูด และสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับอริพัฒน์ เหล่าโกคิน (2556) อาริรัตน์ ก่อสินวัฒนา (2554) และปองสันต์ สรรพวานิชกิจ (2555) ซึ่งได้มีการจัดทำโครงการด้านสถานที่ โดยมีการจัดเรียงสินค้าให้เป็นระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวก ช่วยอำนวยความสะดวก และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าเพื่อช่วยกระตุ้นยอดขาย อีกทั้งการจัดเรียงสินค้าให้มีระเบียบยังช่วยให้สามารถเช็คสต็อกสินค้าได้อีกด้วย

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงได้จัดทำแนวทางในการเพิ่มยอดขายขึ้นมาคือ ด้านสถานที่ ด้านการลดต้นทุนสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดส่งสินค้าถึงที่และสั่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์และline และด้านการจัดหาพนักงานเพิ่ม การจัดทำแนวทางในด้านต่างๆเหล่านี้ก็เพื่อปรับปรุงร้าน เพื่อช่วยให้เป็นการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ และเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น

### ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาในครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกของไทย และควรถามถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการอีกด้วย เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นข้อมูลในการหาแนวทางในการเพิ่มยอดขายของร้านค้า เพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และเพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันของร้านค้าปลีกได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

### กิตติกรรมประกาศ

ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณ รศ.สุเมธ แก่นมณี อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นอย่างสูง ที่ได้ให้คำแนะนำแนวทางการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานศึกษาอิสระ แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล จนทำให้รายงานการศึกษานี้สำเร็จลุล่วง และขอขอบพระคุณครอบครัว ที่ได้คำปรึกษา ตลอดจนให้ข้อมูลต่างๆ จนทำให้การศึกษานี้เสร็จสมบูรณ์

### เอกสารอ้างอิง

- [1] บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2553). **สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์.
- [2] อริพัฒน์ เหล่าโกคิน. (2556). **กลยุทธ์สำหรับปรับปรุงร้านค้าปลีก “สิทธิโชค”**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวชิวิทยาลัยขอนแก่น.
- [3] วีระยุทธ รัชตเวชกุล. (2555). **การวางแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านธีระพาณิชย์ อำเภอ เชียงยืน จังหวัดมหาสารคาม**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวชิวิทยาลัยขอนแก่น.
- [4] อาริรัตน์ ก่อสินวัฒนา. (2554). **แนวทางในการเพิ่มยอดขายร้าน ฮ.พาณิชย์**. การศึกษาอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวชิวิทยาลัยขอนแก่น.
- [5] ปองสันต์ สรรพวานิชกิจ. (2555). **การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านขายของชำ “ฉั่วเยี่ยมหวด” อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวชิวิทยาลัยขอนแก่น.