

หัวข้องานวิจัย : การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ค้ารายย่อย

เขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัย : นางสาวญาณัญญา ศิริภัทร์ธาดา

ปีการศึกษา : 2554

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ค้นหากลยุทธ์ รูปแบบ วิธีการแบบพิเศษทางการตลาดเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจลูกค้า สร้างรายได้เพิ่มของผู้ค้ารายย่อย ตลอดจนระดับความสัมฤทธิ์ผล ความพึงพอใจ ความร่วมมือที่เกิดขึ้นกับผู้ค้ารายย่อยในชุมชน ผังตลาดชุมชนศาลายาด้านใน (ศาลายาเก่า) เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการให้ความรู้แก่ผู้ค้ารายย่อยต่อไป

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ค้ารายย่อย ของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 200 คน การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจและเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมด วิเคราะห์โดย โปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### ผลการวิจัยพบว่า

1.กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26 – 35 ปี เป็นผู้ที่ไม่เคยได้รับการศึกษา และมีสถานภาพทางสังคมต่ำ เข้าสู่อาชีพเป็นผู้ค้ารายย่อยเนื่องจากความยากจน และเป็นอาชีพที่เข้าง่าย มีความเป็นอิสระ ไม่ต้องใช้เงินลงทุนมาก กิจการขนาดเล็ก ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่มากในแต่ละวัน ขาดแคลนเงินทุนในการประกอบอาชีพ มีภาระหนี้สินที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง เนื่องจากการกู้จากแหล่งเงินกู้นอกระบบ

2.ปัญหาของตลาดศาลายา (เก่า)คือความแตกต่างของบริบททางสังคมและการขยายตัวทางเศรษฐกิจจากสังคมชุมชนเล็กสู่สังคมเมืองใหญ่ พื้นฐานความเจริญและวิถีชีวิตจึงแตกต่างกันไปอย่างเห็นได้ชัด ลูกค้าไม่มีการกระจายตัวเข้าสู่บริเวณตลาดศาลายาเก่า แต่เกิดการกระจุกตัวที่ตลาดใหม่เท่านั้น อีกทั้งการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยการสนับสนุน งบประมาณ การร่วมมือจากทุกฝ่ายซึ่งมีข้อจำกัดเป็นอุปสรรค วิธีการแก้ไขปัญหา หากมีหน่วยงานต่างๆเข้ามาสร้างความเจริญ สร้างกิจกรรมต่างๆที่จะช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาถึงฝั่งด้านในตลาดศาลายาเก่าได้

3. กลยุทธ์ รูปแบบ วิธีการแบบพิเศษทางการตลาดเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจลูกค้า สร้างรายได้เพิ่มของผู้ค้ารายย่อยของฝั่งตลาดชุมชนศาลายาด้านใน (ศาลายาเก่า) คือการปรับปรุงสินค้าที่ขาย และปรับวิธีการค้าขายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า การหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสัน สวยงาม ประทับใจ สื่อถึงเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ของชุมชนศาลายา ตลาดเก่าย้อนยุค เพื่อให้เป็นไปตามกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม ความสะดวกสบายของลูกค้า เช่น สุขาที่สะอาด และเพียงพอ จัดให้มี กิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจต่างๆ ในพื้นที่เพื่อดึงดูดการเยี่ยมชม, การจัดการเส้นทางคมนาคมก็ควรให้มีการสัญจรผ่านไปมาในพื้นที่ขายสินค้า, มีที่จอดรถเพียงพอ และปลอดภัย การหาทำเลที่ลูกค้าสังเกตเห็นได้ง่าย อีกทั้งการทำป้ายประชาสัมพันธ์ให้มีความสะดุดตามากขึ้น และยังคงพิจารณาถึงช่วงเวลาที่ขายด้วย

4. รูปแบบ วิธีการแบบพิเศษในงานวิจัยพบว่าการสร้างความโดดเด่น แปลกตา สะดุดใจแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่คุณค้ารายย่อยมีความคิดเห็นที่ยอมรับว่าเป็นสิ่งที่ควรได้รับการสนับสนุนในเรื่องขององค์ความรู้งบประมาณ และการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี เช่น การจัดกิจกรรมโดยให้แม่ค้า พ่อค้า ร่วมมือร่วมใจกันใส่เสื้อสีสดใส ลายดอก ที่สะดุดตา เป็นการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผู้ค้ารายย่อยในช่วงวันที่มีการจัดกิจกรรมพิเศษ อีกทั้งเป็นการเชิญชวนลูกค้า นักท่องเที่ยวให้อยากมาสัมผัสกับบรรยากาศที่ย้อนยุคไปในอดีตอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะ

1. สนับสนุนให้มีการจัดตั้งชมรมหรือสมาคมสำหรับผู้ประกอบการค้ารายย่อยประเภทต่างๆ ในศาลายา ให้มารวมตัวกัน และใช้เป็นี่สำหรับเผยแพร่ความรู้ เทคโนโลยี และให้การฝึกอบรม เพื่อให้ผู้ประกอบการค้ารายย่อยและลูกจ้างสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในกิจการ โดยหน่วยงานราชการ ภาครัฐให้ความช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็น

2. มอบหมายหน่วยงานของรัฐให้รับผิดชอบในการดูแล พัฒนา ให้ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ จัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวก สวัสดิการและอื่น ๆ

3. ให้การสนับสนุนทางด้านเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำ และสินเชื่อผู้ประกอบการรายย่อย

4. จัดระเบียบให้ขายในที่กำหนด และผ่อนผันการเสียค่าธรรมเนียม

5. ส่งเสริมให้ได้รับผลประโยชน์จากการระบบประกันสังคม

6. ใช้หมายเลขตามบัตรประจำตัวประชาชนเป็นรหัสในการรับบริการของรัฐทุกประเภท

## Abstract

**Research Title : Marketing Strategies Development for Salaya Informal Sectors**

**Author : Mrs. Yananda Siraphatthada**

**Year : 2554**

.....

The purposes of the research were to study the fact, the results of this study will be used as a guideline for improving the efficiency of the Salaya Informal Sectors based on the Marketing Strategies Development for higher quality and standard.

The analyses are based upon the primary data obtained from the survey on 200 owners of the Informal Sectors in retail and services in Salaya Nakhon Phatom Province. Research methodology uses qualitative analysis through interviewing key informants. Questionnaires were distributed for data collection. Data were analyzed by frequency the descriptive statistic, percentage, mean, standard deviation, and contents-based analysis were used for the qualitative approach.

The research findings showed that :

1. Most of the targets group are females, ages between of 26-35 years who have never been studied has low social status so they come into a career as an informal sector as retail trader because of poverty. And as a career is independent. They have no capital investment. Informal sector has a small-scale, Most income is not so much on a daily basis. Shortage of funds in the occupation. Have a high interest rate debt because they don't use a financial institute of loans.

2. The problem of the Salaya (Old) is a different social path, and the expansion of social economic and social capital. The basis of the prosperity and way of quality of life varies. Has not spread into the old market area. However, the emergence of new markets are concentrated. The PR campaign requires support from all parties to cooperate with the restrictions as a barrier. How to solve the problem, if there are a special supporting from the other part of the governance to make progress. Generating activities that will help attract tourists to come to the old market.

3. The strategy is a special program or campaign of marketing to attract customers. Generate revenue to the old market. is to improve the product sold. And how to make a satisfaction of the trade base on the needs of our customers. The colorful and attractive packaging conveys the impression identity. The identity of the community old market. Now the market. In order to respond the demands of tourists conservative. The convenience of our customers. The toilets are clean and adequately provide for special events of interest in order to attract visitors, handling, transportation routes, it should have been linking in the area of sales, with adequate and safe or convenience parking for customers, making it easy to spot. Moreover, the label releases have become more prominent. And also to consider the period of time of sale.

4. The special strategies method of our research found that a remarkable novel struck clients are traders; retailers have to accept it as something that should be supported in terms of knowledge via public relation or campaign. It will run these programs based upon budget and public relations campaigns as well as activities by cooperation between female merchants wear brightly colored eye-catching flower is a unity of the retail trade during the day with special events. It also invites the customer. Visitors want to experience the atmosphere back to the past as well.

This research suggests that:

1. Encourage the establishment of a club or association for the retail trader in the old market and develop for the seminar of knowledge, technology and training. The retail trader and the employee can be utilized in the business. By government part.

Government assistance and supporting is necessary.

2. Designated government partner agency responsible for overseeing the development of professional knowledge. Allocation of facilities. Welfare and other

3. To provide financial support for a lower interest rate. And small business loans.

4. Organize them in a set and waiver of the fee.

5. Promote the benefits of the social security system.

6. The use of identification card as a code for the services of all types of government welfare