

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับผู้ค้ารายย่อย เขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงดี จากสถาบันวิจัยประชากรและสังคมมหาวิทยาลัยมหิดล, ดร.วิทยา เมฆขำ ผู้อำนวยการสำนักงานวิจัยและบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในวาระที่ท่านยังคงดำรงตำแหน่งในช่วงเวลานั้น, อาจารย์ ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ซึ่งเป็นผู้บริหารของคณะวิทยาการจัดการ ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายของการประกันคุณภาพของคณะฯในเรื่องของมาตรฐานด้านผลงานการวิจัย และเป็นผู้ที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้ทำผลงานวิจัย ตลอดจนอาจารย์เมธี สุตรสุคนธ์ ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิจัย ซึ่งเป็นผู้ให้คำปรึกษาคอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือในเรื่องการดำเนินการขอรับทุนสนับสนุนการวิจัย ข้อมูลข่าวสารของการสร้างผลงานวิจัยจากระดับมหาวิทยาลัยลงสู่ระดับคณะฯ และความช่วยเหลือ เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดมา ตลอดจนชาวบ้านของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลศาลายา ทุกครัวเรือนที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลเป็นอย่างดีเยี่ยม

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่านคือ ดร.ปัญญา ธีรวิทย์เลิศ ผู้อำนวยการสำนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม และกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านสถิติ ที่ได้ให้ความกรุณาตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และรศ.ดร.นภาพร สิงห์ทัต อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม เป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านภาษา และเนื้อหา ที่ให้คำแนะนำในการดำเนินการวิจัย ตลอดจนสมาชิกของชุมชนผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่าให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ท้ายสุดนี้ คุณค่าและประโยชน์ที่พึงเกิดจากเอกสารงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบอนุชาเป็นกตัญญูตาแต่บิดา มารดา และครูอาจารย์ รวมถึงผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนทำให้เอกสารงานวิจัยฉบับนี้สัมฤทธิ์ผลด้วยดี

ญาณัญญา ศิริภัทร์ธาดา

มกราคม 2555

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
ABSTRACT	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 สมมติฐานการวิจัย	7
1.4 ขอบเขตการวิจัย	7
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัยการวิจัย	8
1.6 นิยามศัพท์	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ประวัติความเป็นมาของตำบลศาลายา	12
2.2 ทฤษฎีการพึ่งตนเองของชุมชนในชนบท	20
2.3 ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม	20
2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	21
2.5 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow	22
2.6 ทฤษฎีแรงจูงใจของ McClelland	22
2.7 ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom	26
2.8 ทฤษฎีสื่อ (Media Theory)	26
2.9 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.10 แนวคิดทางการตลาด	36
2.11 แนวคิด “ทุนทางสังคม”	38
2.12 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะผู้ประกอบการ	39
2.13 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจนอกระบบ และการค้ารายย่อย (Informal Sector)	39
2.14 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	44
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 วิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ	52
3.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	52
3.1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	53
3.1.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	53
3.1.4 การทดสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อถือได้	53
3.1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	57
3.2 วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ	57
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
ตอนที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม	66
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ สภาพปัญหาของการค้าขายสำหรับ ผู้ประกอบการค้ารายย่อย	69
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม ให้กับผู้ค้ารายย่อยชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลศาลายา ผลการวิจัยที่รวบรวมจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก	72 73
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษาและการอภิปรายผลการศึกษา	80
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	83

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้สนใจศึกษาวิจัยต่อไป	83
5.4 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	89
ภาคผนวก ข. แบบสัมภาษณ์	95
ภาคผนวก ค. ภาพงานวิจัยภาคสนาม	97
ประวัติผู้ทำรายงานการวิจัย	102

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้าที่
3.1 ตารางกิจกรรม ปฏิทินและระยะเวลาการดำเนินงานโครงการวิจัย	59
3.2 ปฏิทินกิจกรรมแสดงแผนการดำเนินงาน/ปฏิทินงาน ในแต่ละเดือน	61
4.1 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	66
4.2 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	69
4.3 จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	72

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้าที่
1.1 แสดงกรอบความร่วมมือในการวิจัย	2
1.2 สภาพการค้าขายสินค้าของตลาดศาลายาด้านนอก (ฝั่งใหม่)	3
1.3 ที่มาและความสำคัญของปัญหาที่ทำวิจัย	6
1.4 กรอบกระบวนการดำเนินการวิจัยขั้นต้น	8
2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	28
2.2 แบบจำลองแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม	35
2.3 แสดงแนวคิดพื้นฐานทางการตลาด	36
3.1 แสดงโครงสร้างอายุประชากรของตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม	47
3.2 แสดงแผนที่ตำบลศาลายา	49
4.1 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการค้ารายย่อย	67
4.2 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตเทศบาลตำบลศาลายา	68
4.3 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มผู้ค้ารายย่อยในเขตเทศบาลตำบลศาลายา	68