

## กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

### ของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

#### Marketing Strategy for Competitive Advantage of Traditional Retailer

#### Business in Dusit district, Bangkok Metropolis

พัชราภรณ์ เลขยันต์<sup>1</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยทำการวิเคราะห์จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการค้าปลีก จำนวน 400 ราย นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบด้วยค่าสถิติ t-test และวิธีการ One-way ANOVA

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่มี เพศ อายุ และการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการใช้กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 กล่าวคือ ผู้ประกอบการที่เป็นเพศหญิง มีการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นเพศชาย ผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า มีการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุน้อย ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาน้อย มีการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่า ในขณะที่เดียวกัน ผู้ประกอบการที่เป็นเพศหญิงยังมีการใช้กลยุทธ์ด้านราคามากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นเพศชาย แต่ผู้ประกอบการที่เป็นเพศชายมีการใช้กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าผู้ประกอบการที่เป็นเพศหญิง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่าก็มีการใช้กลยุทธ์ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า รวมถึงผู้ประกอบการที่มีการศึกษาน้อยมีการใช้กลยุทธ์ด้านราคาและด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่าด้วย

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม เขตดุสิต

<sup>1</sup>อาจารย์ สาขาวิชาการประกอบการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อีเมลล์: pachara\_l@hotmail.com

## Marketing Strategy for Competitive Advantage of Traditional Retailer

### Business in Dusit district, Bangkok Metropolis

Pacharaporn Lekyan<sup>1</sup>

#### Abstract

This research aimed to study the marketing strategy for competitive advantage of traditional retailer business in Dusit district, Bangkok Metropolis. This survey research employed quantitative study was testing 400 samples of traditional retailers. The data were collected by questionnaire. The statistics used in the research were percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA analysis.

The findings found that the different personal factors including; sex, age, and education level, made differences in the competitive advantage strategy of traditional retailer by statistically significant at the 1 and 5 percent level. The female, elder, and less educational retailers used more the market promotion and product strategies in the traditional business. Meanwhile, the female retailer also used the price strategy more than the male retailer, but the male retailer used the distribution strategy more than the female. Moreover, the elder and less educational retailers used more the price and distribution strategies in the traditional business.

**Keywords:** Marketing Strategy, Competitive Advantage, Traditional Retailer Business,  
Dusit district

---

<sup>1</sup>Lecturer, Entrepreneurship Program, Faculty of Management Science, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: pachara\_l@hotmail.com