

ชื่อเรื่อง การศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อ จังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้วิจัย นางสาวอุษณีย์ พุกกะมาน ปริญญา บธ.ม. (การบริหารธุรกิจ)

กรรมการที่ปรึกษา ผศ. พร็ิมเพรา อัญญาโพธิ์ ประธานกรรมการ
รศ. ดร.แสงจันทร์ ศรีประเสริฐ กรรมการ
ผศ. เขมิกา แสนโสม กรรมการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2551

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะทางข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และเพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ด ประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อที่ตั้งร้านในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่เปิดดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งสิ้น 84 แห่ง จำนวนผู้ประกอบการ 74 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การทดสอบสมมุติฐานใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย t -test และ F-test (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า

ผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ด มีการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก และผู้ประกอบการที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา ทำเลที่ตั้ง ระยะเวลาในการดำเนินงาน แหล่งเงินทุน และขนาดเงินลงทุนต่างกัน ส่วนใหญ่มีการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัญหาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ด มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่ ไม่สามารถจัดหาสินค้าที่มีความหลากหลาย และมีคุณภาพให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ จึงควรมหาสินค้าให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ด้านราคา พบว่า ร้านสะดวกซื้อมีการแข่งขันกันสูงในเรื่องของราคาสินค้า และต้องมี

การลดราคาสินค้าเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ทำให้ได้รับกำไรน้อย จึงควรให้ ร้านสะดวกซื้อในแต่ละพื้นที่จึงควรร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อไม่ให้เกิดการแข่งขันในเรื่องราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย พบว่า สินค้าจัดส่งไม่ทันเวลา ทำให้ไม่มีสินค้าไว้คอยบริการผู้บริโภค จึงควรมีการเช็สต็อกสินค้าภายในอยู่ตลอดเวลาเพื่อลดปัญหาสินค้าขาดตลาดไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ยังไม่มีการส่งเสริมการขายในเรื่องของลด แลก แจก แถม การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เท่าที่ควร จึงควรมีการปรับปรุงเรื่องการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ ลด แลก แจก แถม การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ด้านพนักงาน พบว่า ขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากแรงงานส่วนใหญ่เข้าไปทำงานในกรุงเทพฯ จึงควรมีการประสานกับกรมแรงงานเพื่อช่วยลดปัญหา ในการจัดหาแรงงาน ด้านกระบวนการบริการ พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าต้องรอนานในการจ่ายเงิน จึงควรมีการเพิ่มเครื่องจ่ายเงินและจัดวางระบบให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่ร้านสะดวกซื้อจัดร้านไม่เป็นระเบียบ จึงควรมีการออกแบบวางผังร้านค้า ให้เป็นระเบียบ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ร้าน



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

TITLE : Study on market mix strategy of convenient stores on Roi-Et Province

AUTHUT : Miss Ussanee Phukkaman **DEGREE :** M.B.A. (Master of Business Administration)

ADVISORS : Asst. Prof. Primprao Unyapho Chairman
Asso. Prof. Dr. Saengchan Sriprasert Committee Member
Asst. Prof. Khemika Saensome Committee Member

RAJABHAT MAHA SARAKHAM UNIVERSITY, 2008

ABSTRACT

This research aims to study the application of market mix strategy of convenient stores in Roi-et Province to compares of the entrepreneur background information attribute of convenient stores that related to market mix strategy implementation and to study problems and recommendations. The target group were total 84 convenient stores, 74 entrepreneurs, presently operates in Roi-et Province. Data analysis was done using computer application to determine percentages, means, standard deviation and hypothesis testing used t-test and F-test (One – way ANOVA)

Research result found :

The overall implementation of market mix strategy of entrepreneurs were in high level ; entrepreneurs with different gender, age, education level, location, operation duration, capital source, and investment size, mostly used different market mix strategies with statistic significance at .05 ; whereas problems and recommendations on market mix strategy implementation were : product aspect found that most convenient stores unable to procure of diversified and good quality goods to meet the need of customer therefore should diversify goods items ; price aspect found that there was high completion on price and discount was necessary that result in low profit therefore wash area convenient stores should collaborately organize sale promotion to reduce of competition ; distribution channel aspect found that late delivery of goods to serve customers. Therefore stock

control is needed all the time ; market promotion aspect found that the was insufficient promotion such as discount, advertisement and public relation therefore should be improved ; personnel aspect found that there still be lack of workforce due to the majority of workforce went to Bangkok therefore entrepreneur should consult with labour Department ; service giving aspect found that mostly gave a slow payment service which might due to the poor payment system therefore should introduce of payment machine and re-set payment system to increased the speed; and office facilities aspect found that most of convenient stores were not well organized therefore the design should be improved for better appearance of the store.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY