

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการบิกซี
ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงราย
- ผู้จัดทำ : นายสุจินต์ มานะสุวรรณชัย
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.พนม พรหมกันทา
- หลักสูตร : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- วันที่อนุมัติผลงาน : กันยายน 2544
- จำนวนหน้า : 61 หน้า

การบริหารธุรกิจการค้าปลีกในรูปแบบซูเปอร์เซ็นเตอร์หัวใจสำคัญคือต้องพยายามบริหารภายใต้ต้นทุนที่ต่ำเพราะถึงแม้จะมีการสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากต้นทุนต่อหน่วยต่ำ ก็ยังมีความเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ดังนั้นกลยุทธ์การบริหารซูเปอร์เซ็นเตอร์จึงต้องเน้นที่การเป็นผู้นำในด้านต้นทุนต่ำ

การดำเนินงานของบริษัทบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักในการดำเนินงาน การกำหนดรูปแบบการให้บริการและการนำเสนอสินค้าเนื่องจากเหตุผลที่ผู้บริโภคแต่ละคนมีพฤติกรรมการใช้บริการหรือพฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน

ดังนั้น การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโดยวิธีการศึกษา ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้ที่มาใช้บริการบิกซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ ที่มีที่พักอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองและอำเภออื่น ๆ ในเขตจังหวัดเชียงรายจำนวน 400 คน การวิเคราะห์ผลข้อมูลใช้การประมวลผลและกำหนดเป็นตารางแจกแจงความถี่ ใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย การไขว้ตาราง T-test และการทดสอบความแปรปรวน

ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้มาใช้บริการพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-25 ปี วุฒิกษการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและอนุปริญญา อาชีพรับราชการและประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือนและพักอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง

ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการบริโภคพบว่า ผู้มาใช้บริการจะมาใช้บริการสินค้าแผนกอุปโภคบริโภคในเขตอำเภอเมือง จะมาใช้บริการในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) อำเภออื่นจะมาใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุดคือ 16.01 น. – 19.00 น. และเหตุที่มาใช้บริการเพราะมีผลิตภัณฑ์ครบทุกประเภท จะมากับครอบครัวโดยใช้รถส่วนตัวและรถจักรยานยนต์ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการในเขตอำเภอเมืองจะมาใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน อำเภออื่นจะมา 1-2 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในอำเภอเมือง 1 – 500 บาท อำเภออื่น ๆ 500 – 1,000 บาท และแผ่นพับโฆษณาเป็นสื่อที่มีผลต่อการมาใช้บริการมากที่สุด

ผลการวิจัยด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญในด้านสถานที่ของราคาของผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านสถานที่ได้แก่ การปรับอุณหภูมิในร้านให้เหมาะสม ความสะอาดสบายในการเลือกซื้อ ความสะอาดของอาคารสถานที่ การจัดวางสินค้าสะดวกต่อการเลือกซื้อ การติดป้ายบอกตำแหน่งสินค้า สถานที่จอดรถกว้างขวางมีร่ม การเดินทางไปมาสะดวกปลอดภัย สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน มีบริการช่วยเหลือจากพนักงานตามลำดับค่าเฉลี่ย ด้านราคา พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการมีใบเสร็จแจกแจงราคาสินค้า มีการระบุราคาชัดเจน การกำหนดราคาเหมาะสม สินค้ามีราคาถูกกว่าร้านค้าปลีก สินค้ามีราคาไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ตามลำดับค่าเฉลี่ย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านความหลากหลายของสินค้าแต่ละประเภท ความหลากหลายของตรายี่ห้อ คุณภาพสินค้า มีการรับประกันสินค้า ด้านมีสินค้าแปลกใหม่วางจำหน่ายอยู่เสมอ ความรวดเร็วในการให้บริการ พนักงานมีอัธยาศัยดี การให้บริการทอด อย่งนี้ การให้ทดลองสินค้าก่อนการซื้อ มีบริการจัดส่งถึงบ้าน บริการเงินผ่อนตามลำดับค่าเฉลี่ย ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ แผ่นพับ ป้ายและรถโฆษณา มีรายการสินค้าพิเศษแนะนำ มีกิจกรรมวันสำคัญต่าง ๆ โบรชัวร์สินค้าราคาพิเศษจัดส่งถึงบ้านและสถานที่ต่าง ๆ มีระบบรักษาความปลอดภัยลูกค้าและทรัพย์สิน รับบัตรเครดิตและเดบิต การจัดการ ลด แลก แจก แถม มีกิจกรรมของชุมชน กีฬา หรือวันสงกรานต์

ของแถมจากการทำเป่าซ็อกจากบิล การคุ้มครองคะแนนสะสมเต็มแลกสินค้า บัตรสมาชิกลดราคา 10% ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกัน และผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะว่าควรมีการจัดการในด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านบุคลากรแผนกการให้บริการควรมีการอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้ม สถานที่ควรเปิดช่องทางการชำระเงินเพื่อความสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ราคาสินค้าจัดให้เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจ การส่งเสริมการขายควรเน้นในเรื่องการส่งโปรโมชั่นให้ทั่วถึงให้มากที่สุด