ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ รูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในยุคโลกาภิวัตน์ กรณีร้านค้าปลีกในศูนย์การค้า จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวประกายดาว แซ่เตีย

ปริญญา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (อาชีวศึกษา)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

อาจารย์ ดร.กาญจนา เกียรติมณีรัตน์ ประธานกรรมการ
อาจารย์สุรีย์พร พานิช กรรมการ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในยุคโลกาภิวัตน์ กรณีร้านค้าปลีกในศูนย์การค้า จังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย กลุ่มศึกษาประกอบด้วยร้านค้าปลีกในศูนย์การค้า จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 ประเภท คือ ห้างสรรพสินค้า บริษัทขายรถยนต์และรถมอเตอร์ไซด์ ร้านขายอุปกรณ์สื่อสารและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านขายอาหาร และผู้เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของร้านค้าปลีกทั้ง 4 ประเภท จำนวน 8 คน และผู้บริโภค จำนวน 260 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม เก็บข้อมูลโดยวิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยบรรยายเชิงพรรณนา วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในยุคโลกาภิวัตน์ กรณีร้านค้าปลีกในศูนย์การค้า จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1) รูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เน้นตัวสินค้าและการบริการ นิยมจัดขึ้นอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ได้แก่ การจัดแสดงโชว์และสาธิตการทำงานของสินค้า การจัดกิจกรรมการแสดง การจัดกิจกรรมนันทนาการ การลดราคาสินค้า การทดลองใช้สินค้า และ 2) รูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เน้นการผสมผสานสินค้าที่หลากหลายประเภท ได้แก่ การจัดแสดงสินค้าอื่นควบคู่กัน การจัดนิทรรศการ การแจกสื่อสิ่งพิมพ์ การแลกซื้อสินค้า การสะสมยอดซื้อและสะสมคะแนน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ที่มีต่อรูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในยุคโลกาภิวัตน์ คือ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์สินค้ามากยิ่งขึ้น มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าควบคู่กัน เพื่อให้สินค้าภายในงานกิจกรรมส่งเสริมการขายมีหลากหลายชนิด มีความสนุกสนาน และมีการรณรงค์ให้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมมากขึ้น

ส่วนความคิดเห็นของผู้บริโภค ที่มีต่อรูปแบบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในยุคโลกาภิวัตน์ คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่พอใจที่ทางร้านค้า จัดเตรียมสินค้าที่มีความสะอาดและจัดวางสินค้าอย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย กำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาผลิตสินค้า สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะอาด และต้องการให้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นประจำสม่ำเสมอ ในอนาคตผู้บริโภคต้องการให้ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า จัดรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม สินค้าที่มีคุณภาพ ให้ลูกค้าทดลองใช้สินค้า มีการแนะนำสินค้าผ่านทางอินเตอร์เน็ท แจกของตัวอย่างในปริมาณมากขึ้นกว่าเดิม เปิดรับสมัครสมาชิกของสินค้า และส่งข่าวสารให้แก่สมาชิก และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุท้องถิ่นมากขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Thesis Title Pattern of Sales Promotion Activities in Globalization Age : Cases of Retail Stores in Shopping Center Chiang Mai Province

Author Miss Prakaidao Saetia

Degree Master of Education (Vocational Education)

Thesis Advisory Committee

Lect. Dr. Kanjana	Keatmaneerat	Chairperson
Lect. Sureeporn	Phanich	Member

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the pattern of sales promotion activities which has been used in Globalization age of the retail stores in the shopping center in Chiang Mai province; 2) to study the opinion of the marketing promotion participants and 3) to study opinion of customer towards the pattern of sales promotion activities. The study case include the retailing stores in the in Chiang Mai which were grouped in to 4 types; retailing store in shopping centers, the Car and Motorcycle Company, communication and electrical equipment stores and restaurant. The 8 participants and 260 customers of the department stores in Chiang Mai are involved. The data were gathered by observation without the direct participation, random interview and closed questions in questionnaire. Data were analyzed through use: 1) qulitative data; content analysis and 2) quantitative data; frequency, percentage, mean and Standard Deviation.

From the result, it was found that there were 2 main types of sales promotion activities of the shopping centers in Chiang Mai; 1) Product and service focused type, for instance, organizing the performance, demonstration, special event and game, discounting the price and giving the tester and 2) Various product focused type which promote the marketing strategies by

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

encouraging customer to collect the purchasing point, demonstrating relating product, organizing the exhibition, distributing the pamphlet and trading the product.

The participants agree to the idea that running the business in Globalization should emphasis on the sales promotion activities, the product which were used in the event should be various, the event should be in the friendly atmosphere, the marketing promotion should be beneficial to the society.

The opinion of the customers towards the marketing promotions were that they prefer to go to the stores where they show the various products with the reasonable price besides the cleanliness is concerned. In the future, the customers would like the producer to organize the marketing promotion by discounting the price, trading the product, distributing the complimentary, distributing the tester, introducing the products via the Internet, giving the chance to be a member of the company and sending them the news and advising on local radio.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved