



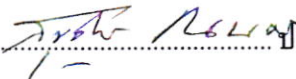
ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย)
ในเขตคลองสามวา

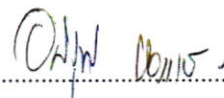
**Marketing Mix of Traditional Retail Business (convenience shop) in Klong
Samwah district ,Bangkok Metropolis**

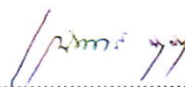
ชวลิต ต่างจรูญ

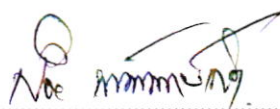
การค้นคว้าอิสระเสนอต่อ สถาบันรัชภาคนคร
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการทั่วไป (MBA) ปีการศึกษา 2558

การศึกษาค้นคว้าอิสระ : ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก
แบบดั้งเดิม(ร้านโชห่วย) ในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร
ชื่อ : ชวลิต ต่างจรูญ
หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการ)
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว
ปีที่สำเร็จการศึกษา : 2558


..... ประธานกรรมการ
(รศ.สุขจิตต์ ฉ นกร)


..... กรรมการ/อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว)


..... กรรมการ
(ดร.ชนินทร์ วิชุลตา)


..... ผู้อำนวยการหลักสูตร
(ดร.พิชัย ทรัพย์เกิด)

หัวข้อภาคนิพนธ์	: ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา	: ชวลิต ต่างจรรยา
รหัสประจำตัว	: 5718100011
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการจัดการ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.อนิรุทธิ์ ผ่องแผ้ว
ปีการศึกษา	: 2558

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจเรื่องส่วนผสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) เขตคลองสามวา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร 2) ส่วนผสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างได้จากร้านโชห่วย จำนวน 30 ราย ใช้สถิติเชิงพรรณนา (ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย- \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน-S.D.) เป็นหลักในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา สำหรับรูปแบบการค้ากิจการส่วนใหญ่เป็นแบบเจ้าของคนเดียว และกิจการไม่ได้ติดเครื่องปรับอากาศ ในส่วนของการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ในเขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก

Independent study Title : Marketing Mix of Traditional Retail Business (convenience shop)
in Klong Samwah district , Bangkok Metropolis

Name-Surname : Chavalit tangjarun

Identification : 5718100011

Degree : Master of Business Administration

Independent study Advisor : Dr. Aniruth Phongpaew

Academic Year : 2558

Abstract

The objectives of this survey research on the subject of marketing mix characterizing traditional retail business (convenience shop) in Klong Samwah district were to study 1) personal characteristics of the entrepreneurs conducting traditional retail business who were target population under study 2) marketing mix of these convenience shops . Samples included 30 convenience shops . Statistics used in the analysis were mainly descriptive statistics (frequency,percentage , mean and standard deviation).

Outcome of the study showed that the majority of entrepreneurs were female , married, 31-40 years of age , below secondary school graduates. The majority of them had one single owner and were not equipped with air-conditioner.

Study of marketing mix characterizing these convenience stores revealed that channel of distribution scored highest while the scores on product , price , marketing promotion , personnel, physical environment and service process were high.