

หัวข้อเรื่อง	ผลกระทบและแนวทางการปรับตัวของร้านสะดวกซื้อ จากปัจจัยภายนอกของกรณีศึกษามาตรการของ ภาครัฐที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของ แอลกอฮอล์ Local store effect and survival strategy from External factor: Case study the government Prohibition policy of selling alcohol drinking
ชื่อผู้เขียน	นาง สายยณ นิชาพรสกุล Mrs. Saiyon Nicharpornsakun นาย ยอดชาย เจริญยิ่ง Mr. Yodchai Jaroenyong
แผนกวิชา/คณะ	สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม อุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา/งานวิจัยเฉพาะกรณี	รศ.ดร.ธัญมณีสถนัญญ์ พาณิกภัค
ปีการศึกษา	2550

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ผลกระทบและแนวทางการปรับตัวของร้านสะดวกซื้อจาก ปัจจัยภายนอกของกรณีศึกษามาตรการของภาครัฐที่ห้ามจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์” จากนโยบายของภาครัฐที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีทั้งผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ และผู้ที่เสียผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐ จากการประชุมคณะรัฐมนตรีและได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายของภาครัฐเมื่อ วันที่ 29 พฤศจิกายน 2549 ที่มีการบังคับใช้คำสั่งห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ โดยจะให้ผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 3 ธันวาคม 2549

จากมาตรการดังกล่าวส่งผลกระทบต่อร้านสะดวกซื้อ ที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน จากการประกาศของกระทรวงสาธารณสุขที่ห้ามจำหน่ายสินค้าที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ ที่มีต่อกลุ่มธุรกิจค้าปลีกที่ประกอบกิจการในสถานที่ห้ามจำหน่าย พบว่าร้านสะดวกซื้อที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดในปี พ.ศ.2549 คือ ร้านสะดวกซื้อ 7- Eleven เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการที่มี

จำนวนสาขาที่มากกว่าร้านสะดวกซื้อรายอื่นที่มีจำนวนสาขา 416 สาขา คิดเป็น 25.38 %ของร้านสะดวกซื้อทั้งหมด

ดังนั้นร้านสะดวกซื้อ 7- Eleven จะต้องนำกลยุทธ์ต่างๆเกี่ยวกับสินค้าและบริการ, ราคา,ทำเลที่ตั้ง และกิจกรรมส่งเสริมการขาย (4P's) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) ตลอดจนการบริหารกลุ่มสินค้า (Category Management) และพฤติกรรมผู้บริโภค มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน และปฏิบัติตามมาตรการของรัฐบาลที่ไม่เคยมีมาก่อนส่งผลกระทบต่อยอดขายสำหรับร้านสะดวกซื้อที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมัน ซึ่งเป็นทั้งอุปสรรคและโอกาสให้บริษัทได้ใช้เป็นแนวทางในการหากลยุทธ์ใหม่ๆเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาหวังว่าผลการศึกษานี้ จะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับผู้สนใจในการหาแนวทางพัฒนาต่อยอด และสร้างโอกาสการปรับตัวให้กับธุรกิจค้าปลีกของประเทศได้ต่อไป