

# สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ .....	ข
ABSTRACT .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ณ
สารบัญแผนภูมิ .....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามของการวิจัย .....	3
สมมุติฐานของการวิจัย .....	3
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	3
ขอบเขตการวิจัย .....	4
กรอบแนวคิดของการวิจัย .....	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย .....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	10
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง .....	10
วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย .....	10
บริบทการค้าปลีกของจังหวัดร้อยเอ็ด .....	12
แนวโน้มการทำธุรกิจค้าปลีก .....	16
อิทธิพลของร้านค้าปลีกต่างชาติที่มีผลต่อร้านสะดวกซื้อ .....	22
สภาพปัญหาที่มีผลกระทบต่อการประกอบการธุรกิจค้าปลีก .....	26
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	30
การบริหารการตลาด .....	30
กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ .....	33

เรื่อง	หน้า
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's .....	43
ธุรกิจค้าปลีกและร้านสะดวกซื้อ .....	58
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	63
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>69</b>
ประชากรเป้าหมาย .....	69
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	73
วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	74
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	75
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	75
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	76
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>80</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	80
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	80
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	81
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>132</b>
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	132
สมมุติฐานการวิจัย .....	132
สรุปผลการวิจัย .....	133
อภิปรายการวิจัย .....	137
ข้อเสนอแนะ .....	141
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>142</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>145</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย .....	146
ภาคผนวก ข คุณภาพของแบบสอบถาม .....	154
<b>ประวัติผู้วิจัย .....</b>	<b>157</b>



ตารางที่

หน้า

33	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงานของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	116
34	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการแตกต่างกัน .....	117
35	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	118
36	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการที่กิจการที่แตกต่างกัน ของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	119
37	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	120
38	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	121
39	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีขนาดเงินลงทุนในการดำเนินกิจการแตกต่างกัน .....	122
40	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีขนาดเงินลงทุนในการ ดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	123
41	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคาของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีขนาดเงินลงทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน ....	124
42	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีขนาดเงินลงทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	125

43	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีขนาดเงินลงทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	126
44	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านพนักงานของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีขนาดเงินลงทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	127
45	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านกระบวนการบริการของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ดที่มีขนาดเงินลงทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	128
46	เปรียบเทียบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงานของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่มีขนาดเงินลงทุนในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน .....	129

## สารบัญแผนภาพ

แผนภูมิที่	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย .....	5
2 แสดงกระบวนการในการบริหารการตลาด .....	31
3 แสดงส่วนประสมทางการตลาด .....	57



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY