

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(2)
สารบัญตาราง .....	(7)
สารบัญภาพประกอบ.....	(8)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	5
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.4 นิยามศัพท์.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	7
2. กรอบแนวคิด ทฤษฎีและกรณีศึกษา.....	9
2.1 ภาพรวมธุรกิจร้านสะดวกซื้อในประเทศ.....	9
2.2 ภาพรวมธุรกิจ7-Elevenทั่วโลก .....	10
2.2.1 ภาพรวมธุรกิจ7-Elevenในประเทศไทย.....	11
2.2.2 ด้านบริการ .....	12
2.2.3 ด้านสิ่งแวดล้อม .....	12
2.2.4 การบริหารงานของร้านสะดวกซื้อ .....	12
2.2.5 โครงสร้างสำนักปฏิบัติการกรุงเทพและปริมณฑล.....	13

2.2.6	ปรัชญาองค์กรของบริษัทซีพีเซเว่นอีเลฟเว่นจำกัด (มหาชน) .....	14
2.2.7	กลยุทธ์ของบริษัทซีพีเซเว่นอีเลฟเว่นจำกัด (มหาชน).....	15
2.2.8	จริยธรรมทางธุรกิจของ บริษัทซีพีเซเว่นอีเลฟเว่นจำกัด (มหาชน) .....	15
2.2.9	ระบบธรรมาภิบาลของ บริษัทซีพีเซเว่นอีเลฟเว่นจำกัด (มหาชน) .....	15
2.2.10	โครงการเพื่อสังคมของ บริษัทซีพีเซเว่นอีเลฟเว่นจำกัด (มหาชน) .....	16
2.2.11	ผลกระทบโดยตรงต่อร้าน7-Eleven.....	17
2.3	กรอบแนวความคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	17
2.3.1	กลยุทธ์การตลาดหรือ4 P's.....	17
2.3.2	การบริหารจัดการกลุ่มสินค้า.....	18
2.3.3	ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ค้าปลีกกับผู้ค้าทางธุรกิจ .....	18
2.3.4	การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า.....	26
2.3.5	พฤติกรรมผู้บริโภค.....	26
2.4	บทความที่เกี่ยวข้อง .....	42
2.5	ประกาศที่เกี่ยวข้อง.....	44
2.6	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	45
3.	ระเบียบวิธีวิจัย.....	46
3.1	การออกแบบวิจัย.....	46
3.2	การวิจัยเชิงปริมาณ .....	46
3.2.1	วัตถุประสงค์การวิจัยเชิงปริมาณ.....	46
3.2.2	ประชากร.....	47
3.2.3	กลุ่มตัวอย่าง.....	48
3.2.4	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ .....	49
3.2.5	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ .....	50
3.2.6	การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	50

3.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	51
3.3.1 วัตถุประสงค์การวิจัยเชิงคุณภาพ .....	51
3.3.2 ผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ.....	51
3.3.3 การสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ .....	52
3.3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	52
3.3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ .....	52
4. ผลการศึกษาวิจัย.....	53
4.1 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative).....	53
4.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบ สอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative).....	53
4.1.2 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำ แบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) .....	56
4.1.3 สรุปผลข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative).....	57
4.1.4 ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมกับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มสินค้าที่มีส่วน ผสมของแอลกอฮอล์.....	57
4.1.4.1 วิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าสินค้าที่มีส่วนผสม ของแอลกอฮอล์ก่อนมีประกาศของกระทรวงสาธารณสุข .....	58
4.1.4.2 สรุปผลการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคก่อนมีประกาศของ กระทรวงสาธารณสุข.....	60
4.1.4.3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าสินค้าที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ หลังมีประกาศของกระทรวงสาธารณสุข.....	61
4.1.4.4 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานหลังมีประกาศของกระทรวง สาธารณสุข.....	65
4.1.4.5 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน จากตารางที่4.4-4.8.....	66
4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative).....	70

4.2.1	การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview).....	70
4.2.2	สรุปผลการสัมภาษณ์ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเชิงลึก (In - Depth Interview).....	70
4.2.3	สรุปผลการสัมภาษณ์มาตรการความร่วมมือกับภาครัฐ ของธุรกิจค้าปลีกเชิงลึก (In – Depth Interview).....	72
4.2.4	สรุปผลการสัมภาษณ์ภาวะการแข่งขันของค้าปลีกเชิงลึก.....	72
4.2.5	สรุปผลการสัมภาษณ์ยุทธศาสตร์ในอนาคต ของร้านสะดวกซื้อ 7-Elevenเชิงลึก (In - Depth Interview).....	73
5.	บทสรุปและข้อเสนอแนะ .....	77
5.1	สรุปผลงานวิจัย.....	77
5.1.1	สรุปผลการศึกษาข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ .....	77
5.2	สรุปผลการศึกษารายการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).....	79
5.3	ยุทธศาสตร์ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven.....	81
5.3.1	แผนระยะสั้นสำหรับยุทธศาสตร์ร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven.....	82
5.3.2	แผนระยะยาวสำหรับยุทธศาสตร์ของร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven.....	83
5.4	อภิปรายยุทธศาสตร์ของ7-Eleven.....	85
5.5	ข้อคิดเห็นต่อการวิจัย.....	85
5.6	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป.....	86
ภาคผนวก		
ก.	สรุปการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS .....	88
ข.	แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	115
บรรณานุกรม .....		
		121
ประวัติการศึกษา.....		
		122