

## สารบัญ

|                                                                                                                                                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| บทคัดย่อ .....                                                                                                                                    | (1) |
| Abstract.....                                                                                                                                     | (1) |
| ประกาศนุญการ.....                                                                                                                                 | (2) |
| สารบัญ.....                                                                                                                                       | (3) |
| สารบัญตาราง.....                                                                                                                                  | (5) |
| สารบัญภาพ .....                                                                                                                                   | (6) |
| บทนำ.....                                                                                                                                         | 1   |
| ความสำคัญและที่มาขอปัญหาที่ทำการวิจัย.....                                                                                                        | 1   |
| วัตถุประสงค์งานวิจัย.....                                                                                                                         | 3   |
| ขอบเขตของโครงการวิจัย (ระบุขอบเขตการวิจัยในเชิงปริมาณ/เชิงคุณภาพ ที่เชื่อมโยงกับปัญหาที่ทำการวิจัย)<br>.....                                      | 4   |
| ขอบเขตทางด้านความหมาย .....                                                                                                                       | 4   |
| ขอบเขตทางการวิเคราะห์.....                                                                                                                        | 4   |
| ขอบเขตด้านประชากรศึกษา.....                                                                                                                       | 4   |
| ขอบเขตด้านตัวแปรประเภทร้านค้าปลีก (Retail format).....                                                                                            | 4   |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....                                                                                                                   | 5   |
| คำสำคัญ.....                                                                                                                                      | 5   |
| เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....                                                                                                              | 6   |
| ส่วนประสมการค้าปลีก (Retail Mix) .....                                                                                                            | 6   |
| ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ส่วนประสมทางการค้าปลีกและรูปแบบของร้านค้าปลีก (Relation between<br>retail mix strategies and formats of retailers)..... | 10  |
| กรอบแนวความคิดในการวิจัย (Conceptual Framework).....                                                                                              | 16  |
| วิธีดำเนินการวิจัย .....                                                                                                                          | 19  |
| การออกแบบการเก็บตัวอย่าง.....                                                                                                                     | 19  |
| ประชากรศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง .....                                                                                                                | 19  |
| ขนาดตัวอย่าง.....                                                                                                                                 | 19  |
| วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....                                                                                                                          | 19  |
| การออกแบบเครื่องมือสำหรับการเก็บข้อมูล .....                                                                                                      | 19  |
| การพัฒนาตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....                                                                                                               | 19  |

|                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบบสอบถาม และวิธีการสอบถาม.....                 | 20 |
| การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวิจัย.....                                   | 23 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล.....                                                         | 27 |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                           | 27 |
| ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....                                                  | 29 |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....                                                      | 30 |
| การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น และลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....                  | 30 |
| การวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดของร้านประเภทค้าปลีกต่อส่วนประสมทางการค้าปลีก..... | 31 |
| การวิเคราะห์ทิศทางการพัฒนาตำแหน่งทางการตลาดของร้านโชห่วย.....                   | 41 |
| อภิปรายผล สรุปและข้อเสนอแนะ .....                                               | 44 |
| สรุปและอภิปรายผลการวิจัย .....                                                  | 44 |
| ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย .....                                                     | 49 |
| บรรณานุกรม.....                                                                 | 51 |

## สารบัญตาราง

|                                                                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ตารางที่ 1 จุดเด่นและจุดด้อยของร้านค้าปลีกแต่ละประเภทที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม .....                                                                                        | 18 |
| ตารางที่ 2 เมตริกซ์ของข้อมูลที่จะเก็บจากผู้ตอบ 1 ท่าน .....                                                                                                                 | 22 |
| ตารางที่ 3 ค่าสถิติทดสอบ Paired sample t-test และค่าสัมประสิทธิ์เพียร์สัน (Pearson correlation) เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีทดสอบซ้ำ (Test-retest reliability) ..... | 26 |
| ตารางที่ 4 ข้อมูลจากการเก็บตัวอย่างก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Unfolding Multidimensional Scaling .....                                                                | 28 |
| ตารางที่ 5 สถิติเชิงพรรณนาสำหรับตัวแปรอายุและรายได้จากตัวอย่างจะนวน 395 คน .....                                                                                            | 30 |
| ตารางที่ 6 ค่าความถี่และร้อยละของตัวแปรเพศ ระดับการศึกษาที่สำเร็จสูงสุด .....                                                                                               | 30 |
| ตารางที่ 7 ข้อมูลค่าเฉลี่ยจาก 395 ตัวอย่าง ในรูปแบบเมตริกซ์ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Unfolding Multidimensional Scaling .....                                        | 32 |
| ตารางที่ 8 พิกัดบนแกน 5 มิติ ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Unfolding Multidimensional Scaling .....                                                                       | 34 |
| ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและลำดับที่ของค่าเฉลี่ยของร้านโชห่วยจากการให้คะแนนของผู้บริโภค .....                                                                                    | 43 |

## สารบัญภาพ

|                                                                                                                                                                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม .....                                                                                                                                                                                            | 17 |
| ภาพที่ 2 บอร์ดที่ถูกออกแบบเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล .....                                                                                                                                                                                 | 21 |
| ภาพที่ 3 ตัวอย่างการเปลี่ยนคะแนนจากสภาพปัจจุบันไปสู่ความคาดหวังของร้านโชห่วย .....                                                                                                                                                                    | 22 |
| ภาพที่ 4 ตัวอย่างแนวคิด Multidimensional Scaling โดยการแปลงค่า Proximity matrix ของระยะทาง<br>ระหว่างจังหวัดทั้ง 4 จังหวัด ไปสู่ตำแหน่งพิกัด 2 มิติ.....                                                                                              | 28 |
| ภาพที่ 5 แผนภาพ Screeplot ระหว่างจำนวนมิติในการสร้างพิกัด (Dimensionality) และค่าความเครียด (Stress)<br>.....                                                                                                                                         | 33 |
| ภาพที่ 6 ภาพความสัมพันธ์ระหว่างค่าระยะทางจริงที่คำนวณด้วยเทคนิค Unfolding Multidimensional<br>Scaling บนพิกัดพิกัดคาร์ทีเซียน (Cartesian coordinate system) 5 มิติ และค่าระยะทางที่แปลงแล้ว<br>(Transform proximity) จากข้อมูลที่เก็บจากตัวอย่าง..... | 34 |
| ภาพที่ 7 แผนภาพ Dendrogram ด้วยวิธี Average Linkage (Within Groups) จัดกลุ่มจากจำนวนพิกัดทั้งหมด<br>20 จุด บนแกน 5 มิติ โดยการถูกจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันแสดงว่าร้านค้าดังกล่าวมีความโดดเด่นในคุณลักษณะนั้น                                             | 36 |
| ภาพที่ 8 แผนภาพแสดงพิกัดบนแกน 2 มิติแรกจาก 5 มิติ ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Unfolding<br>Multidimensional Scaling โดยพิกัดยังอยู่ใกล้กันยังแสดงถึงความโดดเด่นในกลุ่มดังกล่าวนั้นเมื่อเทียบกับคู่แข่ง<br>.....                                   | 38 |
| ภาพที่ 9 แผนภาพ Dendrogram ด้วยวิธี Average Linkage (Within Groups) จัดกลุ่มจากจำนวนพิกัดทั้งหมด<br>20 จุด บนแกน 5 มิติ โดยการถูกจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกันแสดงว่าร้านค้าดังกล่าวมีจุดด้อยที่เด่นชัดในคุณลักษณะ<br>ดังกล่าว.....                          | 39 |
| ภาพที่ 10 แผนภาพแสดงพิกัดบนแกน 2 มิติแรกจาก 5 มิติ ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Unfolding<br>Multidimensional Scaling โดยพิกัดยังอยู่ใกล้กันยังแสดงถึงคุณลักษณะด้อยที่เด่นชัดเมื่อเทียบกับคู่แข่ง.....                                             | 40 |
| ภาพที่ 11 พิกัดที่ผู้บริโภคคาดหวังต่อร้านโชห่วยในแผนภาพ 2 มิติ.....                                                                                                                                                                                   | 42 |