สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ ..... ก

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ข

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ค

สารบัญ ..... ง

สารบัญตาราง ..... ฉ

สารบัญภาพ ..... ซ

บทที่

1. บทนำ 1

หลักการและเหตุผล 1

วัตถุประสงค์วิจัย 3

ขอบเขตของโครงการวิจัย 3

แผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย 4

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5

ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ 5

คำสำคัญ (Keywords) ของแผนงานวิจัย 5

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 7

ทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของมาสโลว์ 7

ทฤษฎีการตลาด 8

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ 10

หนังสือและเอกสาร 16

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 20

3. ระเบียบวิธีการวิจัย 24

ประชากรและตัวอย่าง 24

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา 25

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 27

บทที่ **หน้า**

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ..... 28
การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 29
การวิเคราะห์ข้อมูล..... 30
การอภิปรายข้อมูล..... 36
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 38
การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 39
การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจร้านขายของชำของผู้ประกอบการ. 41
ข้อมูลเกี่ยวกับแบบจำลองโดยใช้วิธการทางเศรษฐมิติ..... 46
ข้อมูลแนวทางการปรับกลยุทธ์ทางด้านการตลาดที่มีต่อการแข่งขันในปัจจุบัน..... 55
ข้อมูลด้านทัศนคติทางการตลาดต่อข้อได้เปรียบของร้านขายของชำที่มีต่อการ-
แข่งขันในธุรกิจค้าปลีกในปัจจุบัน..... 65
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... 71
บรรณานุกรม..... 79
ภาคผนวก 81
ภาคผนวก ก 82
ประวัติผู้วิจัย 89

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

1 ตารางแผนดำเนินงาน..... 4
2 แสดงการแปรค่าระดับความพึงพอใจและความสำคัญ..... 36
3 แสดงค่าเฉลี่ย จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ อายุ วุฒิการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้ต่อเดือนและประมาณการรายได้ต่อปี..... 39
4 แสดงค่าเฉลี่ย จำนวนและร้อยละของข้อมูลของสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่าง โดยแยกเป็นระยะเวลาการเปิดกิจการ ประเภทธุรกิจ จำนวนลูกจ้าง ชั่วโมงการเปิด งบลงทุน วงเงินซื้อสินค้า ยอดขายต่อวัน กำไรต่อวัน ต่อชิ้น และหมวดสินค้าที่ขายดีที่สุด..... 42
5 ค่าสถิติของแบบจำลองทางเศรษฐมิติของปัจจัยกำหนดผลทางด้านเศรษฐกิจของร้านขายของชำที่มีต่อการเปิดห้างสรรพสินค้าและร้านมินิมาร์ทในพื้นที่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์..... 51
6 ค่าสถิติของแบบจำลองทางเศรษฐมิติของปัจจัยกำหนดผลทางด้านเศรษฐกิจของร้านขายของชำที่มีต่อการเปิดห้างสรรพสินค้าและร้านมินิมาร์ทในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภายหลังการปรับปรุงปัจจัยที่มีผล..... 54
7 แสดงสาเหตุของการเลือกร้านค้าส่งที่เจ้าของร้านขายของชำเลือกใช้บริการ..... 55
8 แสดงข้อเสียของร้านค้าส่งที่ไม่เอื้ออำนวยในการเลือกซื้อ……..…..... 56
9 แสดงข้อได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างร้านขายของชำและร้านมินิมาร์ท..... 57
10 แสดงข้อเสียเปรียบทางการแข่งขันของร้านขายของชำต่อร้านมินิมาร์ท..... 58
11 แสดงกลยุทธ์ทางด้านราคาเพื่อการปรับตัวทางการแข่งขันของร้านขายของชำ..... 59
12 แสดงกลยุทธ์ทางด้านสินค้าเพื่อการปรับตัวทางการแข่งขันของร้านขายของชำ….. 59
13 แสดงกลยุทธ์ทางด้านการจัดร้านเพื่อการปรับตัวทางการแข่งขันของร้านขายของชำ…….. 60
14 แสดงกลยุทธ์ทางด้านการให้บริการลูกค้าเพื่อการปรับตัวการแข่งขันของร้านขายของชำ..... 61
15 แสดงกลยุทธ์ทางด้านจัดการสินค้าคงคลังเพื่อการปรับตัวการแข่งขันของร้านขายของชำ..... 61

ตารางที่ **หน้า**

16 แสดงกลยุทธ์ทางด้านการซื้อสินค้าเข้าร้านเพื่อการปรับตัวการแข่งขันของร้านขายของชำ..... 62
17 แสดงกลยุทธ์ทางด้านการบริหารจัดการเพื่อการปรับตัวการแข่งขันของร้านขายของชำ..... 63
18 แสดงผลการประเมินหลังจากการปรับกลยุทธ์จะทำให้ร้านขายของชำมีผลประกอบการ..... 64
19 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านราคาสินค้าที่ขายของร้านขายของชำ..... 65
20 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านสินค้าที่ขายของร้านขายของชำ..... 66
21 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านสถานที่ที่ขายของร้านขายของชำ..... 67
22 ค่าเฉลี่ยน้ำหนักความคิดเห็นทางด้านส่งเสริมการขายของร้านขายของชำ..... 68
ตารางคำชี้แจ้ง..... 82

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

1 กรอบแนวคิดทางการวิจัย..... 25