

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
ABSTRACT.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
คำถามการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนแบ่งทางการตลาด STP Marketing.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับบริบท.....	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	60
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	68
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	69
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	69
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70

หัวข้อเรื่อง	หน้า
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	71
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	73
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	79
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	79
ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	81
ผลการทดสอบกลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อส่วนแบ่งทาง การตลาดของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดมหาสารคาม.....	98
คุณลักษณะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	98
ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	99
ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง.....	102
ปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการของร้าน สะดวกซื้อ ในจังหวัดมหาสารคาม.....	116
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	122
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	122
สมมุติฐานการวิจัย.....	123
วิธีดำเนินการวิจัย.....	123
สรุปผลการวิจัย.....	125
อภิปรายผล.....	133
ข้อเสนอแนะ.....	146
บรรณานุกรม.....	149
ภาคผนวก.....	152
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	152
ภาคผนวก ข คุณภาพของแบบสอบถาม.....	162
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	173
ประวัติผู้วิจัย.....

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของร้านสะดวกซื้อ ในเขตจังหวัด มหาสารคาม.....	70
2 ค่า Item Total Correlation ของแบบสอบถามแบ่งออกเป็นรายด้าน.....	73
3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้าน สะดวกซื้อในจังหวัดมหาสารคามโดยรวม.....	81
4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้กลยุทธ์ส่วนประสม ตลาดบริการของ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวม.....	84
5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจ ร้านสะดวกซื้อในจังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์.....	85
6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจ ร้านสะดวกซื้อในจังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา.....	86
7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจ ร้านสะดวกซื้อในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย.....	87
8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจ ร้านสะดวกซื้อในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	88
9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจ ร้านสะดวกซื้อในจังหวัดมหาสารคาม ด้านพนักงาน.....	89
10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจ ร้านสะดวกซื้อในจังหวัดมหาสารคาม ด้านกระบวนการ.....	90
11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจ ร้านสะดวกซื้อในจังหวัดมหาสารคาม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกใน สำนักงาน.....	91
12 ค่าความถี่ของส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัด มหาสารคาม.....	93

ตารางที่	หน้า
13	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม..... 100
14	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r) ระหว่างตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร..... 102
15	ตัวแปรที่จะใช้ ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงตัวแปรตาม (Y)..... 104
16	ตัวแปรที่จะใช้ ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงตัวแปรอิสระ (X)..... 105
17	ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อส่วนแบ่งทาง การตลาดของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดมหาสารคาม ส่วนแบ่งทาง การตลาด (Y) 107
18	ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อส่วนแบ่งทาง การตลาดของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการแบ่งส่วน ตลาด(Y_1) 109
19	ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อส่วนแบ่งทาง การตลาดของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการกำหนด ตลาดเป้าหมาย(Y_2) 111
20	ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อส่วนแบ่งทาง การตลาดของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดมหาสารคาม ด้านการวาง ตำแหน่งทางการตลาด(Y_3) 114
21	ค่าความถี่ของปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมตลาด บริการของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัดมหาสารคาม..... 117

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1 ส่วนประสมตลาดบริการ7P's.....	48
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	68



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY