

	หน้า
<u>บทคัดย่อ</u>	(1)
ABSTRACT	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(12)
สัญลักษณ์และคำย่อ	(14)
<u>บทที่ 1 บทนำ</u>	1
1.1 หลักการและเหตุผลของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ปัญหาการวิจัยที่ต้องการทราบ	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย	4
1.7 สมมติฐานในการวิจัย	4
1.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
<u>บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</u>	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทางการตลาดค้าปลีก	12
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
<u>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</u>	35
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	35
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3.3 การทดสอบและวิเคราะห์เครื่องมือ	42

3.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล		43
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล		44
3.6	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล		49
<b><u>บทที่ 4</u></b>	<b>ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	c4-1	53
4.1	ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง		53
4.2	<u>ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน</u>	c4-2	81
<b><u>บทที่ 5</u></b>	<b>สรุปและข้อเสนอแนะ</b>		126
5.1	สรุปผลการวิจัย		126
5.2	ข้อเสนอแนะ		129
<b><u>บรรณานุกรม</u></b>			132
<b><u>ภาคผนวก</u></b>			136
	ภาคผนวก ก		137
	ภาคผนวก ข		143
<b><u>ประวัติผู้เขียน</u></b>			145

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1	กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจในบริเวณต่างๆ ทั่วประเทศเทศบาลนครขอนแก่น 37
3.2	เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังหรือความต้องการและ 40 ความพึงพอใจในดิสเคาท์สโตร์และร้านโชวห่วยในเขตเทศบาลนครขอนแก่น
3.3	เกณฑ์การแปลผลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังหรือความ 41 ต้องการและความพึงพอใจในดิสเคาท์สโตร์และร้านโชวห่วย
3.4	แสดงการให้คะแนนในการลงรหัส 44
4.1	ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ 53
4.2	แสดงความถี่และร้อยละ ของความถี่ในการซื้อสินค้าในดิสเคาท์สโตร์และ 58 ร้านโชวห่วย
4.3	แสดงความถี่และร้อยละ ของค่าใช้จ่ายในการไปซื้อสินค้าแต่ละครั้งใน 59 ดิสเคาท์สโตร์และร้านโชวห่วย
4.4	แสดงความถี่และร้อยละ ของประเภทสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อในดิสเคาท์สโตร์ 59 และร้านโชวห่วย
4.5	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังหรือความต้องการส่วน 63 ประสมทางการตลาด
4.6	เรียงลำดับค่าเฉลี่ยและระดับความคาดหวังหรือความต้องการในแต่ละปัจจัย 66 ของส่วนประสมทางการตลาด
4.7	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค 67 ในการซื้อสินค้าในดิสเคาท์สโตร์และร้านโชวห่วย
4.8	ผลต่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจในดิสเคาท์สโตร์และร้านโชวห่วย 74
4.9	จัดอันดับค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจในดิสเคาท์สโตร์ 77 และร้านโชวห่วย
4.10	ความถี่และร้อยละ ของความได้เปรียบในการแข่งขันของดิสเคาท์สโตร์ 78
4.11	ความถี่และร้อยละ ของความได้เปรียบในการแข่งขันของร้านโชวห่วย 79

4.12	ความถี่และร้อยละ ของแนวทางการปรับตัวของร้านโชวห่วย	80
4.13	เปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทต่างๆ ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครขอนแก่นในดิสเคาท์สโตร์และร้านโชวห่วย	81
4.14	เปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้า ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขายและโดยรวมในดิสเคาท์สโตร์และ ร้านโชวห่วยของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น	82
4.15	ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในดิสเคาท์สโตร์ของผู้บริโภคในเขต เทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามเพศ	83
4.16	ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านโชวห่วยของผู้บริโภคในเขต เทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามเพศ	85
4.17	ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในดิสเคาท์สโตร์ของผู้บริโภคในเขต เทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามอายุ	86
4.18	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของอายุที่แตกต่างกับ ปริมาณในการซื้อสินค้าจากดิสเคาท์สโตร์	88
4.19	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของอายุที่แตกต่างกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารสดจากดิสเคาท์สโตร์	89
4.20	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของอายุที่แตกต่างกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งจากดิสเคาท์สโตร์	90
4.21	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของอายุที่แตกต่างกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่มจากดิสเคาท์สโตร์	91
4.22	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของอายุที่แตกต่างกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทของใช้ประจำวันจากดิสเคาท์สโตร์	92
4.23	ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านโชวห่วยของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามอายุ	93
4.24	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของอายุที่แตกต่างกับ ปริมาณการซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วย	94
4.25	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของอายุที่แตกต่างกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารสดจากร้านโชวห่วย	95

4.26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของอายุที่แตกต่างกับ พฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งจากร้านโชวห่วย	96
4.27 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในดิสเคาท์สโตร์ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามระดับการศึกษา	97
4.28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของระดับการศึกษาที่แตกต่าง กับความถี่ในการซื้อสินค้าจากดิสเคาท์สโตร์	98
4.29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของระดับการศึกษาที่แตกต่าง กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารสดจากดิสเคาท์สโตร์	99
4.30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของระดับการศึกษา ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งจากดิสเคาท์สโตร์	100
4.31 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของระดับการศึกษา ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่มจากดิสเคาท์สโตร์	101
4.32 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของระดับการศึกษา ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทของใช้ประจำวัน จากดิสเคาท์สโตร์	102
4.33 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านโชวห่วยของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามระดับการศึกษา	103
4.34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของระดับการศึกษา ที่แตกต่างกับปริมาณในการซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วย	104
4.35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของระดับการศึกษา ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทของใช้ประจำวันร้านโชวห่วย	105
4.36 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในดิสเคาท์สโตร์ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามสถานภาพการทำงาน	106
4.37 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของสถานภาพการทำงาน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมความถี่ในการซื้อสินค้าจากดิสเคาท์สโตร์	107
4.38 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของสถานภาพการทำงาน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมปริมาณในการซื้อสินค้าจากดิสเคาท์สโตร์	108
4.39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของสถานภาพการทำงาน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารสดจากดิสเคาท์สโตร์	108

4.40	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของสถานภาพการทำงาน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งจากดิสเคาท์สโตร์	109
4.41	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของสถานภาพการทำงาน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่มจากดิสเคาท์สโตร์	110
4.42	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของสถานภาพการทำงาน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทของใช้ประจำวันจาก ดิสเคาท์สโตร์	110
4.43	ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านโชวห่วยของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามสถานภาพการทำงาน	111
4.44	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของสถานภาพการทำงาน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมปริมาณในการซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วย	113
4.45	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของสถานภาพการทำงาน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารสดจากร้านโชวห่วย	113
4.46	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของสถานภาพการทำงาน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งจากร้านโชวห่วย	114
4.47	ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในดิสเคาท์สโตร์ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	115
4.48	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกับความถี่ในการซื้อสินค้าจากดิสเคาท์สโตร์	116
4.49	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกับปริมาณในการซื้อสินค้าจากดิสเคาท์สโตร์	117
4.50	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าประเภทอาหารสดจากดิสเคาท์สโตร์	118
4.51	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งจากดิสเคาท์สโตร์	119
4.52	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่มจากดิสเคาท์สโตร์	120

- |      |   |     |
|------|---|-----|
| 4.53 | ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของรายได้ต่อเดือน<br>ที่แตกต่างกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าประเภทของใช้ประจำวันจาก<br>ดิสเคาท์สโตร์ | 121 |
| 4.54 | ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านโชวห่วยของผู้บริโภค<br>ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จำแนกตามรายได้ต่อเดือน                              | 122 |
| 4.55 | ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของรายได้ต่อเดือน<br>ที่แตกต่างกับปริมาณในการซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วย                             | 123 |
| 4.56 | ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของรายได้ต่อเดือน<br>ที่แตกต่างกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าประเภทอาหารสดจากร้านโชวห่วย              | 124 |
| 4.57 | ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (LSD) ของรายได้ต่อเดือน<br>ที่แตกต่างกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าประเภทอาหารแห้งจากร้านโชวห่วย            | 125 |

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	5
2.1 ตัวแบบห้าเหลี่ยมและสามเหลี่ยม (Pentagon and the triangle model) ของ Douglas J. Tigert และ Lawrence Ring	22
2.2 สัดส่วนประชากรแยกตามช่วงอายุ	31
4.1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	55
4.2 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	55
4.3 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	56
4.4 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพการทำงาน	56
4.5 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	57
4.6 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสินค้าประเภทอาหารสด อาหารแห้ง เครื่องดื่มและของใช้ประจำวันในดิสเคาท์สโตร์และร้านโชวห่วย	62
4.7 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจในการซื้อสินค้า ในดิสเคาท์สโตร์และร้านโชวห่วย	73



## สัญลักษณ์และคำย่อ

### สัญลักษณ์

### ความหมาย

n	จำนวนผู้บริโภครวมกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
t	ค่าที่ใช้พิจารณา t - distribution
df	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
Sig.	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ
SS	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F	ค่าที่ใช้พิจารณา F- distribution
*	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05