

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฅ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม.....	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับร้านค้าปลีก.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	16
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจค้าปลีก.....	16
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	23
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล.....	36
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลการซื้อสินค้าของผู้บริโภค.....	38
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีก แบบดั้งเดิม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	40
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า ของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	45
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อ พฤติกรรมของผู้บริโภค.....	51
ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ.....	52
5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	54
สรุปผลการวิจัย.....	54
อภิปรายผล.....	55
ข้อเสนอแนะ.....	57
บรรณานุกรม.....	58
ภาคผนวก.....	61
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	67

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	38
2	จำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการที่ร้านค้าปลีก.....	40
3	จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก.....	41
4	จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก.....	42
5	จำนวนและร้อยละของจำนวนเงินในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง.....	43
6	จำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ.....	44
7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านผลิตภัณฑ์.....	45
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านราคา.....	46
9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	47
10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านส่งเสริมการตลาด.....	48
11	เปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	49
12	การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	50
13	แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	51

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
2 ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค.....	22