

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพประกอบ	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ขอบเขตการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	5
แนวคิดส่วนประสมทางการค้าปลีก	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	8
ทบทวนวรรณกรรม	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
ประชากรและขนาดตัวอย่าง	10
การเลือกตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล	10
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
สถิติที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการศึกษา	12
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ลักษณะการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
ส่วนที่ 4 ลักษณะการซื้อและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการค้าปลีกของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผลต่อการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้และอาชีพ	34
ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	71
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	74
สรุปผลการศึกษา	74
อภิปรายผลการศึกษา	80
ข้อค้นพบ	82
ข้อเสนอแนะ	82
ข้อจำกัดของการศึกษา	84
บรรณานุกรม	85
ภาคผนวก	86
แบบสอบถาม	87
ประวัติผู้เขียน	92

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานะภาพการสมรส	15
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	16
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
7	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ	19
8	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเป็นปริมาณมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งในการมาใช้บริการต่อเดือน	21
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง	22
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงวันที่ใช้บริการ	23
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ	24
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าต่อครั้ง	25
14	แสดงร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าบ่อยที่สุด	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	27
16	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา	29
17	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	30
18	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	32
19	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร	33
20	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามรายได้	34
21	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อปริมาณมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง จำแนกตามรายได้	36
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนครั้งในการมาใช้บริการต่อเดือน จำแนกตามรายได้	38
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง จำแนกตามรายได้	39
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามวันที่ใช้บริการ จำแนกตามรายได้	40
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามรายได้	41
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าต่อครั้ง จำแนกตามรายได้	42
27	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามรายได้	43

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามรายได้	45
29	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามรายได้	47
30	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามรายได้	49
31	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามรายได้	51
32	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ จำแนกตามอาชีพ	53
33	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อปริมาณมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง จำแนกตามอาชีพ	55
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนครั้งในการมาใช้บริการต่อเดือน จำแนกตามอาชีพ	57
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามเวลาที่ใช้บริการต่อครั้ง จำแนกตามอาชีพ	58
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามวันที่ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ	59
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามเวลาที่ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ	60
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าต่อครั้ง จำแนกตามอาชีพ	61
39	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามอาชีพ	62
40	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามอาชีพ	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
41	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามอาชีพ	66
42	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามอาชีพ	68
43	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กรของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ จำแนกตามอาชีพ	70
44	แสดงปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	71
45	แสดงข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	73

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ		หน้า
I	ตลาดเป้าหมายและส่วนประสมทางการค้าปลีก	5

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University