

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.4. ขอบเขตของการศึกษา	5
1.5. ระเบียบวิธีวิจัย	6
1.6. คำนิยามศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.2. แนวความคิดในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.3. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคในทางเศรษฐศาสตร์	10
2.4. ปัจจัยที่ผลกระทบต่ออุปสงค์	12
2.5. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในสาขาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง	14
2.6. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
บทที่ 3 คอนวีเนียนสโตร์ในประเทศไทย	20
3.1. ความหมายของคอนวีเนียนสโตร์ (Convenience Store)	20
3.2. รูปแบบการลงทุนในธุรกิจคอนวีเนียนสโตร์	20
3.3. ปัจจัยที่เกื้อหนุนธุรกิจคอนวีเนียนสโตร์	22
3.4. คอนวีเนียนสโตร์ในสถานีบริการน้ำมัน	23

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.5.ปัญหาและอุปสรรค	27
3.6.แนวโน้มธุรกิจคอนวี่เนียนสโตร์	27
บทที่ 4 ข้อมูลและผลการวิจัย	29
4.1. ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้บริการคอนวี่เนียนสโตร์ใน สถานีบริการน้ำมัน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	30
4.2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค กับปริมาณซื้อของผู้บริโภค	33
4.3. พฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าของคอนวี่เนียนสโตร์ใน สถานีบริการน้ำมัน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	39
4.4. การวิเคราะห์ระดับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อคอนวี่เนียนสโตร์ใน สถานีบริการน้ำมัน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	50
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	58
5.1.บทสรุป	58
5.2.ข้อเสนอแนะ	59
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	63
ประวัติผู้เขียน	68

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1. การลงทุนโดยซื้อแฟรนไชส์ ปี 2538	21
4.1.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	30
4.1.2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	30
4.1.3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	31
4.1.4 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	31
4.1.5 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	32
4.1.6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้และพฤติกรรมการมา	32
4.2.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้บริโภคกับปริมาณซื้อสินค้า	33
4.2.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับปริมาณซื้อสินค้า	34
4.2.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้บริโภคกับปริมาณซื้อสินค้า	35
4.2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้บริโภคกับปริมาณซื้อสินค้า	36
4.2.5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณซื้อสินค้า	37
4.2.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างที่อยู่ของผู้บริโภคกับปริมาณซื้อสินค้า	38
4.3.1 ความตั้งใจมาใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน	39
4.3.2 คอนวีเนียนสโตร์ในสถานีบริการน้ำมันที่ไปใช้บ่อยที่สุด	40
4.3.3 ความถี่ของผู้บริโภคในการมาซื้อสินค้าในคอนวีเนียนสโตร์	40
4.3.4 พฤติกรรมในการมาคอนวีเนียนสโตร์ในสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภค	41
4.3.5 พฤติกรรมในการใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์โดยใช้สื่อประเภทใดมากที่สุด	41
4.3.6 พฤติกรรมในการใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์โดยใช้ช่วงเวลาใดมากที่สุด	42
4.3.7 เวลาที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกซื้อสินค้าจากคอนวีเนียนสโตร์	42
4.3.8 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการชำระเงิน	43
4.3.9 แสดงปริมาณซื้อสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อจากคอนวีเนียนสโตร์	43
4.3.10 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของคอนวีเนียนสโตร์	44
4.3.11 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคอนวีเนียนสโตร์ด้านราคาสินค้า	44
4.3.12 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคอนวีเนียนสโตร์ด้านคุณภาพของสินค้า	45

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.3.13 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคอนวีเนียนสโตร์ด้านการบริการ	45
4.3.14 แสดงประเภทสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุด	46
4.3.15 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคอนวีเนียนสโตร์ในประเภทสินค้าที่จัดหามาเพิ่ม	47
4.3.16 พฤติกรรมการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคร่วงนอกจากคอนวีเนียนสโตร์แล้วผู้บริโภคนิยมไปซื้อที่ใด	48
4.3.17 แสดงปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคไปซื้อสินค้าอุปโภคหรือบริโภคในห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต	49
4.4.1 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์ในสถานบริการน้ำมัน	50
4.4.2 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์ จำแนกตามเพศ	51
4.4.3 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์จำแนกตามระดับการศึกษา	52
4.4.4 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์จำแนกตามอาชีพ	54
4.4.5 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการคอนวีเนียนสโตร์จำแนกตามรายได้	56