

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.5 คำนิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎีและระเบียบวิธีศึกษา	
2.1 กรอบทฤษฎีและแนวคิด	5
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
2.3 ระเบียบวิธีศึกษาวิจัย	23
บทที่ 3 เศรษฐกิจและความเป็นมาของจังหวัดเชียงใหม่	
3.1 ประวัตินครเชียงใหม่	25
3.2 ลักษณะทางภูมิศาสตร์	26
3.3 ลักษณะภูมิอากาศ	26
3.4 สภาพภูมิประเทศและพื้นที่	27
3.5 ลักษณะทางการปกครอง	28
3.6 การศึกษา	28
3.7 โครงสร้างพื้นฐาน	29
3.8 โครงสร้างเศรษฐกิจ	31
3.9 ย่านธุรกิจการค้าปลีกของเชียงใหม่	32

สารบัญ(ต่อ)

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลเบื้องต้น	35
4.2 ปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภค	35
4.3 สภาพแวดล้อมในการตัดสินใจใช้บริการ	43
4.4. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ กับตัวแปรด้านรายได้	46
4.5. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ กับตัวแปรด้านการศึกษา	54
4.6 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต	57
4.7 ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมสถิติการดำเนินการของห้าง	61
4.8 ปัญหาในการใช้บริการ ของซูเปอร์มาร์เก็ตแห่งนี้	64
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	66
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	73
ประวัติผู้เขียน	78

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	35
2 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	36
3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	36
4 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	37
5 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	37
6 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	38
7 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิทธิที่อยู่อาศัย	39
8 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัย	39
9 อายุของกลุ่มสมรส	40
10 การศึกษาของกลุ่มสมรส	40
11 อาชีพของกลุ่มสมรส	41
12 รายได้ของกลุ่มสมรส	41
13 รายได้ของครอบครัว	42
14 สถานที่อื่นที่เลือกใช้บริการ	43
15 ความถี่ในการเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต	44
16 จำนวนเงินในการซื้อสินค้าต่อครั้ง	45
17 จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อครั้ง	45
18 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ กับตัวแปรด้านรายได้	46
19 จำนวนเงินในการซื้อสินค้าต่อครั้งกับตัวแปรด้านรายได้	49
20 จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าต่อครั้ง กับตัวแปรด้านรายได้	51
21 ความถี่ในการเลือกใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ต กับตัวแปรด้านรายได้	53
22 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อ กับตัวแปรด้านการศึกษา	54
23 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการซูเปอร์มาร์เก็ตแห่งนี้	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
24	ปัจจัยประกอบด้านสถานที่	58
25	ปัจจัยประกอบด้านสินค้า	58
26	ปัจจัยประกอบด้านบริการ	58
27	ปัจจัยประกอบด้านตกแต่ง	59
28	ปัจจัยประกอบด้านราคา	59
29	สถิติการให้บริการจำแนกตามประเภทสินค้า	61
30	สถิติการให้บริการแยกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	63
31	ปัญหาในการให้บริการ	64