

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	II
สารบัญ.....	III
สารบัญตาราง.....	V
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
ความสำคัญของการศึกษา.....	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	2
คำถามในการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์.....	8
2 บรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภค.....	10
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด.....	13
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	19
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด.....	21
แนวคิดทฤษฎีตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
เครื่องมือการวิจัย.....	35
การรวบรวมข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ.....	42
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ของผู้บริโภคในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ.....	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมกาซื้อสินค้าในร้านค้า ปลีก.....	48
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 วิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อ พฤติกรรมกาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก.....	52
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน โดยเปรียบเทียบความ แตกต่างพฤติกรรมกาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกในอำเภอบางบ่อ จังหวัด สมุทรปราการ.....	57
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบระดับ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมกาซื้อสินค้าในร้านค้า ปลีก.....	78
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	84
สรุปผลการวิจัย.....	85
อภิปรายผลการวิจัย.....	90
ข้อเสนอแนะ.....	102
บรรณานุกรม.....	103
ภาคผนวก.....	106
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	107
ภาคผนวก ข ตารางวิเคราะห์ความน่าเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	113
ประวัติผู้วิจัย.....	117

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงความถี่และร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	43
2 แสดงความถี่และร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	44
3 แสดงความถี่และร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	45
4 แสดงความถี่และร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	46
5 แสดงความถี่และร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	47
6 แสดงความถี่และร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก....	48
7 แสดงความถี่และร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก	49
8 แสดงความถี่และร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการซื้อสินค้าร้านค้าปลีก ร้านเดิม.....	50
9 แสดงความถี่และร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการวางแผนการซื้อสินค้าในร้านค้า ปลีก.....	51
10 แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ปัจจัยด้านการ ตลาดโดยรวม.....	52
11 แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	53
12 แสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านราคา....	54
13 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้าน การสถานที่จัดจำหน่าย.....	55
14 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานในกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้าน การส่งเสริมทางการตลาด.....	56
15 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้าน การบริการ.....	57
16 ค่าสถิติ Pearson Chi-Square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมการซื้อสินค้าใน ร้านค้าปลีกด้านสาเหตุที่ผู้เลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกใกล้บ้านจำแนกตามเพศ....	58

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28	ค่าสถิติ Pearson Chi-Square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ด้านสาเหตุที่คุณในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านจำแนกตามอาชีพ..... 70
29	ค่าสถิติ Pearson Chi-Square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ด้านความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกใกล้บ้านจำแนกตามอาชีพ..... 71
30	ค่าสถิติ Pearson Chi-Square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกด้านระยะเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกร้านเดิมจำแนกตามอาชีพ..... 72
31	ค่าสถิติ Pearson Chi-Square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกด้าน การวางแผนในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกใกล้บ้านจำแนกตามอาชีพ..... 73
32	ค่าสถิติ Pearson Chi-Square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ด้านสาเหตุที่คุณในการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกใกล้บ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 74
33	ค่าสถิติ Pearson Chi-Square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก ด้านความถี่ในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกใกล้บ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 75
34	ค่าสถิติ Pearson Chi-Square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกด้านระยะเวลาในการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกร้านเดิมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 76

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
35	ค่าสถิติ Pearson Chi-Square เปรียบเทียบความแตกต่างพฤติกรรมกรซื้อ สินค้าในร้านค้าปลีกด้านการวางแผนในการ ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกใกล้ บ้านจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน..... 77
36	ค่าสถิติ Chi-Square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก..... 78
37	ค่าสถิติ Chi-Square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านราคากับ พฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก..... 79
38	ค่าสถิติ Chi-Square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่ายกับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก..... 80
39	ค่าสถิติ Chi-Square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้าน การส่งเสริมการ ตลาดกับพฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก..... 81
40	ค่าสถิติ Chi-Square ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการกับ พฤติกรรมกรซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก..... 82
41	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน..... 83

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model).....	11
3 แสดงลักษณะต่างๆของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
4 กระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	20
5 ความหมายของคำว่า ตลาด สแตนด์น เอทเชล และวอคเกอร์.....	21
6 กระบวนการตลาด แอทเชล.....	22
7 แนวคิดหลักของการตลาด คอตเลอร์ และ อาร์มสตรอง.....	23