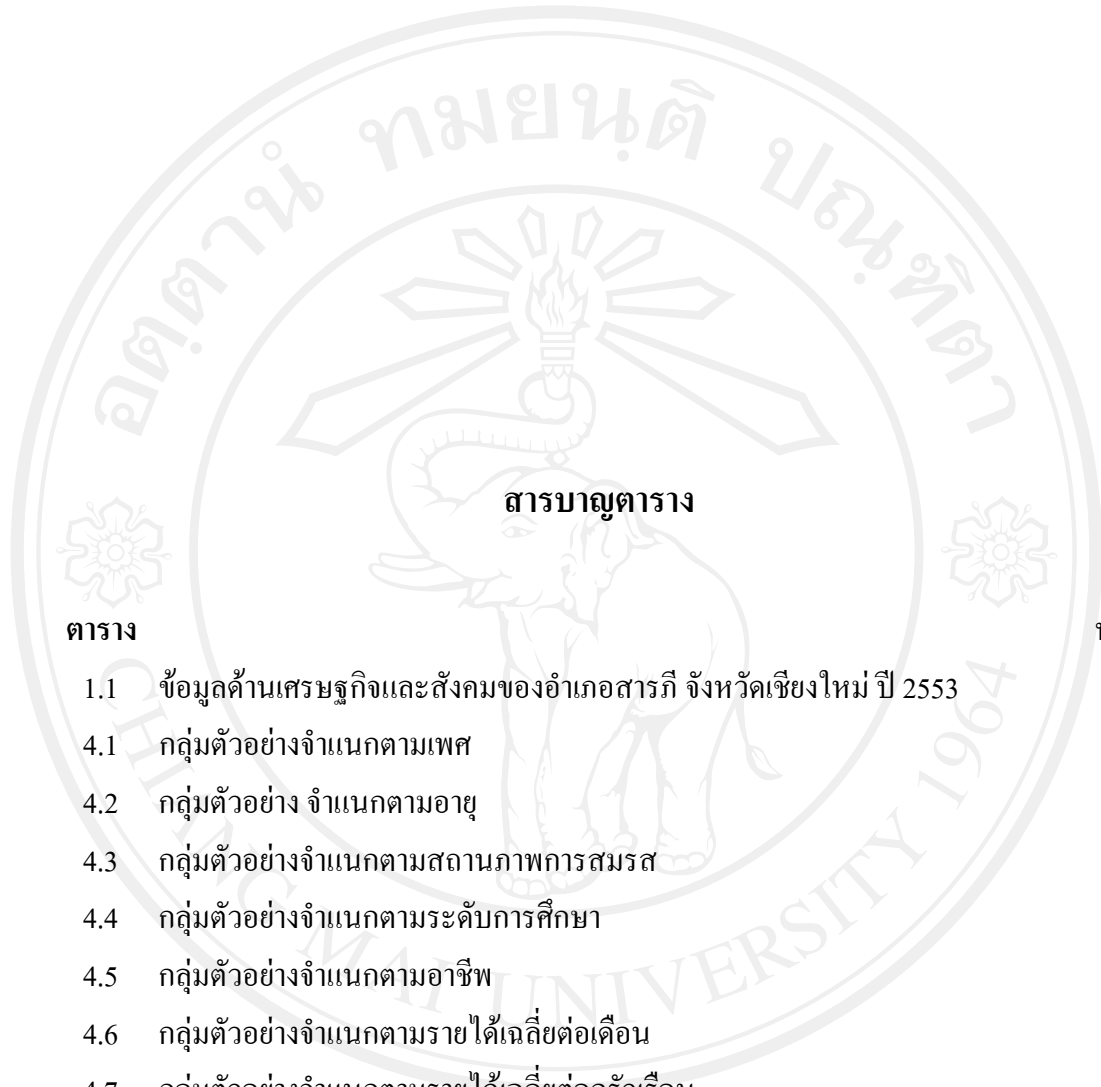


## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	11
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	15
3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	15
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	16
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง	18

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มตัวอย่าง	26
4.3 พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.4 รายจ่ายในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อจำแนกตามข้อมูล เศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง	42
4.5 ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อ ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่	47
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 เซเวนอีเลฟเว่น	51
5.2 เทสโก้โลตัส เอ็กซ์เพรส	52
5.3 ข้อเสนอแนะ	54
เอกสารอ้างอิง	57
ภาคผนวก	58
ประวัติผู้เขียน	68



**สารบัญตาราง**

ตาราง	หน้า
1.1 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคมของอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2553	4
4.1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	18
4.2 กลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	19
4.3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส	20
4.4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	21
4.5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	22
4.6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	23
4.7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน	24
4.8 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสมาชิกในครัวเรือน	25
4.9 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสมาชิกในครัวเรือนที่ไม่มีรายได้	26
4.10 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่พักอาศัย	26
4.11 คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อ	28
4.12 ประเภทของสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง	32
4.13 จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ซื้อสินค้าต่อครั้งของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง	33
4.14 ความถี่ในการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง	34
4.15 ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าและบริการบ่อยที่สุดของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง	35
4.16 ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง	36

ลิขสิทธิ์ในหนังสือฉบับนี้สงวนลิขสิทธิ์โดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

4.17	บุคคลที่ซื้อสินค้าและบริการด้วยของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง	37
4.18	การใช้บริการอื่นๆจากร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง	38
4.19	แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคทราบข่าวสาร	39
4.20	รายการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบ	40
4.21	ร้านสะดวกซื้อที่ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อ	41
4.22	เหตุการณ์กลับมาซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อในครั้งต่อไป	42
4.23	การไปซื้อสินค้าจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่ร้านสะดวกซื้อ	43
4.24	เปรียบเทียบรายจ่ายในการซื้อสินค้าจำแนกตามข้อมูลด้านเศรษฐกิจและสังคม	47
4.25	คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีผลต่อการซื้อสินค้าและบริการจากร้านสะดวกซื้อ	49

**สารบัญภาพ**

	<b>รูป</b>		<b>หน้า</b>
1	ภาพกรอบแนวคิดในการศึกษา		14