

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามเพศ.....	43
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามอายุ	45
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามอาชีพ	47
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามสถานภาพสมรส	49
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	51
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	53
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามบัตรสมาชิกของซูเปอร์มาร์เก็ตที่ถืออยู่.....	55
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามบัตรสมาชิกของซูเปอร์มาร์เก็ตที่ใช้บ่อยที่สุด	57
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามการเคยเข้าร่วมกิจกรรมของทางซูเปอร์มาร์เก็ตที่เป็นสมาชิก.....	59
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามกิจกรรมที่สนใจเข้าร่วม	61
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามความชอบในการนำบัตรสมาชิก RFID	64
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามความสนใจในการใช้บัตรสมาชิก RFID	67
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการในร้านค้าปลีกแต่ละแห่ง จำแนกตามการใช้งานบัตรสมาชิก RFID อย่างต่อเนื่องของกลุ่มตัวอย่าง	69

4.14	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทัศนคติในด้านต่างๆ	72
4.15	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทัศนคติ ในด้านความชอบในการใช้บัตรสมาชิก RFID	73
4.16	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทัศนคติ ในด้านความสนใจในการใช้บัตรสมาชิก RFID	74
4.17	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับทัศนคติ ในด้านแนวคิดในการใช้บัตรสมาชิก RFID อย่างต่อเนื่อง	76
4.18	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทัศนคติในด้านต่างๆ	78
4.19	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทัศนคติ ในด้านความชอบในการใช้บัตรสมาชิก RFID	79
4.20	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทัศนคติ ในด้านแนวคิดในการใช้บัตรสมาชิก RFID อย่างต่อเนื่อง	80
4.21	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทัศนคติในด้านต่างๆ ...	82
4.22	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับทัศนคติ ในด้านความชอบในการใช้บัตรสมาชิก RFID	84
4.23	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับทัศนคติ ในด้านต่างๆ.....	86
4.24	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับทัศนคติในด้านความสนใจในการใช้บัตรสมาชิก RFID	87
4.25	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรส กับทัศนคติในด้านแนวคิดในการใช้บัตรสมาชิก RFID อย่างต่อเนื่อง	89
4.26	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับทัศนคติ ในด้านต่างๆ.....	91
4.27	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือน กับทัศนคติในด้านแนวคิดในการใช้บัตรสมาชิก RFID อย่างต่อเนื่อง	92
4.28	แสดงค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติ ในด้านต่างๆ.....	95
4.29	แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับทัศนคติในด้านความชอบในการใช้บัตรสมาชิก RFID	96

4.30	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทัศนคติ ในด้านแนวคิดในการใช้บัตรสมาชิก RFID อย่างต่อเนื่อง	97
4.31	แสดงค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม กับทัศนคติในด้านต่างๆ.....	100
4.32	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมกับทัศนคติในด้านความชอบ ในการใช้บัตรสมาชิก RFID	101
4.33	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมกับทัศนคติในด้านความสนใจ ในการใช้บัตรสมาชิก RFID	102
4.34	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การเข้าร่วมกิจกรรมกับทัศนคติในด้านแนวคิด ในการใช้บัตรสมาชิก RFID อย่างต่อเนื่อง	104
4.35	แสดงค่าโคสแควร์ของความแตกต่างทางทัศนคติระหว่างผู้บริโภค ที่ใช้บริการในซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต	106
4.36	แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์เปรียบเทียบความแตกต่างทางทัศนคติ ในด้านแนวคิดในการใช้บัตรสมาชิก RFID อย่างต่อเนื่องระหว่างผู้บริโภค ที่ใช้บริการในซูเปอร์มาร์เก็ต และไฮเปอร์มาร์เก็ต	107
4.37	แสดงค่าโคสแควร์ของความแตกต่างทางทัศนคติระหว่างผู้บริโภค ที่ใช้บริการในท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ และคาร์ฟูร์	110
5.1	เปรียบเทียบร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติ ในร้านค้าปลีกแต่ละประเภท.....	121
5.2	เปรียบเทียบร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติ ในแต่ละร้านค้าปลีก	122