

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ จำแนกตามสาขาการผลิต ปี 2540-2549.....	1
1.2 จำนวนผู้มีงานทำ จำแนกตามสาขาการผลิต ปี 2540-2549.....	2
1.3 มูลค่าการขายปี 2540-2548 และส่วนแบ่งทางการตลาดของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ปี 2548.....	4
1.4 จำนวนสาขาของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทดีสเคทส์โตรปี 2539-2549.....	4
1.5 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดภูเก็ต จำแนกตามสาขาการผลิตปี 2546-2549.....	5
1.6 จำนวนแรงงานต่อจำนวนประชากรของจังหวัดภูเก็ต ปี 2546-2549.....	6
1.7 รายได้ของห้างซูเปอร์ชิป ปี 2539-2548.....	8
2.1 สรุปงานศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงถดถอย.....	20
2.2 สรุปงานศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน.....	32
2.3 สรุปงานศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยใช้วิธีการอื่น ๆ.....	36
3.1 สรุปสมมติฐานในการศึกษา.....	59
4.1 การเปรียบเทียบราคาสินค้าที่จำหน่ายในห้างซูเปอร์ชิปและดีสเคทส์โตรข้ามชาติ.....	77
4.2 สรุปความได้เปรียบ-เสียเปรียบเชิงกลยุทธ์ระหว่างห้างซูเปอร์ชิปและดีสเคทส์โตรข้ามชาติ.....	88
4.3 ดีสเคทส์โตรที่กลุ่มตัวอย่างไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุดต่อเดือน.....	89
4.4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศและอายุ....	92
4.5 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน.....	93

4.6	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา ระดับสูงสุด.....	94
4.7	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลักและ จังหวัดที่อาศัยอยู่ในปัจจุบัน.....	95
4.8	ค่าสถิติเบื้องต้นของลักษณะทางประชากร.....	96
4.9	ค่าสถิติเบื้องต้นของปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้า.....	98
4.10	วัตถุประสงค์หลักในการซื้อสินค้าจากดีสเคาท์สโตร์ที่ไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุด ต่อเดือน.....	100
4.11	ค่าสถิติเบื้องต้นของระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากบ้านไปยังดีสเคาท์ สโตร์ที่ไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุดต่อเดือน.....	101
4.12	ประเภทของสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างซื้อจากดีสเคาท์สโตร์ที่ไปซื้อสินค้าบ่อย ที่สุดต่อเดือน.....	103
4.13	การซื้อตราสินค้าที่ดีสเคาท์สโตร์ผลิตขึ้นเองจากดีสเคาท์สโตร์ที่ไปซื้อสินค้า บ่อยที่สุดต่อเดือน.....	105
4.14	ประเภทของสินค้าที่ดีสเคาท์สโตร์ผลิตขึ้นเองและกลุ่มตัวอย่างซื้อจากดีส เคาท์สโตร์ที่ไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุดต่อเดือน.....	106
4.15	แหล่งซื้อหลักสินค้าประเภทอาหารแห้งและของใช้ประจำวัน อาหารสด เสื้อผ้าและเครื่องแต่งตัว เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์และคอมพิวเตอร์ของ กลุ่มตัวอย่าง.....	108
4.16	เหตุผลในการไปซื้อสินค้าจากดีสเคาท์สโตร์ที่ไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุดต่อเดือน.....	111
4.17	เหตุจูงใจด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกไปซื้อสินค้าจาก ดีสเคาท์สโตร์ที่ไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุดต่อเดือน.....	115
4.18	การเป็นสมาชิกของดีสเคาท์สโตร์ที่ไปซื้อสินค้าบ่อยที่สุดต่อเดือน.....	116
4.19	คะแนนรวมเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไปซื้อสินค้าจากดีสเคาท์สโตร์บ่อย ที่สุดต่อเดือน จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่ไม่ใช่ราคา.....	118
4.20	คะแนนรวมเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไปซื้อสินค้าจากดีสเคาท์สโตร์บ่อย ที่สุดต่อเดือน จำแนกตามความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านความเสี่ยงทาง กายภาพของสินค้า.....	120
4.21	ค่า VIF ของตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในแบบจำลอง.....	122

4.22 ค่าสัมประสิทธิ์และผลกระทบส่วนเพิ่มในแบบจำลองโลจิต.....	124
4.23 ค่าสัมประสิทธิ์และผลกระทบส่วนเพิ่มในแบบจำลองมัลติโนเมียลโลจิต.....	125
4.24 ผลการตรวจสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติของกลุ่มตัวแปร.....	127