

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวน (ร้อยละ) ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	32
4.2	จำนวน (ร้อยละ) ของลักษณะทางประชากรศาสตร์แบ่งแยกตามสาขาของ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล	34
4.3	จำนวน (ร้อยละ) ที่กลุ่มตัวอย่างลำดับความสำคัญในการสร้างคุณค่าด้าน ผลิตภัณฑ์.....	37
4.4	คะแนน และจำนวน (ร้อยละ) ที่กลุ่มตัวอย่างลำดับความสำคัญในการสร้าง คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์	38
4.5	จำนวน (ร้อยละ) ของคุณสมบัติด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการสำหรับ ผ้าขนหนูราคา 700 บาท	39
4.5	จำนวน (ร้อยละ) ของวิธีที่กลุ่มตัวอย่างใช้ทดสอบคุณภาพของผ้าขนหนูในแต่ ละตราสินค้า	40
4.6	จำนวน (ร้อยละ) ที่กลุ่มตัวอย่างลำดับความสำคัญในการสร้างคุณค่าด้าน บริการและบุคลากร	41
4.7	คะแนน และจำนวน (ร้อยละ) ที่กลุ่มตัวอย่างลำดับความสำคัญในการสร้าง คุณค่าด้านบริการและบุคลากร.....	42
4.9	จำนวน (ร้อยละ) ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการได้รับข้อมูลจากพนักงานขาย	43
4.10	จำนวน (ร้อยละ) ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการบริการเพิ่มเติมสำหรับสินค้าผ้าขนหนู	43
4.11	จำนวน (ร้อยละ) ที่กลุ่มตัวอย่างลำดับความสำคัญในการสร้างคุณค่าด้าน ภาพลักษณ์.....	44
4.12	คะแนน และจำนวน (ร้อยละ) ที่กลุ่มตัวอย่างลำดับความสำคัญในการสร้าง คุณค่าด้านภาพลักษณ์	45
4.13	จำนวน (ร้อยละ) ของตราสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่ในปัจจุบัน	46
4.14	จำนวน (ร้อยละ) ของราคาของผ้าขนหนูที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อ	47
4.15	จำนวน (ร้อยละ) ของความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อผ้าขนหนูผืนใหม่	47
4.16	จำนวน (ร้อยละ) ของสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผ้าขนหนู.....	48
4.17	จำนวน (ร้อยละ) ของเหตุผลที่เลือกซื้อผ้าขนหนูจากสถานที่ในตารางที่ 4-16	48

4.18	จำนวน (ร้อยละ) ของความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อผ้าขนหนูที่จำหน่าย ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล	49
4.19	จำนวน (ร้อยละ) ที่กลุ่มตัวอย่างลำดับความสำคัญของต้นทุนรวมของลูกค้า	50
4.20	จำนวน (ร้อยละ) แห่งที่กลุ่มตัวอย่างหาข้อมูลสำหรับการเลือกซื้อผ้าขนหนู	51
4.21	จำนวน (ร้อยละ) ของโอกาสในการซื้อผ้าขนหนูของกลุ่มตัวอย่าง	51
4.22	จำนวน (ร้อยละ) ของข้อมูลประกอบการตัดสินใจนอกเหนือจากคุณสมบัติ ของผลิตภัณฑ์.....	52
4.23	จำนวน (ร้อยละ) ของแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจ	52
4.24	จำนวน (ร้อยละ) ของอายุกับความถี่ในการในแต่ละคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	53
4.25	จำนวน (ร้อยละ) ของรายได้กับกับความต้องการในแต่ละคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์	54
4.26	จำนวน (ร้อยละ) ของความสัมพันธ์ของสาขาห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลกับความ ต้องการในแต่ละคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์	55