

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	9
2.2	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ	13
4.1	จำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ	32
4.2	จำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตาม อายุ.....	33
4.3	จำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตาม อาชีพ	35
4.4	จำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตาม สถานภาพสมรส	36
4.5	จำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตาม การศึกษา	37
4.6	จำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตาม รายได้	39
4.7	จำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตาม อาชีพ ใหม่.....	41
4.8	จำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตาม รายได้ ใหม่	42
4.9	จำนวนร้อยละของผู้บริโภค จำแนกตาม ระดับการศึกษา ใหม่.....	43
4.10	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคา	45
4.11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกด้านทำเลที่ตั้ง	46
4.12	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้าและบริการ.....	48
4.13	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	49
4.14	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาในแต่ละผู้ประกอบการ	50
4.15	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของแต่ละผู้ประกอบการ.....	51
4.16	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสินค้าและบริการในแต่ละผู้ประกอบการ	52
4.17	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านส่งเสริมการขายในแต่ละผู้ประกอบการ.....	52
4.18	ค่า Sig.ที่ 0.05 เปรียบเทียบกับค่าที่คำนวณได้จำแนกเพศ	55
4.19	ค่า Sig.ที่ 0.05 เปรียบเทียบกับค่าที่คำนวณได้จำแนกสถานภาพสมรส.....	57
4.20	ค่า Sig.ที่ 0.05 เปรียบเทียบกับค่าที่คำนวณได้จำแนกอายุ	59
4.21	ค่า Sig.ที่ 0.05 เปรียบเทียบกับค่าที่คำนวณได้จำแนกอาชีพ.....	61

4.22	ค่า Sig. ที่ 0.05 เปรียบเทียบกับค่าที่คำนวณได้จำแนกระดับ การศึกษา.....	63
4.23	ค่า Sig. ที่ 0.05 เปรียบเทียบกับค่าที่คำนวณได้จำแนกรายได้.....	65