

บรรณานุกรม

- กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา. 2551. “วิวัฒนาการของธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่ ยุคการทยอยเข้ามาของห้าง Modern Trade ใน จ.เชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.mkpayap.payap.ac.th/course/mk361/Hompages/.../Retail2008.ppt> (11 พฤษภาคม 2552).
- จิตาภา ชนาธิม. 2548. พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้านร้านค้าปลีกประเภทโชห่วย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. มหาสารคาม: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จิรนนท์ พงศ์สำราญ. 2545. การวิจัยตรวจสอบยุทธศาสตร์เชิงผสมเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าเปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่นของสถานีบริการน้ำมัน. เพชรบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- จำเนียร บุญมาก. 2547. การจัดการการค้าปลีก. เชียงใหม่: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาด การเกษตรคณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดเคชั่น.
- ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์. 2544. “วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล ปริญญาโทและเอก จากยูไนเต็ค สเตท อินเตอร์เนชั่นแนลยูนิเวอร์ซิตี สหรัฐอเมริกา”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=807-43k (15 มีนาคม 2552).
- เฉลิมพร คงสินธุ์. 2547. การพัฒนากลยุทธ์การตลาดร้านโชห่วย:กรณีศึกษาผู้ประกอบการร้านโชห่วยเขตดอนเมือง. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547. การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดเคชั่น.
- ชูชาติ เจริญศุทธารักษ์. 2546. การศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านโชห่วยของผู้บริโภคในพื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงราย. เชียงราย: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ดวงพร เสภาภาน. 2546. การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคในการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (ร้านสะดวกซื้อ). กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- เทศบาลเมืองแม่โจ้. 2553. จำนวนประชากร ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: เทศบาลเมืองแม่โจ้. (เอกสารอัดสำเนา).
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2550. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: วี. อินเตอร์ พรินท์.

- รัชญา แสงศรี. 2546. พฤติกรรมและทัศนคติการซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2543. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปรมินทร์ ชัยสุทธานนท์. 2548. พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค กรณีศึกษาร้านค้าปลีกแบบ
ดั้งเดิม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปาริฉัตร จุวัฒน์สำราญ. 2549. เปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อระหว่างร้านค้า
สะดวกซื้อจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (โชห่วย) ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. กรุงเทพฯ:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒประสานมิตร.
- ผุสวดี รุมาคม. 2540. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์,
ยโสธร จวงเจิม. 2546. ผลกระทบของรัฐกิจค้าปลีกข้ามชาติต่อพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน
ในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เลอพงษ์ คงเจริญ. 2548. พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านค้าปลีกของผู้บริโภค
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราช
ภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วรุฒ หงษ์ไทย. 2550. แนวทางการพัฒนาการตลาดร้านค้าปลีกขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเนินสง่า
จังหวัดชัยภูมิ. ชัยภูมิ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- วิจิต อุ่ออัน. 2549. พฤติกรรมการซื้อสินค้าร้าน 7-ELEVEN กับร้านโชห่วยไทย. กรุงเทพฯ:
ศูนย์วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริณ ลักษิตานนท์ สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวาวิช. 2546. การบริหาร
การตลาด. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2550. “คาดคอนวีนีเยนส์หรือร้านค้าสะดวกซื้อที่มีการใช้พื้นที่ ขนาดใหญ่
หลายรายจำเป็นต้องเร่งปรับรูปแบบไปสู่ร้านค้าปลีกขนาดเล็กมากยิ่งขึ้น”. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=41000> (8 พฤษภาคม 2552).
- สถานการณ์ค้าปลีก ค้าส่ง. 2551. “วิวัฒนาการของรัฐกิจค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่. ยุทธการทยอยเข้า
มาของห้าง Modern Trade ใน จ.เชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.
mkpayap.payap.ac.th/course/mk361/Homepages/.../Retail2008.ppt](http://www.mkpayap.payap.ac.th/course/mk361/Homepages/.../Retail2008.ppt) (25 มีนาคม 2552).
- สุวิมล แม่นจริง. 2546. การจัดการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

สุธิดา สุวรรณกันธา. 2549. “ทศวรรษค้าปลีกเชียงใหม่ พุณย์ภัยใหญ่-ข้ามชาติยึดตลาดเบ็ดเสร็จ”.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.prachatai.com/05web/th/home/page2.php?mod=mod_ptcms&ID=2176&Key=HighlightNews (11 พฤษภาคม 2552).

สุปัญญา ไชยชาญ. 2543. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พี. เอ. ลิฟวิ่ง.

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่. ม.ป.ป. “สถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลของจังหวัดเชียงใหม่ เดือนธันวาคม ปี 2551สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://pcocreport.moc.go.th/ReportServer/Pages/ReportViewer.aspx?%2fPCOC%2fREGISTER_JURISTIC&rs%3aCommand=Render&province=50 (15 มีนาคม 2552).

เสาวนีย์ พานิล. 2551. **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่น**. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2538. **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา**. ขอนแก่น: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. ม.ป.ป. “พ.ร.บ. ผู้ประกอบการค้าปลีกค้าส่ง พ.ศ. มาเป็นอาวุธต่อกรกับผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หรือ โมเดิร์นเทรด เชื่อว่าอีกไม่นานคงได้เห็น 2549 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม 400 ร้านค้าในเขตกรุงเทพฯ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.takchamber.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=5357868&Ntype=2> (15 มีนาคม 2552).

หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่. 2551. “โซว์ห่วยแม่แดง 400 รายเดือดเปิดโปงเล่ห์เหลี่ยมค้าปลีกยักษ์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://news.sanook.com/economic/economic_48995.php (28 มีนาคม 2552).

อดุลย์ จาตุรงคกุล และคณา จาตุรงคกุล. 2545. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อลิษา เกษทองมา. 2551. **การศึกษาผลกระทบของธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่ต่อธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร**. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Armstrong, G. and Kotler, P.. 2003. **Marketing and Introduction**. 6th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Howard, J. A. 1989. **Consumer Behavior in Marketing Strategy**. New Jersey: Prentice- Hall.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม
เรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้าน ไชวห่วย ของผู้บริโภค จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้าน ไชวห่วย
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้าน ไชวห่วย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายกากบาท X ลงในช่อง ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เป็นจริง และตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ☐ 1). ชาย
- ☐ 2). หญิง

2. อายุ

- ☐ 1.) ต่ำกว่า 18 ปี
- ☐ 2.) 18 – 25 ปี
- ☐ 3.) 26 – 35 ปี
- ☐ 4.) 36 – 45 ปี
- ☐ 5.) 46 – 55 ปี
- ☐ 6.) มากกว่า 56 ปี

3. สถานภาพ

- ☐ 1). โสด
- ☐ 2). สมรส
- ☐ 3). หม้าย

4. ระดับการศึกษา

- ☐ 1). ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า
- ☐ 2). มัธยมศึกษา/ปวช.
- ☐ 3). มัธยมศึกษาตอนปลาย
- ☐ 4). อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
- ☐ 5). ปริญญาตรี
- ☐ 6). สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- ☐ 1). นักเรียน/นักศึกษา
- ☐ 2). รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- ☐ 3). พนักงานบริษัทเอกชน
- ☐ 4). ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ
- ☐ 5). รับจ้างทั่วไป
- ☐ 6). อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้/เดือน

- ☐ 1.)ต่ำกว่า 5,000 บาท
- ☐ 2.)5,001-7,500 บาท
- ☐ 3.)7,001-9,000 บาท
- ☐ 4.)9,001-11,500 บาท
- ☐ 5.)11,501-14,000 บาท
- ☐ 6.)14,001-16,500 บาท
- ☐ 7.)มากกว่า16,500 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วย

โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อมากน้อยขนาดไหน	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.ด้านผลิตภัณฑ์					
1.1 สินค้ามีให้เลือกจำนวนมาก					
1.2 สินค้ามีความน่าเชื่อถือ					
1.3 สินค้ามีความทันสมัย					
1.4 อื่นๆ โปรดระบุ					
2. ด้านช่องกรจำหน่าย					
2.1 ร้านค้าตั้งอยู่ในสถานที่หาซื้อได้ง่าย					
2.2 อื่นๆ โปรดระบุ					
3. ด้านราคา					
3.1 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า					
3.2 ราคาแตกต่างกับร้านอื่น					
3.3 เมื่อซื้อสินค้าจำนวนมากจะได้ส่วนลดหรือของแถม					
3.4 อื่นๆ โปรดระบุ					

ท่านให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อขนาดไหน	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ด้านส่งเสริมการขาย					
4.1 สามารถปรับเปลี่ยนสินค้าได้					
4.2 ให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ					
4.3 สามารถแนะนำสินค้าให้ลูกค้าเพื่อการตัดสินใจได้					
4.4 อื่นๆ โปรดระบุ					
5. ปัจจัยด้านบุคลิกของผู้ขาย					
5.1 เจ้าของร้านมีความมั่นใจในการให้บริการ					
5.2 การสื่อสารที่ดี(การพูดคุย/สนทนา)					
5.3 เจ้าของร้านมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า					
5.4 ความคุ้นเคยกับเจ้าของร้าน					
5.5 เจ้าของร้านช่วยเหลือเป็นคนในชุมชน					
5.6 อื่นๆ โปรดระบุ					
6. ด้านกระบวนการให้บริการ					
6.1 ความรวดเร็วในการให้บริการ					
6.2 เอาใจใส่ในการให้บริการ					
6.3 การวางสินค้าเหมาะสมและสังเกตได้ง่าย					
6.4 อื่นๆ โปรดระบุ					
7. ลักษณะทางกายภาพของร้าน					
7.1 ความสะอาดของร้าน					
7.2 การตกแต่งร้าน					
7.3 บริเวณจอดรถหน้าร้านสะดวกแลพื้นที่เพียงพอ					
7.6 อื่นๆ โปรดระบุ					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านโชห่วย

1. ท่านใช้บริการร้านโชห่วย หรือไม่

- ☐ 1). ใช่ สาเหตุเพราะ.....
- ☐ 2). ไม่ใช่ สาเหตุเพราะ.....

2. โดยปกติท่านซื้อสินค้าจากร้านค้าประเภทใดบ่อยที่สุด

- ☐ 1). ร้านสะดวกซื้อ (เช่น เซเว่น-อีเลฟเว่น, แฟมมิลีมาร์ท เป็นต้น)
- ☐ 2). ร้านโชห่วย
- ☐ 3). ห้างสรรพสินค้า
- ☐ 4). อื่นๆระบุ.....

3. ผู้ใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของท่านมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1). พ่อแม่ ☐ 2). ญาติพี่น้อง
- ☐ 3). สามี ภรรยา ☐ 4). ลูก , หลาน
- ☐ 5). ตัวเอง ☐ 6). อื่นๆระบุ.....

4. ท่านซื้อสินค้าบ่อยเพียงใด

- ☐ 1). 1 ครั้ง/สัปดาห์ ☐ 2). 2-3 ครั้ง/สัปดาห์
- ☐ 3). 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ ☐ 4). 6-7 ครั้ง/สัปดาห์
- ☐ 5). 7-8 ครั้ง/สัปดาห์ ☐ 6). อื่นๆ ระบุ.....

5. ท่านใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยต่อครั้งเท่าไร

- ☐ 1.) ต่ำกว่า 10 บาท/ครั้ง ☐ 2.) 10 – 25 บาท/ครั้ง ☐ 3.) 25- 50 บาท/ครั้ง
- ☐ 4.) 50 – 75 บาท/ครั้ง ☐ 5.) 75 – 100 บาท/ครั้ง ☐ 6.) 100-125 บาท/ครั้ง
- ☐ 7.) 125-150 บาท/ครั้ง ☐ 8.) 150-175 บาท/ครั้ง ☐ 9.) มากกว่า 200 บาท

6. ประเภทของสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุดใน ร้านโชห่วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1). อาหาร
- ☐ 2). ขนมขบเคี้ยว
- ☐ 3). เครื่องดื่ม

- ☐ 4). ผักและผลไม้
- ☐ 5). เนื้อสด
- ☐ 6). ของใช้ต่างๆ (เช่น แชมพู ผงซักฟอก สบู่ ยาสิฟัน เป็นต้น)
- ☐ 7). เครื่องครัว (เช่น น้ำปลา น้ำตาล ซอสปรุงรส เป็นต้น)
- ☐ 8). อื่นๆ (ระบุ).....

7. โดยส่วนใหญ่ท่านใช้บริการ ร้านโชห่วย ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- ☐ 1). 06.00 - 10.00 น. ☐ 2). 10.01-14.00 น. ☐ 3). 14.01-18.00 น.
- ☐ 4). 18.01 - 22.00 น. ☐ 5). หลัง 22.00 เป็นต้นไป

8. ปัจจัยที่เลือกใช้บริการร้านโชห่วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1). ราคาสินค้าต่ำกว่าร้านค้าประเภทอื่น ๆ
- ☐ 2). ความสะดวกในการใช้บริการ เช่น ใกล้ที่พักอาศัย หรืออยู่ในเส้นทางผ่านประจำ
- ☐ 3). ความหลากหลายของสินค้าในร้าน
- ☐ 4). มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แจกสินค้า, มีบริการส่งสินค้าถึงบ้าน
- ☐ 5). ความเคยชินและความสนิทสนมส่วนตัวกับเจ้าของร้าน
- ☐ 6). อื่นๆ (ระบุ).....

9. ท่านมักจะซื้อสินค้าในร้านโชห่วย เมื่อใดเป็นส่วนใหญ่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1). เมื่อมีความต้องการสินค้าที่ละชนิด
- ☐ 2). เมื่อมีความต้องการสินค้าอย่างเร่งด่วน
- ☐ 3). เมื่อต้องการสินค้านั้นราคาถูก
- ☐ 4). เมื่อต้องการซื้อสินค้าแบบใช้เครดิต
- ☐ 5). เมื่อต้องการซื้อสินค้าและใช้บริการแบบจัดส่งถึงบ้าน
- ☐ 6). เมื่อมีความต้องการสินค้าที่หลายๆชนิด
- ☐ 7). อื่นๆ (ระบุ).....

ภาคผนวก ข

สาเหตุในการใช้บริการร้านโชวห่วย

ตารางภาคผนวก 1 สาเหตุในการใช้บริการร้านโชห่วย

สาเหตุในการใช้บริการร้านโชห่วย	จำนวนคน (n = 400)	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	98	24.5
ซื้อของใช้	68	17
ทางผ่าน	13	3.3
สะดวก	12	3.0
ซื้อของกิน	11	2.8
ใกล้ที่ทำงาน	7	1.8
ซื้อของจำเป็น	7	1.8
มีของเยอะ	6	1.5
พ่อแม่ใช้ไปซื้อ	5	1.3
ภรรยาให้ไปซื้อ	3	0.8
หาของง่าย	4	1.0
สินค้าใหม่	1	0.3
ทางบ้านฝากซื้อ	1	0.3
เป็นญาติพี่น้องกัน	1	0.3
เป็นเพื่อนบ้านกัน	1	0.3
ร้านอื่นไม่มี	1	0.3

ภาคผนวก ค

ตาราง Crosstab

ตารางผนวก 2 Crosstab เพศ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านความถี่ในการใช้บริการ

		ความถี่ในการใช้บริการ					รวม
		มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 2-3 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 4-5 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 7-8 ครั้ง/สัปดาห์	1 ครั้ง/ สัปดาห์	
เพศ	ชาย	5	80	60	22	3	170
	หญิง	4	72	106	40	8	230
รวม		9	152	166	62	11	400

ตารางผนวก 3 Crosstab เพศ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

		ช่วงเวลาใช้บริการ				รวม
		06.00 - 10.00 น.	10.01 - 14.00 น.	14.01 - 18.00 น.	18.01 - 22.00 น.	
เพศ	ชาย	26	20	42	82	170
	หญิง	25	30	83	92	230
รวม		51	50	125	174	400

ตารางผนวก 4 Crosstab เพศ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ

		ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ							
		อาหาร	ขนมขบ	เครื่องดื่ม	ผักและ	เนื้อสด	ของใช้	เครื่องครัว	อื่น ๆ
			เคี้ยว		ผลไม้		ต่าง ๆ		
เพศ	ชาย	58	93	100	20	18	49	27	7
	หญิง	120	155	135	44	38	73	56	5
รวม		178	248	235	64	56	122	83	12

ตารางผนวก 5 Crosstab เพศ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านเหตุผลในการใช้บริการ

		เหตุผลในการใช้บริการ				
		ราคาสินค้า	ความสะดวก	ความหลากหลาย	การส่งเสริมการ	ความเคยชินและ
		ต่ำกว่า		ของสินค้า	ขาย	ความสนิทสนม
						ส่วนตัว
เพศ	ชาย	45	124	86	43	20
	หญิง	69	172	138	76	30
รวม		114	296	224	119	50

ตารางผนวก 6 Crosstab เพศ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยของผู้บริโภค ด้านความต้องการใช้สินค้า

		ความต้องการใช้สินค้า					
		ต้องการ สินค้าที่ละ ชนิด	ต้องการสินค้า อย่างเร่งด่วน	ต้องการสินค้า ราคาถูก	ต้องการซื้อ สินค้าแบบ ใช้เครดิต	ต้องการซื้อ สินค้าและใช้ บริการแบบ จัดส่งถึงบ้าน	ต้องการสินค้าที่ หลากหลาย ๆ ชนิด
เพศ	ชาย	56	97	75	26	4	73
	หญิง	72	150	107	55	10	108
รวม		128	247	182	81	14	181

ตารางผนวก 7 Crosstab อายุกับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยของผู้บริโภค ด้าน ความถี่ในการใช้บริการ

		ความถี่ในการใช้บริการ					รวม
		มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 2-3 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 4-5 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 7-8 ครั้ง/สัปดาห์	1 ครั้ง/ สัปดาห์	
อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	0	17	20	7	0	44
	18 - 25 ปี	5	37	49	25	1	117
	26 - 35 ปี	1	29	20	13	1	64
	36 - 45 ปี	2	48	42	7	4	103
	46 - 55 ปี	1	16	31	9	3	60
	มากกว่า 56 ปี	0	5	4	1	2	12
รวม		9	152	166	62	11	400

ตารางผนวก 8 Crosstab อายุกับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค ด้าน
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ

		ช่วงเวลาที่ใช้บริการ				รวม
		06.00 - 10.00 น.	10.01 - 14.00 น.	14.01 - 18.00 น.	18.01 - 22.00 น.	
อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	7	14	14	9	44
	18 - 25 ปี	11	21	34	51	117
	26 - 35 ปี	9	5	21	29	64
	36 - 45 ปี	12	2	31	58	103
	46 - 55 ปี	7	7	22	24	60
	มากกว่า 56 ปี	5	1	3	3	12
รวม		51	50	125	174	400

ตารางผนวก 9 Crosstab อายุกับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค ด้าน
ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ

		ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ						
		อาหาร	ขนมขบ	เครื่องดื่ม	ผักและ	เนื้อ	ของใช้	เครื่องครัว
			เคี้ยว		ผลไม้	สด	ต่าง ๆ	อื่นๆ
อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	6	38	22	3	3	8	5
	18 - 25 ปี	56	86	80	13	9	31	22
	26 - 35 ปี	21	43	41	11	7	20	14
	36 - 45 ปี	49	45	55	17	10	38	18
	46 - 55 ปี	40	33	32	18	18	18	16
	มากกว่า 56 ปี	6	3	5	2	3	7	8
รวม		178	248	235	64	56	122	83

ตารางผนวก 10 Crosstab อายุกับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านเหตุผลในการใช้บริการ

		เหตุผลในการใช้บริการ				
		ราคาสินค้า ต่ำกว่า	ความสะดวก	ความหลากหลาย ของสินค้า	การส่งเสริมการ ขาย	ความเคยชินและ ความสนิทสนม ส่วนตัว
อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	7	34	20	9	4
	18 – 25 ปี	38	87	78	40	13
	26 – 35 ปี	16	46	38	16	8
	36 – 45 ปี	30	77	44	28	13
	46 – 55 ปี	18	43	37	22	11
	มากกว่า 56 ปี	5	9	7	4	1
รวม		114	296	224	119	50

ตารางผนวก 11 Crosstab อายุ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านความต้องการใช้สินค้า

		ด้านความต้องการใช้สินค้า					
		ต้องการ สินค้าทีละ ชนิด	ต้องการ สินค้าอย่าง เร่งด่วน	ต้องการ สินค้า ราคาถูก	ต้องการซื้อ สินค้าแบบ ใช้เครดิต	ต้องการซื้อสินค้า และใช้บริการ แบบจัดส่งถึงบ้าน	ต้องการสินค้า ที่หลากหลาย ๆ ชนิด
อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี	14	18	22	6	1	15
	18 – 25 ปี	38	82	55	25	3	65
	26 – 35 ปี	26	38	25	16	4	25
	36 – 45 ปี	34	61	42	13	2	40
	46 – 55 ปี	13	37	32	18	3	31
	มากกว่า 56 ปี	3	10	6	3	1	5
รวม		128	247	182	81	14	181

ตารางผนวก 12 Crosstab สถานภาพกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภคด้านความถี่ในการใช้บริการ

	ความถี่ในการใช้บริการ					รวม
	มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 2-3 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 4-5 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 7-8 ครั้ง/สัปดาห์	1 ครั้ง/ สัปดาห์	
สถานภาพ โสด	6	59	76	36	2	179
สมรส	2	83	79	25	8	197
หม้าย	1	10	11	1	1	24
รวม	9	152	166	62	11	400

ตารางผนวก 13 Crosstab สถานภาพกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภคด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

	ช่วงเวลาใช้บริการ				รวม
	06.00 - 10.00 น.	10.01 - 14.00 น.	14.01 - 18.00 น.	18.01 - 22.00 น.	
สถานภาพ โสด	16	37	55	71	179
สมรส	30	11	66	90	197
หม้าย	5	2	4	13	24
รวม	51	50	125	174	400

ตารางผนวก 14 Crosstab สถานภาพกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภคด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ

	ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ							
	อาหาร	ขนมขบ	เครื่องดื่ม	ผักและ	เนื้อ	ของใช้	เครื่องครัว	อื่นๆ
	เกี่ยวข้อง			ผลไม้	สด	ต่างๆ		
สถานภาพ โสด	66	135	116	22	18	43	26	7
สมรส	101	103	102	40	34	76	52	5
หม้าย	11	10	17	2	4	3	5	0
รวม	178	248	235	64	56	122	83	12

ตารางผนวก 15 Crosstab สถานภาพ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค ด้านเหตุผลในการใช้บริการ

	เหตุผลในการใช้บริการ				
	ราคาสินค้าต่ำกว่า	ความสะดวก	ความหลากหลายของสินค้า	การส่งเสริมการขาย	ความเคยชินและความสนิทสนมส่วนตัว
สถานภาพ โสด	49	135	108	51	21
สมรส	57	147	104	59	26
หม้าย	8	14	12	9	3
รวม	114	296	224	119	50

ตารางผนวก 16 Crosstab สถานภาพ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยของผู้บริโภค ด้านความต้องการใช้สินค้า

	ด้านความต้องการใช้สินค้า					
	ต้องการ สินค้าทีละ ชนิด	ต้องการ สินค้าอย่าง เร่งด่วน	ต้องการ สินค้า ราคาถูก	ต้องการซื้อ สินค้าแบบใช้ เครดิต	ต้องการซื้อ สินค้าและใช้ บริการแบบ จัดส่งถึงบ้าน	ต้องการสินค้าที่ หลากหลายชนิด
สถานภาพ โสด	54	11	86	28	3	88
สมรส	69	11	82	49	11	80
หม้าย	5	14	14	4	0	13
รวม	128	247	182	81	14	181

ตารางผนวก 17 Crosstab ระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยของผู้บริโภคด้านความถี่ในการใช้บริการ

		ความถี่ในการใช้บริการ					รวม
		มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 2-3 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 4-5 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 7-8 ครั้ง/สัปดาห์	1 ครั้ง/ สัปดาห์	
ระดับ การศึกษา	ประถมศึกษา หรือต่ำกว่า	1	15	34	8	1	59
	มัธยมศึกษา/ปวช.	2	29	38	15	0	84
	มัธยมศึกษาตอน ปลาย	2	42	44	15	3	106
	อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	0	34	27	12	2	75
	ปริญญาตรี	4	28	17	12	4	65
	สูงกว่าปริญญาตรี	0	4	6	0	1	11
รวม		9	152	166	62	11	400

ตารางผนวก 18 Crosstab ระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยของผู้บริโภคด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ

		ช่วงเวลาใช้บริการ				รวม
		06.00 - 10.00 น.	10.01 - 14.00 น.	14.01 - 18.00 น.	18.01 - 22.00 น.	
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	9	19	17	14	59
	มัธยมศึกษา/ปวช.	10	13	37	24	84
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	10	26	58	106
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3	4	27	41	75
	ปริญญาตรี	14	4	17	30	65
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	0	1	7	11
รวม		51	50	125	174	400

ตารางผนวก 19 Crosstab ระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยของผู้บริโภคด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ

		ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ							
		อาหาร	ขนมขบเคี้ยว	เครื่องดื่ม	ผักและผลไม้	เนื้อสด	ของใช้ต่าง ๆ	เครื่องครัว	อื่น ๆ
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	29	42	31	10	12	11	10	2
	มัธยมศึกษา/ปวช.	38	61	48	18	13	23	15	2
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	44	59	56	10	14	41	22	2
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	37	45	50	14	9	25	17	2
	ปริญญาตรี	27	33	42	9	6	21	17	3
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	8	8	3	2	1	2	1
รวม		178	248	235	64	56	122	83	12

ตารางผนวก 20 Crosstab ระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยของผู้บริโภค ด้านเหตุผลในการใช้บริการ

		เหตุผลในการใช้บริการ				
		ราคาสินค้าต่ำกว่า	ความสะดวก	ความหลากหลายของสินค้า	การส่งเสริมการขาย	ความเคยชินและความสนิทสนมส่วนตัว
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	15	42	30	19	6
	มัธยมศึกษา/ปวช.	22	70	43	24	12
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	25	79	57	27	12
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	21	60	46	20	7
	ปริญญาตรี	26	39	40	23	12
	สูงกว่าปริญญาตรี	5	6	8	6	1
รวม		114	296	224	119	50

ตารางผนวก 21 Crosstab ระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชห่วยของผู้บริโภค ด้านความต้องการใช้สินค้า

		ด้านความต้องการใช้สินค้า					
		ต้องการสินค้าที่ละชนิด	ต้องการสินค้าอย่างเร่งด่วน	ต้องการสินค้าราคาถูก	ต้องการซื้อสินค้าแบบใช้เครดิต	ต้องการซื้อสินค้าและบริการแบบจัดส่งถึงบ้าน	ต้องการสินค้าที่หลากหลาย
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	15	32	28	10	1	27
	มัธยมศึกษา/ปวช.	36	48	37	18	2	32
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	35	67	40	12	4	48
	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	21	51	36	16	3	34
	ปริญญาตรี	18	43	33	21	4	32
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	6	8	4	0	8
รวม		128	247	182	81	14	181

ตารางผนวก 22 Crosstab อาชีพ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านความถี่ในการใช้บริการ

		ความถี่ในการใช้บริการ					รวม
		มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 2-3 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 4-5 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 7-8 ครั้ง/สัปดาห์	1 ครั้ง/ สัปดาห์	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	0	26	52	15	0	93
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0	10	12	10	4	36
	พนักงานบริษัทเอกชน	0	44	27	11	1	83
	ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ	3	21	25	14	2	65
	รับจ้างทั่วไป	6	44	47	12	4	113
	อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	7	3	0	0	10
รวม		9	152	166	62	11	400

ตารางผนวก 23 Crosstab อาชีพ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

		ช่วงเวลาใช้บริการ				รวม
		06.00 - 10.00 น.	10.01 - 14.00 น.	14.01 - 18.00 น.	18.01 - 22.00 น.	
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	12	28	24	29	93
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3	2	10	21	36
	พนักงานบริษัทเอกชน	11	2	26	44	83
	ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ	6	7	25	27	65
	รับจ้างทั่วไป	15	11	35	52	113
	อื่น ๆ (โปรดระบุ)	4	0	5	1	10
รวม		51	50	125	174	400

ตารางผนวก 24 Crosstab อาชีพ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ

		ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ						
		อาหาร	ขนมขบ	เครื่องดื่ม	ผักและ	เนื้อสด	ของใช้	เครื่องครัว
		เคี้ยว			ผลไม้		ต่าง ๆ	อื่น ๆ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	29	78	54	6	3	16	11
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	17	19	26	7	4	10	9
	พนักงานบริษัทเอกชน	34	56	46	15	10	36	19
อาชีพ	ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ	33	32	41	12	12	14	15
	รับจ้างทั่วไป	61	59	62	19	23	39	22
	อื่นๆ	4	4	6	5	4	7	7
รวม		178	248	235	64	56	122	83

ตารางผนวก 25 Crosstab อาชีพ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภคด้านเหตุผลในการใช้บริการ

		เหตุผลในการใช้บริการ				
		ราคาสินค้า	ความสะดวก	ความ	การส่งเสริม	ความเคยชินและ
		ต่ำกว่า		หลากหลายของ	การขาย	ความสนิทสนม
				สินค้า		ส่วนตัว
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	19	70	59	24	11
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	15	19	24	22	2
	พนักงานบริษัทเอกชน	27	70	39	18	6
	ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ	18	43	44	26	12
	รับจ้างทั่วไป	34	88	52	28	15
	อื่นๆ	1	6	6	1	4
รวม		114	296	224	119	50

ตารางผนวก 26 Crosstab อาชีพ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านความต้องการใช้สินค้า

		ด้านความต้องการใช้สินค้า					
		ต้องการ สินค้าทีละ ชนิด	ต้องการ สินค้าอย่าง เร่งด่วน	ต้องการ สินค้า ราคาถูก	ต้องการซื้อ สินค้าแบบใช้ เครดิต	ต้องการซื้อ สินค้าและใช้ บริการแบบ จัดส่งถึงบ้าน	ต้องการ สินค้าทีละ หลาย ๆ ชนิด
อาชีพ	นักเรียนนักศึกษา	28	51	46	11	2	45
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	10	25	22	11	2	21
	พนักงานบริษัทเอกชน	26	57	30	13	2	40
	ค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ	21	35	33	21	5	30
	รับจ้างทั่วไป	39	71	47	22	2	45
	อื่น ๆ	4	8	4	3	1	0
รวม		128	247	182	81	14	181

ตารางผนวก 27 Crosstab รายได้ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านความถี่ในการใช้บริการ

		ความถี่ในการใช้บริการ					รวม
		มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 2-3 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 4-5 ครั้ง/สัปดาห์	มากกว่า 7-8 ครั้ง/สัปดาห์	1 ครั้ง/ สัปดาห์	
รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5	36	51	15	0	107
	5,001 - 7,500 บาท	0	28	52	14	4	98
	7,501 - 9,000 บาท	0	42	28	14	0	84
	9,001 - 11,500 บาท	0	21	19	8	4	52
	11,501 - 14,000 บาท	1	17	11	11	1	41
	14,001 - 16,500 บาท	1	8	4	0	2	15
	มากกว่า 16,500 บาท	2	0	1	0	0	3
รวม		9	152	166	62	11	400

ตารางผนวก 28 Crosstab รายได้ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ

		ช่วงเวลาใช้บริการ				รวม
		06.00 - 10.00 น.	10.01 - 14.00 น.	14.01 - 18.00 น.	18.01 - 22.00 น.	
รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	14	28	33	32	107
	5,001 - 7,500 บาท	11	13	34	40	98
	7,501 - 9,000 บาท	11	2	32	39	84
	9,001 - 11,500 บาท	3	3	15	31	52
	11,501 - 14,000 บาท	10	4	4	23	41
	14,001 - 16,500 บาท	2	0	7	6	15
	มากกว่า 16,500 บาท	0	0	0	3	3
รวม		51	50	125	174	400

ตารางผนวก 29 Crosstab รายได้ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ

	ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ							
	อาหาร	ขนมขบ เคี้ยว	เครื่องดื่ม	ผักและ ผลไม้	เนื้อสด	ของใช้ ต่าง ๆ	เครื่องครัว	อื่น ๆ
รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท	36	84	66	13	12	26	20	2
5,001-7,500 บาท	56	55	60	21	21	22	16	3
7,501-9,000 บาท	34	47	41	9	6	37	13	2
9,001-11,500 บาท	27	24	29	12	11	19	14	2
11,501-14,000 บาท	16	27	29	6	3	11	13	1
14,001-16,500 บาท	9	8	7	3	3	5	5	1
มากกว่า 16,500 บาท	0	3	3	0	0	2	2	1
รวม	178	248	235	64	56	122	83	12

ตารางผนวก 30 Crosstab รายได้ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านเหตุผลในการใช้บริการ

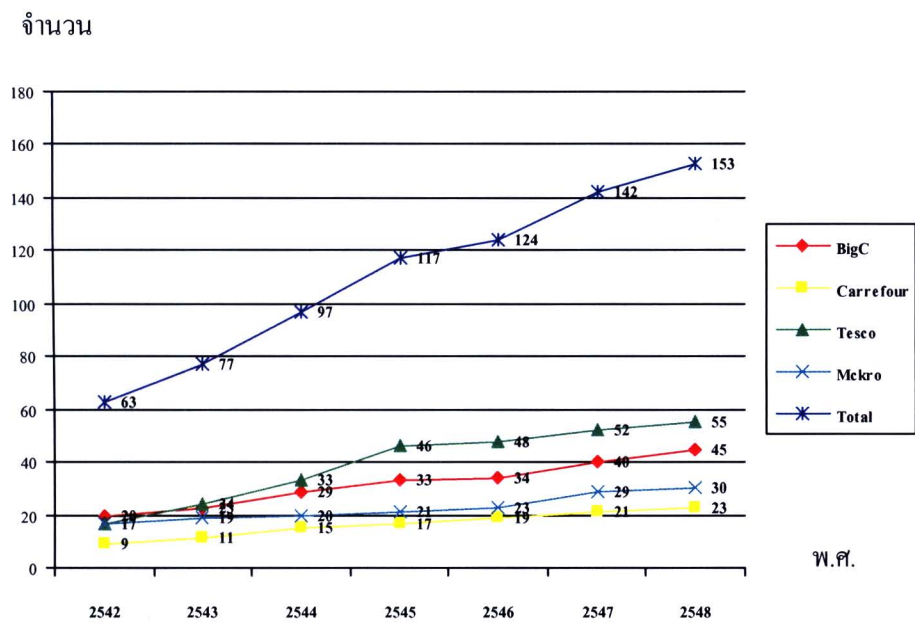
		เหตุผลในการใช้บริการ				
		ราคาสินค้าต่ำ กว่า	ความ สะดวก	ความหลากหลาย ของสินค้า	การส่งเสริม การขาย	ความเคยชินและ ความสนิทสนม ส่วนตัว
รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	17	79	63	26	15
	5,001-7,500 บาท	28	75	59	27	14
	7,501-9,000 บาท	24	66	32	21	6
	9,001-11,500 บาท	22	43	33	17	8
	11,501-14,000 บาท	17	20	26	20	5
	14,001-16,500 บาท	3	11	11	7	2
	มากกว่า 16,500 บาท	3	2	0	1	0
รวม		114	296	224	119	50

ตารางผนวก 31 Crosstab รายได้ กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าจากร้านโชวห่วยของผู้บริโภค
ด้านความต้องการใช้สินค้า

		ด้านความต้องการใช้สินค้า					
		ต้องการ สินค้าทีละ ชนิด	ต้องการ สินค้าอย่าง เร่งด่วน	ต้องการ สินค้า ราคาถูก	ต้องการซื้อ สินค้าแบบ ใช้เครดิต	ต้องการซื้อ สินค้าและใช้ บริการแบบ จัดส่งถึงบ้าน	ต้องการ สินค้าทีละ หลายๆ ชนิด
รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	33	62	49	14	3	44
	5,001-7,500 บาท	33	60	41	20	3	48
	7,501-9,000 บาท	31	54	30	13	2	28
	9,001-11,500 บาท	19	33	27	14	1	29
	11,501-14,000 บาท	10	25	28	11	3	22
	14,001-16,500 บาท	1	11	7	8	2	7
	มากกว่า 16,500 บาท	1	2	0	1	0	3
รวม		128	247	182	81	14	181

ภาคผนวก ง

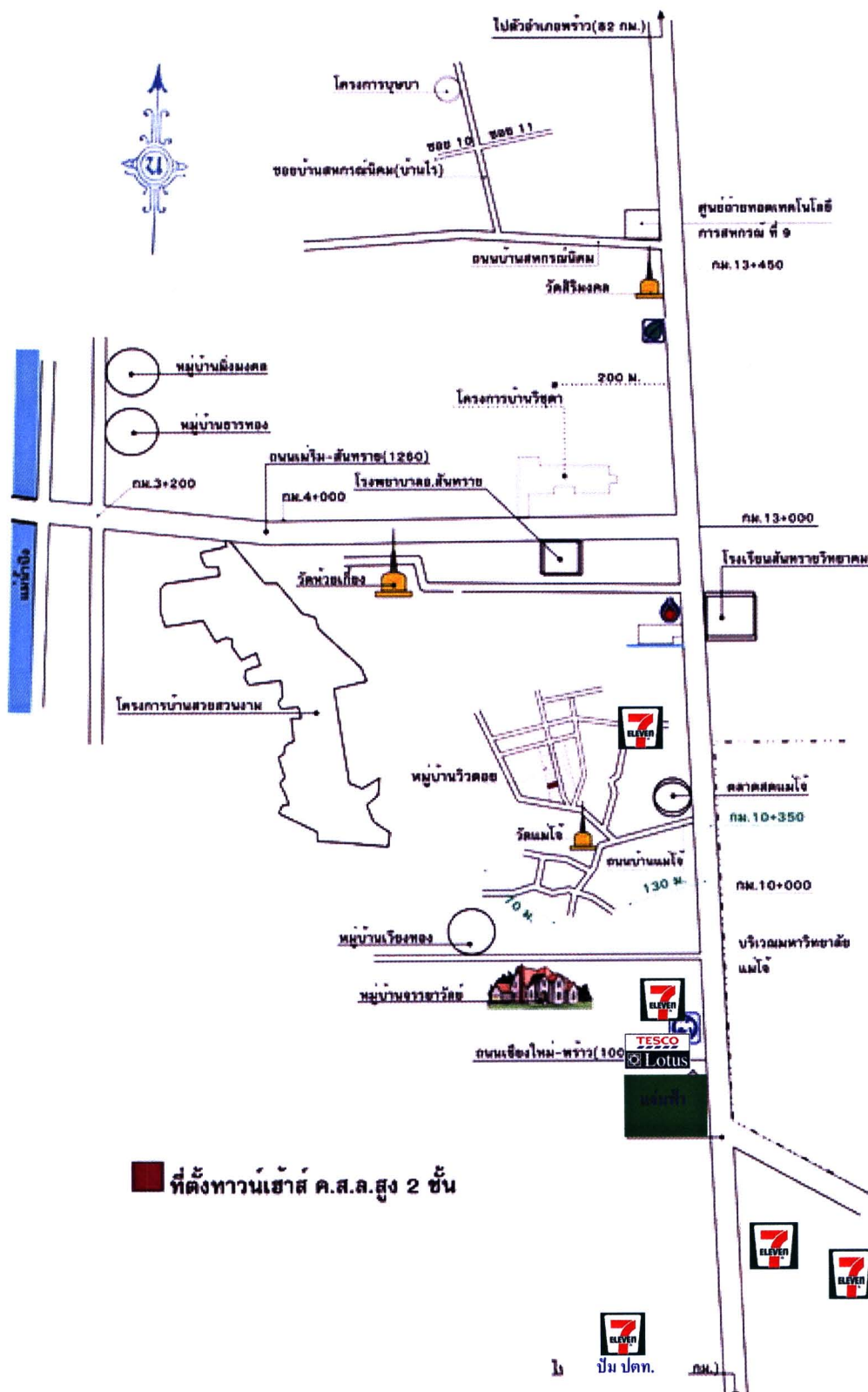
การเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั่วประเทศระหว่างปี 2542-2548



ภาพผนวก 1 การเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั่วประเทศระหว่างปี2542-2548
ที่มา: สถานการณ์ค้าปลีกค้าส่ง (2551: ระบบออนไลน์)

ภาคผนวก จ

การกระจายตัวของห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อ
ในอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่



ภาพผนวก 2 การกระจายตัวของห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อใน อ.สันทราย จ.เชียงใหม่

ภาคผนวก ง

ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายจักราวุฒิ เพ็ชรตระกูลหงส์	
เกิดเมื่อ	14 ธันวาคม พ.ศ. 2525	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2546	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
	พ.ศ. 2548	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2548 – 2550 บริษัท ลานนาอุตสาหกรรม จำกัด	

