

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีก
แบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี

สุปวีณ์ ห่องกระจก

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ปีการศึกษา 2552

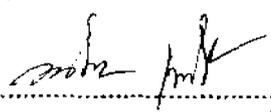
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี อนุมัติวิทยานิพนธ์เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก
ซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี
และสิงห์บุรี เสนอโดย นางสาวสุวิณี ห่องกระจก เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป


.....รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบัณฑิตศึกษา
(นายตระกูล จันทสุนทร)
วันที่ 28 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2552

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาสินี ศิริโกคาภิรมย์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันิดา เพิ่มศิริ)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทสรศักดิ์ อภิยาหอม)


.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(ดร.วิโรจน์รัตน์ ตรีเนตร)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วนิดา เพิ่มศิริ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทสรศศิริ อภิยาหอม
ชื่อนักศึกษา	สุวิณี ห่องกระจก
สาขาวิชา	การจัดการทั่วไป
ปีการศึกษา	2552

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ ประชากรมีจำนวนที่ไม่แน่นอน จึงใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบโควตา (quota sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชากรที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง กับผู้ที่มาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 134 ตัวอย่าง สระบุรี จำนวน 133 ตัวอย่าง และสิงห์บุรี จำนวน 133 ตัวอย่าง ได้หน่วยตัวอย่างครบตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ เก็บข้อมูล ช่วงวันที่ 1 – 15 สิงหาคม 2552 เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.75 วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปหาค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) การทดสอบที (t – test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one – way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีของฟิชเชอร์ (Fisher's Least – Significant Difference: LSD)

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับรายชื่อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการให้บริการลูกค้า 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด 4) ด้านการออกแบบร้านค้า 5) ด้านการตั้งราคา และ 6) ด้านทำเลที่ตั้ง คำน้อยลำดับ

2. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี เมื่อจำแนกตามเพศ และระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อจำแนกตามสถานภาพสมรส และประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกตามรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อจำแนกตามอายุ และอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Thesis Title **The Factors Affecting on Customers' Decision Makings to Buy Goods at Convenient Stores in Mueang Districts in Lop Buri, Saraburi and Sing Buri Provinces**

Thesis Advisors **Asst. Prof. Wanida Phermsiri**
Asst. Prof. Phassasi Aphiyahom

Name **Supawee Hongkrajok**

Concentration **General Management**

Academic Year **2009**

ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to study the factors affecting on customers' decision makings to buy goods at convenient stores in Mueang districts in Lop Buri, Saraburi and Sing Buri provinces 2) to compare the factors affecting on the customers' decisions above; these persons were sorted by the genders, ages, marriage status, educational degrees, occupations, monthly income, kinds of stores where they have obtained services. According to the uncertain amount of the population of customers, the researcher decided to allow the quota sampling. All samples consisted of 400 customers buying goods at convenient stores in Mueang districts in Lop Buri, Saraburi and Sing Buri. These 400 subjects were shared into 3 groups as follows: 134 subjects in Lop Buri, 133 subjects in Saraburi and 133 subjects in Sing Buri. The researcher collected the data from 1st to 15th August, 2009. The instrument was a questionnaire constructed by the researcher. Its reliability was 0.75. The data was analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, T – Test, one – way ANOVA, and Fisher's Least Significant Difference (LSD).

The results were as these followings:

1. in the whole picture, the factors affecting on customers' decision makings to buy good at the convenient stores in the mentioned areas were ranked at high level. The factors, rearranged from the highest to the lowest means, were 1) products 2) offering services to the customers 3) marketing promotion 4) prices and 5) store location respectively.

2. for the comparison between the factors focusing on the customers' genders and educational degrees, there was no significant difference at the .05 level. However, they were significantly different at the .05 level when this comparison underlined the customers' marriage status and kinds of stores where they have acquired the services. When the aspect of monthly income was emphasized, it was significantly different at the .01 level as well. They, moreover, were significantly different at the .001 level for the age and occupational features.

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยการให้คำปรึกษา แนะนำเป็นอย่างดีของอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วนิดา เข้มศิริ ประธานควบคุมวิทยานิพนธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัสสรศักดิ์ อภียาหอม กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ และให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้ถูกต้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาสนี ศิริโกคาภิรมย์ รองศาสตราจารย์สาคร กล้าหาญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วนิดา ภูแคง ดร.จิราวรรณ สมหวัง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมนาค มั่นสัมฤทธิ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่สั่งสอนอบรม ตลอดจนเพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา และเป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์จนเสร็จสมบูรณ์

คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ บิดา มารดา และคณาจารย์ทุกท่าน ที่อบรมสั่งสอนผู้วิจัยด้วยดีเสมอมาตลอดจนถึงปัจจุบัน

สุปวีณ์ ห้องกระจก

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	7
ความสำคัญของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	11
สมมติฐานการวิจัย.....	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการค้าปลีก.....	13
ประวัติการค้าปลีก.....	13
ความหมายของการค้าปลีก.....	15
ความสำคัญของการค้าปลีก.....	16
ประเภทของการค้าปลีก.....	17
การตัดสินใจทางการตลาดของผู้ค้าปลีก.....	22
แนวโน้มของธุรกิจค้าปลีก.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค.....	30
ความหมายของผู้บริโภค.....	30
ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	31
ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค.....	32
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.....	33
แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค.....	36
แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค.....	39
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	43
ความหมายของการตัดสินใจ.....	43
กระบวนการตัดสินใจ.....	44
ทฤษฎีการจูงใจ.....	47

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ)	
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อ....	52
ด้านทำเลที่ตั้ง.....	53
ด้านการออกแบบร้านค้า.....	60
ด้านการตั้งราคา.....	62
ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	77
ด้านการให้บริการลูกค้า.....	96
ด้านผลิตภัณฑ์.....	108
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	110
งานวิจัยในประเทศ.....	110
งานวิจัยต่างประเทศ.....	115
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	117
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	117
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	118
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	118
การหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	119
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	119
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	120
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	125
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	125
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	125
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	126
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย.....	177
ความมุ่งหมายในการวิจัย.....	177
สมมติฐานการวิจัย.....	177
สรุปผลการวิจัย.....	177
การอภิปรายผล.....	180
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	183

	หน้า
บรรณานุกรม.....	185
	191
ภาคผนวก.....	
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	192
ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย.....	197
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ.....	199
ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์.....	205

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

สารบัญตาราง

		หน้า
ตาราง 1	คำถาม 7 คำถาม (6W's และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7O's).....	34
ตาราง 2	คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	35
ตาราง 3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	126
ตาราง 4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านทำเลที่ตั้ง.....	128
ตาราง 5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านการออกแบบร้านค้า.....	129
ตาราง 6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านการตั้งราคา.....	129
ตาราง 7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านการส่งเสริมการตลาด.....	130
ตาราง 8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านการให้บริการลูกค้า.....	131
ตาราง 9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในด้านผลิตภัณฑ์.....	132
ตาราง 10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม.....	132
ตาราง 11	ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง.....	133

ตาราง 22	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตาม สถานภาพสมรส.....	144
ตาราง 23	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามสถานภาพสมรส	145
ตาราง 24	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้า จำแนกตาม สถานภาพสมรส.....	146
ตาราง 25	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถานภาพสมรส.	147
ตาราง 26	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	147
ตาราง 27	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามระดับการศึกษา.....	148
ตาราง 28	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา....	150
ตาราง 29	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	150
ตาราง 30	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	151

	หน้า	
ตาราง 41	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	164
ตาราง 42	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	165
ตาราง 43	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	165
ตาราง 44	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	166
ตาราง 45	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการให้บริการลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	167
ตาราง 46	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	168
ตาราง 47	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน...	168
ตาราง 48	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ.....	169

ตาราง 49	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านทำเลที่ตั้ง จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ.....	171
ตาราง 50	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการออกแบบร้านค้า จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ.....	172
ตาราง 51	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการตั้งราคา จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ.....	173
ตาราง 52	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ.....	174
ตาราง 53	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ.....	175
ตาราง 54	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สระบุรี และสิงห์บุรี ในภาพรวม จำแนกตามประเภทร้านค้าที่ใช้บริการ.....	176

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	11

มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี