

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์งานวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตงานวิจัย	6
สมมติฐานงานวิจัย	7
นิยามศัพท์	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีการค้าปลีก	12
แนวคิดของร้านค้าสมัยใหม่	23
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	36
ทฤษฎีองค์ประกอบทั้ง 8 ของการจัดการการบริการแบบผสมผสาน	50
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	58
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	59
การทดสอบความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล	62
การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล	62

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สถิติที่ใช้ในการศึกษา	62
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	
ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	64
ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง	67
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่	74
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน	78
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการวิจัย	106
อภิปรายผลการวิจัย	122
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	124
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	126
<b>บรรณานุกรม</b>	127
<b>ภาคผนวก</b>	130
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	136