

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 รูปแบบธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย	14
2.2 การเลือกใช้กลยุทธ์การลดราคาของห้างค้าปลีกสมัยใหม่	21
2.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบรายการส่งเสริมการขายกับจุดประสงค์	23
2.4 กลยุทธ์การจัดรายการส่งเสริมการขายของแต่ละบทบาทของกลุ่มสินค้า	29
2.5 กลยุทธ์การบริหารกลุ่มสินค้าของแต่ละบทบาทของกลุ่มสินค้า	30
3.1 แสดงเกณฑ์ในการแปรความหมายของคะแนน	61
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศของกลุ่มตัวอย่าง	64
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	64
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	65
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	65
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	66
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่าง	66
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของร้านค้าสมัยใหม่ที่กลุ่มตัวอย่าง ซื้อสินค้าจากร้านดังกล่าวบ่อยที่สุด	67
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่	68
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่บ่อยที่สุด	68
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งที่กลุ่มตัวอย่าง ซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่	69
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่ไปซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่กับกลุ่มตัวอย่าง	69
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการเลือกร้านค้า และการตัดสินใจซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง	70
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินค่าสินค้าโดยปกติของกลุ่มตัวอย่าง	70
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ ข้อมูลข่าวสารของร้านค้าสมัยใหม่มากที่สุด	71
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของรายการส่งเสริมการขาย ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ร้านค้าสมัยใหม่จัดทำมากที่สุด	71
4.16 ความถี่ในการซื้อสินค้าในแผนกต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่าง	72
4.17 ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าสมัยใหม่	74

(ช)

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 สรุปปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า ในร้านค้าสมัยใหม่ของกลุ่มตัวอย่าง	77
4.19 การทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า ในร้านค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร	79
4.20 การทดสอบปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้า ในร้านค้าสมัยใหม่ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร	85