

รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้า  
จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน เขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพมหานคร

นางสาว สุนทรี พ็ชรพันธ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-332-401-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**LIFE PATTERN AND PURCHASING BEHAVIOR FROM CONVENIENCE STORE  
IN PETROL STATION OF URBAN AND RURAL OF BANGKOK**

**Miss Soontaree Phatcharapun**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication**

**Department of Public Relations**

**Graduate School**

**Chulalongkorn University**

**Academic year 1998**

**ISBN 974-332-401-1**



สุนทรีย์ พัทธพันธ์ : รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการซื้อจากร้านค้าสะดวกซื้อใน  
สถานีบริการน้ำมัน เขตเมือง และชานเมืองของกรุงเทพมหานคร (LIFE PATTERN AND  
PURCHASING BEHAVIOR FROM CONVENIENCE STORE IN PETROL STATION OF  
URBAN AND RURAL OF BANGKOK) อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ จาระไน แกลโกศล.  
390 หน้า. ISBN 974-332-401-1

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการซื้อสินค้า  
ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน เขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพมหานคร  
เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้บริโภคเขตเมืองและชานเมือง เขตละ 210 คน โดยแบ่งเป็น 3  
ช่วงเวลา จำนวนเท่า ๆ กัน ได้แก่ช่วงเวลา 8.00-16.00 น. 16.00-24.00 น. และ 24.00-8.00 น. การวิเคราะห์  
ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย Chi-square t-test One way ANOVA และค่า  
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพมหานคร  
ไม่แตกต่างกันยกเว้น งานอดิเรกที่ผู้บริโภคเขตชานเมืองทำกิจกรรมนี้สูงกว่าผู้บริโภคเขตเมือง
2. การเปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในเขตเมือง  
และชานเมืองของกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ยกเว้น สื่อบุคคลในที่นี้หมายถึง บทบาทของพนักงาน  
ขาย ซึ่งผู้บริโภคเขตชานเมืองให้ความสำคัญสูงกว่าผู้บริโภคเขตเมือง
3. รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารของผู้บริโภคในเขต  
กรุงเทพมหานคร
4. รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขต  
กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
5. การเปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อของผู้  
บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา ..... 2541.....

ลายมือชื่อนิสิต ..... *Sunthorn P.*.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ..... *(U)*.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

LIFE PATTERN/PURCHASING BEHAVIOR/CONVENIENCE STORE/PETROL STATION  
SOONTAREE PHATCHARAPUN: LIFE PATTERN AND PURCHASING BEHAVIOR  
FROM CONVENIENCE STORE IN PETROL STATION OF URBAN AND RURAL OF  
BANGKOK. THESIS ADVISOR: ASSO.PROF.JARANAI GLAEKOSOL. 390 PP. ISBN  
974-332-401-1

The research is a survey to examine life pattern and purchasing behavior from convenience store in petrol station of urban and rural areas of Bangkok. The samples of 420 persons are equally distributed into two groups to represent the dwellers in urban and rural areas and further distributed among those who purchase the products from target convenience store during 3 period of time from 8.00 a.m. - 4.00 p.m., from 4.00 p.m. - 12.00 p.m. and from 12.00 p.m. - 8.00 a.m. The data was analyzed in term of frequency, percentage, mean, Chi-square, t-test, One Way ANOVA and Pearson's product moment correlation coefficient which are calculated by SPSS package program.

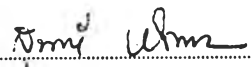
The results of the research could be summed up as follows:

1. Consumers' life pattern in urban and rural of Bangkok are not found to be significantly different exception for the consumers in dwelling rural have more hobbies than the consumers dwelling in urban areas
2. Consumers' exposure to information in concern with convenience stores of petrol station in urban and rural of Bangkok are not found to be significantly different except for those dwelling in rural area who regards the salesman as more significant source of information than those dwelling in urban.
3. Life pattern correlates with information exposure of consumers as hypothesis 3
4. Life pattern correlates with the purchasing behaviors of consumers as hypothesis 4
5. The information exposure correlates with purchasing behaviors of consumers as hypothesis 5

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา.....2541.....

ลายมือชื่อนิติ..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



## กิตติกรรมประกาศ

ภายใต้ร่มร้วงามจรีที่อบอุ่น ดีใจมากที่สุดที่ได้กลับมาเป็นมหาบัณฑิตจากรั้วสีชมพูแห่งนี้ อีกครั้ง หลังจากที่ได้เป็นบัณฑิตจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ด้วยความภาคภูมิใจหลายปีที่ผ่านมา แต่เมื่อกลับเข้ามา แม้ว่าจะต่างคณะกันไป แต่กลิ่นอายแห่งความศักดิ์สิทธิ์ทางวิชาการ และ มิตรภาพที่งดงาม ระหว่างนิสิตกับอาจารย์ รวมทั้งเพื่อนร่วมรุ่นทุกคนที่ได้รู้จักกัน ยังไม่เปลี่ยนแปลงในความเป็นจุฬาลงกรณ์ไปเลย

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการ สอบวิทยานิพนธ์ และขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒน์ วังษ์กระพันธ์ ที่ได้กรุณา ให้คำแนะนำด้านเนื้อหา จนมีความสมบูรณ์มากขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาอย่างยิ่งของรองศาสตราจารย์ จาระไน แกล โกศล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ซึ่งได้มอบความกรุณาช่วยเหลือ แนะนำ ตรวจสอบ และควบคุม การวิจัยด้วยดีอีกครั้ง ยังเป็นกำลังใจให้ต่อสู้และเข้มแข็งในยามที่ท้อแท้ใจที่สุดของชีวิตช่วงหนึ่ง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ให้คำปรึกษา ด้านการวิเคราะห์สถิติ สำหรับเพื่อน ๆ DEV. COMM. ทุกคน ขอขอบคุณสำหรับมิตรภาพที่ดีงาม สำหรับความเป็น เพื่อน ของทุก ๆ คน “พี่คุม - พี่สาวที่เป็นผู้ให้ที่ยิ่งใหญ่จริงๆ พี่แอน พี่ตัว พี่เอ(ซี) พี่มนตรี - พี่ที่ สร้างความสนุกสนานแต่มีข้อคิดเสมอตอนท้ายเรื่อง พี่อิง พี่ยา พี่เอฟ - พี่ที่แสนดีเสมอ น้องเอ น้องนก - เป็นน้องที่เป็นคนดีที่หนึ่งเลย สำหรับน้องหญิง โอ้ ทิพย์ วิ เอ และหนอย - เป็นน้องที่เป็น ที่ปรึกษาที่ดีดี พวง หนู่ม แจ๊บ ยอด - เป็นน้องที่น่ารักมากจริงๆ” ขอขอบคุณอีกครั้งและอยาก เย้ยคำนี้ตลอดไปว่า “ยินดีที่ได้รู้จักทุกคนคะ”

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และพี่น้อง “พัชรพันธ์” อันเป็นที่รัก ทุกคน ที่มอบความรัก ความหวังใจ กำลังใจมาตลอดเวลา ความรักและสายใยของครอบครัวจะผูก พันพวกเราไว้ตลอดไป สัญญาว่า “พวกเราจะมีกันและกันเสมอ ไม่ว่าในยามหัวเราะ หรือ ร้องไห้”

สุนทรี พัชรพันธ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	5
1.3 ปัญหานำวิจัย.....	6
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	6
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.7 นิยามศัพท์.....	8
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวความคิดเรื่องการแพร่กระจายและการยอมรับนวัตกรรม.....	10
2.2 แนวคิดทางจิตวิทยาสังคม.....	16
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาดและสื่อสารการตลาด.....	17
2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร.....	28
2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางจิตวิทยา.....	29
2.6 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสาร.....	34
2.7 แนวความคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	40
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	51

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่

3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	54
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54
3.2	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	55
3.3	การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	56
3.4	ตัวแปรในการวิจัย.....	57
3.5	เกณฑ์การให้คะแนน.....	58
3.6	การประมวลผลข้อมูล.....	62
3.7	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
	ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร รูปแบบการดำเนินชีวิตการเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและแบ่งเป็นเขตเมือง และชานเมืองของกรุงเทพมหานคร.....	64
	ตอนที่ 2 ลักษณะประชากร รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสาร และพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง เป็น 3 ช่วงเวลา.....	111
	ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน.....	144
5	สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	337
	รายการอ้างอิง.....	376
	ภาคผนวก.....	381
	ประวัติผู้วิจัย.....	390



## สารบัญตาราง

ตาราง

หน้า

1	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่เก็บแบบสอบถาม.....	63
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร.....	64
3	จำนวน และร้อยละเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรม.....	68
4	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในการทำกิจกรรม.....	69
5	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในด้านความสนใจ.....	70
6	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในด้านความคิดเห็น.....	71
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสาร จากสื่อมวลชน สื่อ โฆษณา ณ จุดขาย และสื่อเฉพาะกิจ.....	73
8	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับเหตุผลเกี่ยวกับบทบาทของ พนักงานขาย ที่ทำให้มาใช้บริการ ในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	74
9	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยเกี่ยวกับบทบาทของ การจัดแสดงสินค้าในแต่ละข้อต่อไปนี้เป็นเหตุผลที่ทำให้มาใช้บริการใน ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	75
10	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามประเภทของการเดินทางมาซื้อสินค้า จากร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	75
11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มาซื้อสินค้าด้วยกัน.....	76
12	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยเกี่ยวกับการมาซื้อสินค้า ในร้านค้าสะดวกซื้อ และใช้บริการอื่นในสถานีสาน้ำมัน.....	76
13	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความบ่อยครั้งในการซื้อสินค้าใน ร้านค้าสะดวกซื้อบ่อยเพียงใดใน 1 เดือน (โดยประมาณ).....	76
14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามโอกาสในการซื้อสินค้าที่ ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	77
15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้า/ครั้งใน ร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	77
16	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้า ในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	78
17	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของการชำระสินค้า ในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	78

18	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ใช้ในการซื้อสินค้า ในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	79
19	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความบ่อยครั้งที่ผิดหวังกับการหา ซื้อสินค้าที่ต้องการในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	79
20	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในเรื่องของเหตุผล ที่ทำให้ซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	80
21	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ซื้อใน ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	81
22	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบเขตในเมืองกับชานเมือง จำแนกตามช่วงเวลาที่เก็บแบบสอบถาม.....	83
23	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเขตในเมือง และชานเมือง จำแนกตามลักษณะทางประชากร.....	83
24	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเขตในเมือง และชานเมือง จำแนกตาม รูปแบบการดำเนินชีวิต.....	88
25	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/ น้อยในการทำกิจกรรม.....	89
26	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในด้านความสนใจ.....	91
27	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในด้านความคิดเห็น.....	93
28	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เขตในเมือง และชานเมืองของกรุงเทพฯ จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน สื่อโฆษณา ณ จุดขาย และสื่อเฉพาะกิจ.....	96
29	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง เขตในเมือง และชานเมือง จำแนกตามระดับเหตุผลเกี่ยวกับบทบาทของพนักงานขายที่มาใช้บริการใน ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	98
30	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยเกี่ยวกับบทบาทของ การจัดแสดงสินค้าในแต่ละข้อต่อไปนี้เป็นเหตุผลที่ทำให้มาใช้บริการใน ร้านค้าสะดวกซื้อสินค้าในสถานบริการน้ำมัน.....	99
31	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามประเภทของการเดินทางมาซื้อสินค้า จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	100

32	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของบุคคลที่มาซื้อสินค้าด้วยกัน.....	100
33	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยเกี่ยวกับการมาซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อและใช้บริการอื่นในสถานีสาน้ำมัน.....	101
34	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความบ่อยครั้งในการซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อบ่อยเพียงใดใน 1 เดือน (โดยประมาณ).....	102
35	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามโอกาสในการซื้อสินค้าที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	103
36	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้า/ครั้งในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	103
37	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	104
38	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของการชำระสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	104
39	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ใช้ในการซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	104
40	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความบ่อยครั้งที่ผิดหวังกับการหาซื้อสินค้าที่ต้องการในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	105
41	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในเรื่องของเหตุผลที่ทำให้ซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	106
42	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสินค้าที่ซื้อในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.....	108
43	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา จำแนกตามลักษณะทางประชากร.....	111
44	จำนวนและร้อยละเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงเวลา จำแนกตามกิจกรรม.....	115
45	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในการทำกิจกรรมในแต่ละช่วงเวลา.....	116

46	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในด้านความสนใจ ในแต่ละช่วงเวลา.....	119
47	ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความมาก/น้อยในด้านความคิดเห็น ในแต่ละช่วงเวลา.....	122
48	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา จำแนกตาม ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน สื่อโฆษณา ณ จุดขาย และ สื่อเฉพาะกิจที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน.....	126
49	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา จำแนกตาม ระดับเหตุผลเกี่ยวกับบทบาทของพนักงานขายที่ทำให้มาใช้บริการในร้านค้า สะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน.....	129
50	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา จำแนกตาม บทบาทของการจัดแสดงสินค้าที่ทำให้มาใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อใน สถานีสบริการน้ำมัน.....	130
51	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา จำแนกตาม ประเภทของการเดินทางมาซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน.....	132
52	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา จำแนกตาม ประเภทของการเดินทางมาซื้อสินค้ากับบุคคลใด.....	132
53	ร้อยละและค่าเฉลี่ย เปรียบเทียบช่วงเวลาจำแนกตามระดับความมาก/น้อย เกี่ยวกับการมาซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อและใช้บริการอื่น ในสถานีส บริการน้ำมัน.....	133
54	ร้อยละและค่าเฉลี่ย เปรียบเทียบช่วงเวลาจำแนกตามระดับความบ่อยครั้งในการ ซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อบ่อยเพียงใดใน 1 เดือน (โดยประมาณ).....	134
55	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบช่วงเวลาจำแนกตาม โอกาสในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน.....	135
56	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบช่วงเวลาจำแนกตาม จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า/ครั้งในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน.....	135
57	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบช่วงเวลาตามวัตถุประสงค์ ของการซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน.....	136
58	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบช่วงเวลาจำแนกตามประเภท ของการชำระสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสบริการน้ำมัน.....	136

59	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบช่วงเวลาจำแนกตามเวลาที่ใช้ในการซื้อสินค้าในสถานบริการน้ำมัน.....	136
60	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบช่วงเวลาจำแนกตามความบ่อยครั้งของความผิดหวังกับการหาซื้อสินค้าที่ต้องการในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	137
61	ร้อยละและค่าเฉลี่ย เปรียบเทียบช่วงเวลาจำแนกตามระดับความมาก/น้อยในเรื่องของเหตุผลที่ทำให้ซื้อสินค้าในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	138
62	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบช่วงเวลาจำแนกตามประเภทของสินค้าที่ซื้อในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	141
63	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างช่วงเวลาทำงานของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในเขตเมือง และชานเมือง.....	144
64	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่ใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือมอเตอร์ไซด์ส่วนตัวในการเดินทางไปทำงาน และไม่ใช้ในเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	145
65	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่เดินทางไปทำงาน โดยรถรับจ้าง และไม่ใช้ในเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	145
66	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทางไปทำงานหรือเรียนในเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	146
67	แสดงค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้เรือเป็นพาหนะในการเดินทางไปทำงานหรือเรียน ในเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	146
68	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้วิธีการเดินทางไปทำงานหรือเรียนในเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	147
69	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันระหว่างเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	148

70	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความสนใจและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน ระหว่างเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	149
71	ผลการทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ โดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันระหว่างเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	150
72	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารประเภทสื่อโฆษณา ณ จุดขายของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันระหว่างเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ โดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์.....	151
73	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารประเภทสื่อเฉพาะกิจของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันระหว่างเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ โดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์.....	151
74	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างบทบาทของพนักงานขายที่เป็นเหตุผลให้หันมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันระหว่างเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	152
75	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างบทบาทการจัดแสดงสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันที่เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าระหว่างเขตในเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	153
76	ผลการทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสารประเภทต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในเขตเมืองและชานเมืองของกรุงเทพฯ.....	154
77	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนของผู้บริโภคที่ใช้และไม่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางไปทำงานหรือเรียน.....	155
78	ผลการทดสอบความแตกต่างของพนักงานขายที่เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ใช้และไม่ใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือมอเตอร์ไซด์ส่วนตัวในการเดินทางไปทำงานหรือเรียน.....	156

79 ผลการทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสารประเภทต่าง ๆ ของผู้บริโภค  
ที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในกรุงเทพฯ ที่ใช้และ  
ไม่ใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือมอเตอร์ไซค์ส่วนตัวในการเดินทางไปทำงานหรือเรียน.....157

80 ผลการทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนของผู้บริโภค  
ที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในกรุงเทพฯ ที่ใช้และ  
ไม่ใช้รถประจำทางเป็นพาหนะในการเดินทางไปทำงานหรือเรียน..... 158

81 ผลการทดสอบความแตกต่างบทบาทของพนักงานขายที่เป็นเหตุผลทำให้  
ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ใช้  
และไม่ใช้รถประจำทางเป็นพาหนะในการเดินทางไปทำงานหรือเรียน.....158

82 ผลการทดสอบความแตกต่างบทบาทของการจัดแสดงสินค้าภายในร้านที่  
เป็นเหตุผลทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการ  
น้ำมันของผู้บริโภคที่ใช้และไม่ใช้รถประจำทางเป็นพาหนะในการเดินทาง  
ไปทำงานหรือเรียน.....159

83 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างการเปิดรับสารประเภทต่าง ๆ ของผู้บริโภค  
ที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของกรุงเทพฯ ที่ใช้และ  
ไม่ใช้รถประจำทางเป็นพาหนะในการเดินทางไปทำงานหรือเรียน.....159

84 คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสารจาก  
สื่อโทรทัศน์ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการ  
น้ำมันของกรุงเทพฯ.....160

85 คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสาร  
จากสื่อวิทยุของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการ  
น้ำมันของกรุงเทพฯ.....161

86 คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสาร  
จากสื่อหนังสือพิมพ์.....162

87 คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสาร  
จากสื่อนิตยสาร..... 163

88 คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสาร  
จากแผ่นป้ายโฆษณาในร้านค้า.....164

89	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสารจากแผ่นป้ายโฆษณาหน้าร้านค้า.....	166
90	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสารจากเครื่องหมายการค้า (ยี่ห้อ) ที่อยู่หน้าร้าน และตามป้ายบริเวณทางเข้าปั้มน้ำมัน.....	167
91	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสารจากภาชนะหรือหีบห่อบรรจุสินค้าของร้าน.....	168
92	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับบทบาทของพนักงานในเรื่องการกล่าวทักทายลูกค้าเมื่อเข้ามาและจากไป ที่เป็นผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	170
93	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับบทบาทของพนักงานในเรื่องความเป็นกันเองและรู้สึกคุ้นเคยที่เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	171
94	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับบทบาทของพนักงานขายในเรื่องการพูดจาสุภาพที่เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	172
95	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับบทบาทในการจัดแสดงสินค้าในเรื่องการจัดสินค้าอย่างมีระเบียบที่เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	172
96	คำสัมประสิทธิ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับบทบาทในการจัดแสดงสินค้าในเรื่องการใช้โปสเตอร์ตกแต่งภายในร้านค้าที่เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	173
97	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับบทบาทในการจัดแสดงสินค้าที่มีการใช้แสงไฟช่วยในการตกแต่งร้านให้ดูสะอาดตาที่เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	174
98	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันจากสื่อมวลชน.....	175



99	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการ เปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันจาก สื่อโฆษณา ณ จุดขาย.....	176
100	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการ เปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันจากสื่อเฉพาะกิจ.....	177
101	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับบทบาท พนักงานที่เป็นเหตุผลทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานบริการน้ำมัน.....	178
102	คำสัมประสิทธิ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับบทบาทการ จัดแสดงสินค้าที่เป็นเหตุผลทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานบริการน้ำมัน.....	179
103	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานบริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้รถรับจ้างเดินทางมาซื้อสินค้า กับช่วงเวลาการทำงานที่ต่างกัน.....	180
104	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานบริการน้ำมันที่มาซื้อสินค้ากับบุคคลอื่นๆ ด้วยบ้อยที่สุด กับช่วงเวลาการทำงานที่ต่างกัน.....	181
105	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อของใช้ในครัว จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันกับช่วงเวลาการทำงานที่ต่างกัน.....	182
106	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อใน สถานบริการน้ำมันที่ซื้อและไม่ซื้อของใช้ส่วนตัวในชีวิตประจำวันกับ ช่วงเวลาการทำงานที่ต่างกัน.....	182
107	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท Daily จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันกับช่วงเวลาการทำงานที่ต่างกัน.....	183
108	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภคที่เดินทางมาซื้อสินค้าโดยใช้และไม่ ใช้รถส่วนตัวที่ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันกับการใช้และไม่ ใช้รถรับจ้างเป็นพาหนะในการเดินทางไปทำงาน.....	183

109	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางมาซื้อสินค้าโดยใช้และ "ไม่ใช้รถส่วนตัวที่ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันกับการใช้และ "ไม่ใช้รถประจำทางเป็นพาหนะในการเดินทาง ไปทำงาน.....	184
110	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางมาซื้อสินค้าโดยใช้และ "ไม่ใช้รถส่วนตัวที่ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันกับการใช้และ "ไม่ใช้เรือในการเดินทาง ไปทำงาน.....	184
111	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางมาซื้อสินค้าโดยใช้และ "ไม่ใช้รถส่วนตัวที่ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันกับการใช้และ "ไม่ใช้การเดินทางไปทำงาน.....	185
112	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางมาซื้อสินค้าโดยใช้และ "ไม่ใช้รถรับจ้างที่ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันกับการใช้และ "ไม่ใช้รถส่วนตัวในการเดินทาง ไปทำงาน.....	185
113	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางมาซื้อสินค้าโดยใช้และ "ไม่ใช้รถรับจ้างกับการใช้และ"ไม่ใช้รถรับจ้างในการเดินทาง ไปทำงาน.....	186
114	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางมาซื้อสินค้าโดยใช้และ "ไม่ใช้รถประจำทางกับการเดินทางมาซื้อสินค้า โดยใช้รถรับจ้าง.....	186
115	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าในสถาน บริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้การเดินทางในการมาซื้อสินค้ากับการเดินทาง ไปทำงาน โดยรถส่วนตัว.....	187
116	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าใน สถานบริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้การเดินทางในการมาซื้อสินค้ากับ การเดินทาง ไปทำงาน โดยรถรับจ้าง.....	187
117	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้า ในสถานบริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทาง ไปทำงานกับเดินทางมาซื้อสินค้า.....	188
118	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าใน สถานบริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทาง มาทำงานกับการเดินทางมาซื้อสินค้าด้วยรถประจำทาง.....	188

119	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าใน สถานบริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้การเดินทางมาซื้อสินค้ากับการเดินทางมา ทำงานโดยการเดิน.....	189
120	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าใน สถานบริการน้ำมันที่ใช้และไม่ใช้รถประจำทางเดินทางมา ซื้อสินค้ากับการเดินทางมาทำงานด้วยรถส่วนตัว.....	189
121	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างบุคคลที่ผู้บริโภครไปซื้อสินค้าด้วย บ้อยที่สุดกับการเดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัว.....	190
122	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างบุคคลที่ผู้บริโภครมักไปซื้อสินค้าด้วย บ้อยที่สุดกับการเดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้รถประจำทาง.....	191
123	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างบุคคลที่ผู้บริโภครมักไปซื้อสินค้าด้วย บ้อยที่สุดกับการเดินทางไปทำงาน โดยการเดิน.....	192
124	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างความบ่อยครั้งในการมาซื้อสินค้าโดยเฉลี่ย ใน 1 เดือนกับการเดินทางไปทำงาน โดยรถส่วนตัว.....	193
125	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้า ในสถานบริการน้ำมันในช่วงก่อนไปทำงานกับการเดินทาง ไปทำงานโดยรถส่วนตัว.....	194
126	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าใน สถานบริการน้ำมันในช่วงก่อนไปทำงานกับการเดินทางไป ทำงาน โดยรถประจำทาง.....	194
127	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้า ในสถานบริการน้ำมันในช่วงหยุดพักระหว่างการทำงาน กับการเดินทางไปทำงาน โดยรถส่วนตัว.....	195
128	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าใน สถานบริการน้ำมันในช่วงหยุดพักระหว่างการทำงานกับการ เดินทางไปทำงาน โดยรถรับจ้าง.....	195
129	ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าใน สถานบริการน้ำมันในช่วงหลังเลิกงานกับการเดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัว.....	196

130	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าใน                      สถานีบริการน้ำมันในช่วงหลังเลิกงานกับการเดินทางไปทำงาน                      โดยใช้และไม่ใช้รถประจำทาง.....</p>	196
131	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าใน                      สถานีบริการน้ำมันในช่วงหลังเลิกงานกับการเดินทางไปทำงาน                      โดยการเดิน.....</p>	197
132	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างการเดินทางไปทำงาน โดยใช้และ                      ไม่ใช่เรือกับการซื้อสินค้าในช่วงเทศกาล/วันหยุด.....</p>	197
133	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างการเดินทางไปทำงาน โดยใช้และ                      ไม่ใช่รถรับจ้างกับการซื้อสินค้าในช่วงมีงานเลี้ยงสังสรรค์.....</p>	198
134	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างการเดินทางไปทำงาน โดยใช้และ                      ไม่ใช่รถส่วนตัวกับการซื้อสินค้าเมื่อของใช้ในบ้านขนาดเล็ก ๆ น้อย ๆ.....</p>	198
135	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ซื้อสินค้าในสถานีบริการน้ำมัน                      เมื่อของใช้ภายในบ้านขนาดเล็กๆ น้อยๆกับการเดินทางไปทำงาน โดยรถรับจ้าง.....</p>	199
136	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่ใช้และไม่ใช้รถส่วนตัว กับวิธีการชำระค่าสินค้า.....</p>	199
137	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างวิธีชำระค่าสินค้าของผู้บริโภครที่เข้ามาซื้อสินค้า                      ในร้านค้ากับการเดินทางไปซื้อสินค้าโดยรถประจำทาง.....</p>	200
138	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทาง โดยใช้และ                      ไม่ใช่รถรับจ้างในการเดินทางไปซื้อสินค้ากับความบ่อยครั้ง                      ที่ผิดหวังกับการหาซื้อสินค้าที่ต้องการจากร้านค้าสะดวกซื้อ                      ในสถานีบริการน้ำมัน.....</p>	201
139	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างความบ่อยครั้งในการมาซื้อสินค้า                      โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนกับการเดินทางมาซื้อสินค้าโดยรถประจำทาง.....</p>	202
140	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงาน โดยใช้และ                      ไม่ใช่รถส่วนตัวกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อ                      ในสถานีบริการน้ำมันเรื่องการลดราคาสินค้าบางชนิด.....</p>	203
141	<p>ค่าสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงาน โดยใช้และ                      ไม่ใช่รถรับจ้างในการเดินทางไปทำงานกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจาก                      ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน เรื่องการลดราคาสินค้าบางชนิด.....</p>	204

142 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทางไปทำงานกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการลดราคาสินค้าบางชนิด.....205

143 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการแจกแถมแลกซื้อสินค้าเมื่อซื้อครบตามที่กำหนด.....206

144 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการแจกแถมแลกซื้อสินค้าเมื่อซื้อครบตามที่กำหนด..... 207

145 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้วิธีรับจ้างกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง.....208

146 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง.....209

147 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้วิธีการเดินกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง.....210

148 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางไปทำงานกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีที่จอดรถสะดวก.....211

149 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทางไปทำงานกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีที่จอดรถสะดวก.....212

150 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้การเดินในการเดินทางไปทำงานกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีที่จอดรถสะดวก.....213

151 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวการเดินทางไปทำงานกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีร้านค้ากระจายทั่วไป.....214

152 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทางไปทำงานกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีร้านค้ากระจายทั่วไป.....215

153 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้การเดินทางไปทำงานกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีร้านค้ากระจายทั่วไป.....216

154 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีอาหารบริโภคเร็วและมีไมโครเวฟไว้อุ่นอาหาร.....217

155 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีอาหารบริโภคเร็วและมีไมโครเวฟไว้อุ่นอาหาร.....218

156 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีร้านฟาสต์ฟู้ดอยู่ในร้าน.....219

157 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีร้านฟาสต์ฟู้ดอยู่ในร้าน.....220

158 คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการมีสินค้ามีคุณภาพและมาตรฐานจำหน่าย.....221

159	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางกับเหตุผลที่ทำให้ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เรื่องการที่สินค้าทุกชิ้นมีป้ายบอกราคา.....	222
160	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางไปทำงานกับการซื้อบุหรีจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน .....	223
161	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทางไปทำงานกับการซื้อเครื่องค้มนั้ไปจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน .....	223
162	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถรับจ้างในการเดินทางไปทำงานกับการซื้อของใช้ในบ้านจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน .....	224
163	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางไปทำงานกับการซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน .....	224
164	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทางไปทำงานกับการซื้ออาหารฟาสต์ฟู้ดจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน .....	225
165	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางไปทำงานกับการซื้อโดนั้ทจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	225
166	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้วิธีการเดินไปทำงานกับการซื้อสินค้าประเภท Dailyจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน .....	226
167	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางไปทำงานกับการซื้อสินค้าที่ใช่เกี่ยวกับรถจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	226
168	คำสถิติไคสแควร์ระหว่างผู้บริโภครที่เดินทางไปทำงานโดยใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทางไปทำงานกับการซื้อสินค้าที่ใช่เกี่ยวกับรถจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน .....	227

169 ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตในช่วงเวลาทำงานกับพฤติกรรมการมาซื้อสินค้าและใช้บริการอย่างอื่น.....227

170 ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เดินทางโดยใช้และไม่ใช้รถยนต์ส่วนตัว กับพฤติกรรมการมาซื้อสินค้าและใช้บริการอย่างอื่น.....228

171 ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคระหว่างการเดินทางไปทำงาน โดยใช้และไม่ใช้รถส่วนตัวกับเหตุผลของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน ที่ทำให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้า.....229

172 ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทางไปทำงาน กับพฤติกรรมการมาซื้อสินค้าและใช้บริการอย่างอื่น.....230

173 ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ใช้และไม่ใช้รถประจำทางในการเดินทางไปทำงาน กับเหตุผลของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน ที่ทำให้ผู้บริโภคมาซื้อสินค้า.....231

174 ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพาหนะที่ใช้เดินทางมาซื้อสินค้าโดยใช้รถส่วนตัว.....232

175 ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเดินทางมาซื้อสินค้าด้วยวิธีการเดินและไม่ใช้การเดิน.....233

176 ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเดินทางมาซื้อสินค้าโดยรถประจำทางและไม่ใช้.....233

177 ผลการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเดินทางมาซื้อสินค้าโดยรถประจำทางและไม่ใช้.....234

178 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกิจกรรมที่ฟังรายการวิทยุที่รายงานสภาพจราจร กับพฤติกรรมการซื้อในหัวข้อบุคคลที่มาซื้อสินค้าด้วยบอยที่สุด.....235

179 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกิจกรรมเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจราจร จำเป็นต้องออกจากบ้านให้เร็วขึ้น เพื่อให้ทันเช้างาน/เข้าเรียน กับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....236



180 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ  
ค่าเฉลี่ยกิจกรรมเพื่อทำงานล่วงเวลา หรือทำงานพิเศษกับความ  
บ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน  
โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....237

181 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
กิจกรรมทานอาหารฟาสต์ฟู้ดกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจากร้านค้า  
สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....238

182 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
กิจกรรมการเล่นกีฬา/ออกกำลังกายกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจากร้านค้า  
สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....239

183 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
กิจกรรมการทำงานอดิเรกกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจากร้านค้า  
สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....240

184 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
กิจกรรมแวะซื้อสินค้าระหว่างทางกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้า  
จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....241

185 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
กิจกรรมการร่วมกิจกรรมชุมชนกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจาก  
ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....242

186 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกิจกรรม  
ในหัวข้อทำกิจกรรมที่เป็นสมาชิกในสโมสร คลับกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อ  
สินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....243

187 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
กิจกรรมในหัวข้อไปเที่ยวตามสถานที่พักตากอากาศกับความบ่อยครั้งในการ  
ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....244

188 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
กิจกรรมในหัวข้อฟังรายการวิทยุที่รายงานสภาพจราจรกับความบ่อยครั้งในการ  
ไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....245

189	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย กิจกรรมการไปเที่ยวสถานบันเทิงยามราตรีกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อ สินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....	246
190	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความสนใจกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อใน สถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....	247
191	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจากร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยในช่วงเวลา 1 เดือน.....	248
192	ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อสินค้าจากร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในช่วงระหว่างหยุดพักการทำงาน กับความคิดเห็น.....	249
193	ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อสินค้าจากร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในช่วงเวลาหลังเลิกงานกับกิจกรรม.....	250
194	ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อสินค้าจากร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในช่วงเทศกาลวันหยุดกับกิจกรรม.....	251
195	ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อสินค้าจากร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันเมื่อเตรียมเดินทางไปต่างจังหวัดกับกิจกรรม.....	252
196	ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อสินค้าจากร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันเมื่อเตรียมเดินทางไปต่างจังหวัดกับความสนใจ.....	253
197	ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อสินค้าจากร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันหลังจากไปเที่ยวกลางคืนกับกิจกรรม.....	254
198	ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อสินค้าจากร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันในช่วงเวลาทำงานเลี้ยงสังสรรค์.....	255
199	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย กิจกรรมเพื่อ หลีกเลี่ยงปัญหาจราจร จำเป็นต้องออกจากบ้านให้เร็วขึ้น เพื่อให้ทันเข้างาน หรือเข้าเรียนกับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าต่อครั้งของผู้บริโภคใน ร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานบริการน้ำมัน.....	256

200 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกิจกรรม  
ที่ทำงานพิเศษ หรือล่งเวลากับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าต่อครั้งของผู้บริโภค  
ในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....257

201 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อสินค้าและไม่ซื้อสินค้า  
เมื่อของใช้ในบ้านขาดเป็นจำนวนมาก จากร้านสะดวกซื้อในสถานี  
บริการน้ำมันกับกิจกรรมต่าง ๆ .....258

202 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อสินค้าและไม่ซื้อสินค้า  
เมื่อต้องการทานอาหารและเครื่องคั้นเล็กน้อยและรีบไปจากร้าน  
สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันกับกิจกรรมต่าง ๆ .....259

203 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อสินค้าและไม่ซื้อสินค้า  
เมื่อต้องการทานอาหารและเครื่องคั้นเล็กน้อยและรีบไปจากร้านสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมันกับความสนใจ .....260

204 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อสินค้าและไม่ซื้อสินค้าจากร้าน  
สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เมื่อต้องการหาซื้อของชำร่วยกับกิจกรรมต่าง ๆ .....261

205 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อสินค้าและไม่ซื้อสินค้าจาก  
ร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เพื่อเป็นการผ่อนคลายสมอง  
หรือเป็นการพักผ่อนกับกิจกรรมต่าง ๆ .....262

206 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
เวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้า/ต่อครั้ง ของผู้บริโภคในร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมันกับกิจกรรมเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจราจร จำเป็นต้อง  
ออกจากบ้านให้เร็วขึ้น เพื่อให้ทันเข้างานหรือเข้าเรียน.....263

207 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเวลา  
ที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้า/ต่อครั้ง ของผู้บริโภคในร้านค้าสะดวกซื้อใน  
สถานบริการน้ำมันกับกิจกรรมทำงานพิเศษ หรือล่งเวลา.....264

208 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
เวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้า/ต่อครั้งของผู้บริโภคในร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมันกับกิจกรรมการทิ้งขยะในที่ให้ทิ้งเท่านั้น.....264

209 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
เวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้า/ต่อครั้ง ของผู้บริโภคในร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมันกับกิจกรรมการไปเที่ยวสถานบันเทิงยามราตรี.....265

210 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
เวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้า/ต่อครั้ง ในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานี  
บริการน้ำมันกับความสนใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า.....266

211 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความแตกต่างของ  
ค่าเฉลี่ยกิจกรรมที่ทั้งขณะในที่ให้ทั้งเท่านั้น กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้า  
ต่อครั้งของผู้บริโภคในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน.....267

212 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อสินค้าและไม่ซื้อสินค้า  
จากร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน เมื่อของใช้ในบ้านขาด  
เล็ก ๆ น้อย ๆ กับกิจกรรมต่าง ๆ .....268

213 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อสินค้าและไม่ซื้อสินค้าจาก  
ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน เมื่อของใช้ในบ้านขาดเล็ก ๆ น้อย ๆ  
ในเรื่องของความสนใจและความคิดเห็น.....269

214 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต  
กับคุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันเรื่องการ  
ลดราคาสินค้าบางชนิดที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....270

215 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ  
คุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันเรื่องการแจกแถม  
หรือแลกซื้อสินค้าเมื่อซื้อตามที่ร้านค้ากำหนดที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....271

216 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ  
คุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันเรื่องการเปิดบริการ  
24 ชั่วโมง ที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....272

217 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ  
คุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันเรื่องมีฟาสต์ฟู้ด  
ที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....273

218 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ  
คุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันมีร้านค้ากระจาย  
ทั่วไป ที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....274

219 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ  
คุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันมีอาหารประเภทบริโภคเร็ว และมีตู้  
ไมโครเวฟไว้อุ่นอาหาร ที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....275

220 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต  
กับคุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันมีที่จอดรถ  
สะดวกที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ..... 276

221 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ  
คุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันมีการหยิบเลือก  
ชมสินค้าได้ด้วยตนเองที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....276

222 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต  
กับคุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน  
ด้วยเหตุผลที่มีสินค้ามีคุณภาพและมาตรฐานที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....277

223 แสดงคำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต  
กับคุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน ด้วยเหตุผล  
ที่มีที่มิโตะให้นั่งภายในร้านที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....278

224 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต  
กับคุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เมื่อสินค้า  
ทุกชิ้นมีป้ายราคาบอกที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....279

225 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต  
กับคุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน มีความปลอดภัย  
ในการซื้อสินค้า เพราะร้านค้ามีความสว่าง มีรูปที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....279

226 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต  
กับคุณสมบัติของร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน ที่มีสินค้าหลาย  
ประเภทให้เลือกที่ทำให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....280

227 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อบุหรี่จากร้านสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....281

228 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อเครื่องดื่มทั่วไปจาก  
ร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....282

229 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อขนมขบเคี้ยวหรือ  
ลูกอมจากร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....282

230 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อของใช้ในบ้านจากร้าน  
สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....283

231 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อของใช้ในครัวเรือน  
จากร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....284

232 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อของใช้ส่วนตัวในชีวิต  
ประจำวันจากร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....284

233 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อเครื่องคั้นแอลกอฮอล์  
จากร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....285

234 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้ออาหารประเภทฟาสต์ฟู้ด  
จากร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....285

235 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อสินค้าที่ใช้เกี่ยวกับรถจาก  
ร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....286

236 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อหนังสือพิมพ์/นิตยสาร  
จากร้านสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....286

237 ผลการทดสอบความแตกต่างของการซื้อและไม่ซื้อเทปเพลงจากร้านสะดวกซื้อ  
ในสถานีสาน้ำมัน กับกิจกรรมต่าง ๆ .....287

238 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างบทบาทการจัดแสดงสินค้าที่เป็น  
เหตุผลให้มาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมันของผู้บริโภค  
ที่ใช้และไม่ใช้การเดินทางโดยการเดินเพื่อมาซื้อสินค้า.....288

239 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างบทบาทของการจัดแสดงสินค้าโดยรวม  
ที่เป็นเหตุผลให้มาใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมันของผู้บริโภค  
ที่ใช้และไม่ใช้การเดินทางในการมาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมัน.. 289

240 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างบทบาทการจัดแสดงสินค้าที่เป็นเหตุผลให้มา  
ใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมันของผู้บริโภคที่ใช้และไม่ใช้รถ  
ประจำทางในการเดินทางมาซื้อสินค้า.....289

241 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการเปิดรับสาร  
ที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมันจากสื่อโทรทัศน์กับพฤติกรรม  
การซื้อในช้อบุคคลที่ไปซื้อด้วยบ่อยที่สุด.....290

242 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ กับการ  
มาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมันและใช้บริการเติมน้ำมันด้วย....290

243 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมาซื้อสินค้า  
จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสาน้ำมันและใช้บริการล้างรถด้วย.....291

244 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันและใช้บริการเข้าห้องน้ำด้วย.....292

245 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันและใช้บริการเติมน้ำมัน.....293

246 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันและใช้บริการล้างรถด้วย.....293

247 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันและใช้บริการเข้าห้องน้ำด้วย.....294

248 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับสารจากแผ่นป้ายโฆษณาในร้านค้ากับความบ่อยครั้งในการมาซื้อสินค้า โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน ของผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....295

249 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับสารจากแผ่นป้ายโฆษณาหน้าร้านกับความบ่อยครั้งในการมาซื้อสินค้าโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน ของผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....296

250 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในการพบสื่อโฆษณาหีบห่อบรรจุสินค้าของร้านกับความบ่อยครั้งในการซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ย 1 เดือน.....297

251 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับสารจากสื่อโฆษณาสินค้า ณ จุดขายกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน.....298

252 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบกับความแตกต่างของการเปิดรับสารจากสื่อเฉพาะกิจของร้านค้าในสถานบริการน้ำมันกับความบ่อยครั้งในการไปซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน โดยเฉลี่ย 1 เดือน.....299

253 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าหลังจากเที่ยวกกลางคืน.....300

254	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าก่อนไปทำงาน.....	301
255	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าในช่วงหยุดพัก ระหว่างงาน.....	302
256	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับ ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อช่วง หยุดพักระหว่างงาน.....	303
257	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อในช่วงหลังเลิกงาน.....	303
258	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อช่วงหยุดพักระหว่างงาน..	304
259	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าในช่วง เทศกาล/วันหยุด.....	304
260	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับร้านค้า สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าเมื่อเตรียม เดินทางไปต่างจังหวัด.....	305
261	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวก ซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าหลังจากไปเที่ยวกลางคืน....	306
262	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวก ซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าในโอกาสมีงานเลี้ยง.....	306
263	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การเปิดรับสารจากโฆษณาหีบห่อที่บรรจุของร้านกับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้า ต่อครั้งของผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	307
264	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยบทบาท ของพนักงานขายเรื่องการพูดจาสุภาพกับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าต่อครั้งของ ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....	308



265 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อเมื่อของใช้ในบ้านขนาดเล็กๆ  
จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....309

266 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้า  
สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อเมื่อของใช้  
ในบ้านขาดเป็นจำนวนมากจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....310

267 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้า  
สะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อเมื่อต้องการทาน  
อาหารและเครื่องดื่มเล็กน้อยและรีบไปจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....311

268 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อเมื่อต้องการหาของขวัญจาก  
ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....312

269 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมันเมื่อต้องการซื้อเพื่อเป็นการผ่อนคลายสมองหรือคลายเครียด  
จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....313

270 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารที่เกี่ยวกับร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมันเมื่อต้องการซื้อเพื่อเป็นการผ่อนคลายสมองหรือคลายเครียด  
จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....313

271 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในการ  
ให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับสินค้าเมื่อถูกคำขอความช่วยเหลือของพนักงานขายกับ  
เวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อสินค้าต่อครั้ง.....314

272 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเปรียบเทียบกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ย  
ในการจัดแสดงสินค้าเรื่องการใช้โปสเตอร์ตกแต่งภายในร้านค้ากับเวลาที่ใช้ในการ  
เลือกซื้อต่อครั้ง.....315

273 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับ  
การลดราคาสินค้าบางชนิดในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....316

274 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับ  
การแจกแถม / แลกซื้อสินค้าเมื่อซื้อตามที่ร้านกำหนดจากร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมัน.....317

275 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการเปิด  
บริการ 24 ชม.จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีสานักน้ำมัน.....318

276 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการ  
มีที่จอดรถสะดวกให้ลูกค้าเมื่อซื้อสินค้าตามร้านสะดวกซื้อในสถานีสานักน้ำมัน.....319

277 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมี  
ร้านค้ากระจายทั่วไปเมื่อซื้อตามร้านสะดวกซื้อในสถานีสานักน้ำมัน.....320

278 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับ  
การหยิบเลือกสินค้าได้เองตามร้านสะดวกซื้อในสถานีสานักน้ำมัน.....321

279 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับ  
การมีอาหารบริโภคเร็วและมีคู่มือไมโครเวฟไว้อุ่นอาหารที่ร้านสะดวกซื้อ  
ในสถานีสานักน้ำมัน.....322

280 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมี  
ฟาสต์ฟู้ดภายในร้านสะดวกซื้อในสถานีสานักน้ำมัน.....323

281 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมี  
โต๊ะบริการให้ลูกค้าเมื่อมาซื้อสินค้าตามร้านสะดวกซื้อในสถานีสานักน้ำมัน.....324

282 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมี  
คุณภาพของสินค้าเมื่อซื้อที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีสานักน้ำมัน.....325

283 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมี  
ป้ายราคาบอกของสินค้าเมื่อซื้อตามที่ร้านสะดวกซื้อในสถานีสานักน้ำมัน.....326

284 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับ  
ความปลอดภัยในการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อในสถานีสานักน้ำมัน.....327

285 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆกับการมี  
สินค้าหลายประเภทเมื่อซื้อตามสถานีสานักน้ำมัน.....328

286 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างบทบาทพนักงานขายกับคุณสมบัติของ  
ร้านค้าที่เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....329

287 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างบทบาทการจัดแสดงสินค้ากับคุณสมบัติ  
ของร้านค้าที่เป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ.....330

288 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างบทบาทของพนักงานขายเรื่องความ  
เป็นกันเองรู้สึกคุ้นเคยของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อบุหรี่จากร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานีสานักน้ำมัน.....331

289 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆของผู้บริโภค  
ที่ซื้อและไม่ซื้อเครื่องดื่มทั่วไปจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....331

290 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆของผู้บริโภค  
ที่ซื้อและไม่ซื้อเครื่องดื่มทั่วไปจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....332

291 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆของ  
ผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อขนมขบเคี้ยว/ลูกอมของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อ  
จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....333

292 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากบทบาทพนักงานขาย  
ของผู้บริโภคจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....334

293 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างบทบาทของพนักงานขายเรื่อง  
ความเป็นกันเอง / คำนึงของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อของใช้ส่วนตัวใน  
ชีวิตประจำวันจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....334

294 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างบทบาทของพนักงานขายเรื่องความ  
เป็นกันเอง / คำนึงของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์จาก  
ร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....335

295 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อแผ่นป้ายโฆษณา  
ในร้านค้าสะดวกซื้อของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อ โค้ดจากร้านค้าสะดวกซื้อ  
ในสถานบริการน้ำมัน.....335

296 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อต่างๆของผู้บริโภค  
ที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท Daily จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน.....336

297 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อโฆษณา ณ จุดขาย  
ของผู้บริโภคที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท Daily จากร้านค้าสะดวกซื้อในสถาน  
บริการน้ำมัน.....336