

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม	
แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	4
ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
ขอบเขตของการวิจัย	13
วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	13
การเก็บรวบรวมข้อมูล	14
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	14
การวิเคราะห์ข้อมูล	14
นิยามศัพท์	16
การรายงานผลการวิจัย	16
ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย	16
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทั่วไปในการเลือกใช้บริการร้านค้าและการเลือกซื้อสินค้าประเภทอาหาร	18
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นหรือทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราหยีห่อเฉพาะของร้านค้าปลีก	31

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราชี้ห่อ เฉพาะของร้านค้าปลีก จำแนกตามเพศและรายได้	38
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	63
อภิปรายผล	68
ข้อค้นพบ	70
ข้อเสนอแนะ	70
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	75
ประวัติผู้เขียน	81

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	18
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษาสูงสุด	19
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	19
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน	21
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด โดยเฉลี่ยต่อเดือน	21
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด จำแนกตามร้านค้าที่ซื้อบ่อยมากที่สุด	22
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด จากร้านค้าที่ใช้บริการบ่อยที่สุด โดยเฉลี่ยต่อเดือน	23
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกร้านค้า	24
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	25
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่ซื้อบ่อยที่สุด	26
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะของร้านค้า	27
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักหรือเห็นผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะของร้านค้า (Private Label)	27
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารที่รู้จักที่เป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะของร้านค้า (Private Label)	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า	29
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) แยกเป็นรายผลิตภัณฑ์	30
18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label)	31
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label)	34
20	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
21	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะแนะนำผู้อื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
22	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามเพศ	38
23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามเพศ	40
24	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	42
25	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะแนะนำผู้อื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	43
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามระดับรายได้	44

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า(PrivateLabel) จำแนกตามระดับรายได้	49
28	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้	53
29	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นที่จะแนะนำผู้อื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้	55
30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามประสบการณ์ซื้อ	57
31	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามประสบการณ์ซื้อ	59
32	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ซื้อ	61
33	แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นที่จะแนะนำผู้อื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ซื้อ	62

สารบัญภาพ

ภาพ

1 แสดงองค์ประกอบของทัศนคติ

หน้า

5

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University