

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตารางประกอบ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิดการศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	3
ทฤษฎีแนวคิดการศึกษา	3
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
นิยามศัพท์	5
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	6
ขอบเขตการศึกษา	6
ขอบเขตประชากร	6
วิธีการศึกษา	6
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	6
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	7
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	7
บทที่ 4 ผลการศึกษา	9
ส่วนที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะ	9
ส่วนที่ 2 ปัญหาที่พบในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะ	15
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าตราเฉพาะ	17
ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไป	27
ส่วนที่ 5 การทดสอบความแตกต่าง	31

สารบาญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปลผลการศึกษา	37
สรุปลผลการศึกษา	37
การอภิปรายผล	41
ข้อค้นพบ	44
ข้อเสนอแนะ	46
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก	51
ภาคผนวกที่ 1 ประวัติห้างเทสโก้ และประเภทสินค้าตราเฉพาะ	52
ภาคผนวกที่ 2 แบบสอบถาม	58
ประวัติผู้เขียน	64

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส	9
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะตรา Super Save	10
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะตรา Tesco	10
4 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการรู้จักสินค้าตราเฉพาะ	11
5 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับของอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัสในแต่ละปัจจัย	12
6 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
7 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัญหาต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัสในแต่ละปัญหา	15
8 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพของสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่น	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อราคาของสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่น	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
12 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสินค้า ตราเฉพาะเปรียบเทียบกับสินค้าตราอื่นของผู้ผลิตในแต่ละปีจจัย	22
13 แสดงจำนวนและร้อยละของเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้า ตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
14 แสดงจำนวนและร้อยละของสินค้าตราเฉพาะประเภทต่างๆ ที่ ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ	24
15 แสดงพฤติกรรมหลังการใช้สินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบ แบบสอบถาม	26
16 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการใช้สินค้าตราเฉพาะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	26
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	27
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษา	28
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	29
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	30
22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง (Independent – Sample T Test) ของเพศที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	31
23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง (One – Way ANOVA) ของรายได้ ที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม	34