บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมลูกค้าในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ทั้งหมด 300 คน สามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 2 – 6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า ในการเลือกใช้สินค้าตราเฉพาะ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 7 – 26

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า จำแนกตามบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 27

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ ยี่ห้อคุ้มค่า ยี่ห้อออลอะเบาท์ เฟซ และยี่ห้อ สกิน วิสดอม ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 28 – 54

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ ยี่ห้อคุ้มค่า ยี่ห้อออลอะเบาท์ เฟซ และยี่ห้อสกิน วิสดอม ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 55 – 81

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	106	35.3
หญิง	194	64.7
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.7 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	24	8.0
20 – 29 ปี	101	33.7
30 – 39 ปี	64	21.3
40 – 49 ปี	79	26.3
ตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป	32	10.7
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 20-29 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.3 และผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ปริญญาตรี	149	49.7
ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	123	41.0
สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี	28	9.3
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับ ปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.0 และจบการศึกษาระดับ ปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	58	19.3
ข้าราชการ	34	11.3
พนักงานบริษัท	56	18.7
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	25	8.3
อาชีพอิสระ/ค้าขาย	114	38.0
รัฐวิสาหกิจ	8	2.7
อื่นๆ ได้แก่ ลูกจ้างชั่วคราวของรัฐบาล, รับจ้าง และว่างงาน	5	1.7
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพอิสระ/ค้าขาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 19.3 และพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	156	52.0
10,000 – 19,999 บาท	82	27.3
ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป	62	20.7
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.3 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า ในการเลือกใช้สินค้าตราเฉพาะ

จากการศึกษาได้ผลการสำรวจพฤติกรรมของลูกค้า หรือผู้บริโภคในการเลือกใช้สินค้าตราเฉพาะ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

สินค้าตราเฉพาะ	**การซื้อ**		
	เคยซื้อ	**ไม่เคยซื้อ**	**รวม**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
สาขาหางดง	150 (100.0)	0 (0.0)	150 (100.0)
สาขากาดคำเที่ยง	150 (100.0)	0 (0.0)	150 (100.0)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยจำแนกเป็น สาขาหางดง จำนวน 150 ราย และสาขากาดคำเที่ยง จำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.0 ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขการคัดเลือกตัวอย่างตามที่ระบุไว้ในบทที่ 3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ จำแนกตามยี่ห้อ

ตรายี่ห้อ	การซื้อ		
	เคยซื้อ	ไม่เคยซื้อ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	259 (86.3)	41 (13.7)	300 (100.0)
คุ้มค่า	213 (71.0)	87 (29.0)	300 (100.0)
ออล อะเบาท์ เฟซ	26 (8.7)	274 (91.3)	300 (100.0)
สกิน วิสดอม	45 (15.0)	255 (85.0)	300 (100.0)

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยจำแนกตามยี่ห้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ คิดเป็นร้อยละ 86.3 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 71.0 และยี่ห้อสกิน วิสดอม คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของลักษณะของความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อ

ตรายี่ห้อ	ความถี่ในการซื้อ			
	ซื้อประจำ	ซื้อบางครั้ง	เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	100 (38.6)	144 (55.6)	15 (5.8)	259 (100.0)
คุ้มค่า	82 (38.5)	117 (54.9)	14 (6.6)	213 (100.0)
ออล อะเบาท์ เฟซ	2 (7.7)	19 (73.1)	5 (19.2)	26 (100.0)
สกิน วิสดอม	4 (8.9)	24 (53.3)	17 (37.8)	45 (100.0)

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีลักษณะของการซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยจำแนกตามยี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสดังนี้

ยี่ห้อเทสโก้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีลักษณะการซื้อสินค้าเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 38.6 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ยี่ห้อคุ้มค่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีลักษณะการซื้อสินค้าเป็นซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 38.5 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 6.6 ตามลำดับ

ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีลักษณะการซื้อสินค้าเป็นซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 19.2 และซื้อสินค้าเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ยี่ห้อสกิน วิสดอม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีลักษณะการซื้อสินค้าเป็นซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 37.8 และซื้อสินค้าเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเทสโก้

ยี่ห้อ เทสโก้	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องแต่งกาย เช่น เสื้อผ้า ผ้าเช็ดปาก โบหูกระต่าย เสื้อกล้าม เป็นต้น	21	8.1
อาหารสด เช่น ไข่ เต้าหู้หลอด น้ำสลัด มันฝรั่งแช่แข็ง เป็นต้น	13	5.0
สินค้าบริโภค เช่น น้ำมัน น้ำปลา แยม ข้าวสารบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เครื่องดื่ม โคล่า ปลากระป๋อง กระดาษชำระ ผ้าอนามัย ยาสีฟัน น้ำยาปรับผ้านุ่มน้ำยาล้างจาน เป็นต้น	221	85.3
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น น้ำหอมปรับอากาศ แชมพูล้างรถ หลอดไฟ ชั้นวาง กระดาษ A 4 เป็นต้น	85	32.8

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเทสโก้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อสินค้าประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองลงมาคือ สินค้าประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 32.8 และสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ยี่ห้อคุ้มค่า

ยี่ห้อ คุ้มค่า	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องแต่งกาย เช่น เสื้อนักเรียน กางเกงใน กระเป๋านักเรียน เป็นต้น	4	1.9
อาหารสด เช่น น้ำสลัด มันฝรั่งแช่แข็ง ไอศกรีม เป็นต้น	3	1.4
สินค้าบริโภค เช่น น้ำปลา แยม ซอสหอยนางรม น้ำส้มสายชู ปลากระป๋อง กระดาษชำระ นมข้น คุกกี้ แชมพู ครีมนวด น้ำยาล้างจาน เป็นต้น	166	77.9
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น กระดาษ A 4 แฟ้ม สมุดบิลเงินสด ถุงขยะ ไม้แบตมินตัน แฟ้ม โต๊ะ แชมพูล้างรถ ฟองน้ำล้างรถ เป็นต้น	80	37.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 213 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ยี่ห้อคุ้มค่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อสินค้าประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 77.9 รองลงมาคือ สินค้าประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 37.6 และสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ

ยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ	จำนวน	ร้อยละ
ลิปสติกแท่ง ลิปกรอส	12	46.2
บรัชออน	9	34.6
แป้งพับ	8	30.8
อาเซโด้	5	19.2
มาสคาร่า	2	7.7
อายไลน์เนอร์	2	7.7
ยาทาเล็บ	2	7.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อลิปสติกแท่ง ลิปกรอส คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ บรัชออน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และแป้งพับ คิดเป็นร้อยละ 30.8 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ยี่ห้อสกิน วิสดอม

ยี่ห้อ สกิน วิสดอม	จำนวน	ร้อยละ
ครีมบำรุงผิว	18	40.0
ครีมอาบน้ำ	11	24.4
โฟมล้างหน้า	6	13.3
ครีมกันแดด	5	11.1
สบู่เหลว	5	11.1
ครีมขัดผิว	3	6.7
แชมพู	3	6.7
น้ำยาอนามัย	3	6.7
แป้งทาตัว	2	4.4

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ยี่ห้อสกิน วิสดอม ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อครีมบำรุงผิว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ครีมอาบน้ำ คิดเป็นร้อยละ 24.4 และโฟมล้างหน้า คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเอง	214	71.3
บุคคลในครอบครัว	72	24.0
เพื่อน	41	13.7
อื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะมีดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะเอง คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาคือ มีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้ช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 24.0 และมีเพื่อนช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่นๆ

ซื้อสินค้าตราเฉพาะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่นๆ	220	73.3
คาร์ฟูร์	45	15.0
บิ๊กซี	56	18.7
อื่นๆ ได้แก่ แมคโคร และท๊อปส์	5	1.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างอื่นๆ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างอื่นๆ นั่นคือซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างเทสโก้ โลตัส เท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 18.7 และซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ และพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างอื่นๆ นั่นคือ สินค้าตราเฉพาะตราแอโร จากห้างแมคโคร และ ตราท๊อปส์ จากห้างท๊อปส์ ซุปเปอร์มาเก็ต

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้

วัตถุประสงค์ในการซื้อยี่ห้อเทสโก้	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	228	88.0
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	151	58.3
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	94	36.3
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	84	32.4
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	80	30.9
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	77	29.7
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	38	14.7
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	37	14.3
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	28	10.8
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	20	7.7
อื่นๆ (ระบุ)	0	0.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 ราย

จากตารางที่ 16 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 58.3 และผู้ตอบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามส่วนมากต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย คิดเป็นร้อยละ 36.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ้มค่า

วัตถุประสงค์ในการซื้อยี่ห้อคุ้มค่า	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	193	90.6
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	112	52.6
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	64	30.0
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	62	29.1
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	61	28.6
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	53	24.9
เจาะจงยี่ห้อนี้ เพราะเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	32	15.0
ตรายี่ห้อที่ต้องการ ไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	23	10.8
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	20	9.4
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	19	8.9
อื่นๆ (ระบุ)	0	0.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 213 ราย

จากตารางที่ 17 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ้มค่า โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 90.6 รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 52.6 และ ผู้ตอบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามส่วนมากต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 30.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ

วัตถุประสงค์ในการซื้อยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	21	80.8
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	18	69.2
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	12	46.2
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	12	46.2
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	12	46.2
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	7	26.9
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	5	19.2
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	5	19.2
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	3	11.5
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	0	0.0
อื่นๆ (ระบุ)	0	0.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 ราย

จากตารางที่ 18 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 69.2 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การขาย เช่น ลด แลก และต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย คิดเป็นร้อยละ 46.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อสกิน วิสดอม

วัตถุประสงค์ในการซื้อยี่ห้อ สกิน วิสดอม	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	34	75.6
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	26	57.8
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	17	37.8
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	14	31.1
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	11	24.4
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	9	20.0
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	7	15.6
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	5	11.1
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	5	11.1
ตรายี่ห้อที่ต้องการ ไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	4	8.9
อื่นๆ (ระบุ)	0	0.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 ราย

จากตารางที่ 19 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อสกิน วิสดอม โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 75.6 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 57.8 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 37.8 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแสดงถึงโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

โอกาสในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว	173	57.7
ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส	114	38.0
ซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา	71	23.7
ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	38	12.7
ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่นงานเลี้ยง งานสังสรรค์	23	7.7
ซื้อเฉพาะเมื่อสินค้าที่ต้องการไม่มีจำหน่าย	15	5.0
ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก	12	4.0
อื่นๆ (ระบุ)	1	0.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 38.0 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 23.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการรู้จักสินค้าตราเฉพาะ

การรู้จักสินค้าตราเฉพาะ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า	257	85.7
เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือโฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์	134	44.7
เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร	51	17.0
คนรู้จักแนะนำ	23	7.7
ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า	8	2.7
พนักงานขายในร้านค้าแนะนำ	7	2.3
อื่นๆ (ระบุ)	1	0.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือโฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 44.7 และผู้ตอบแบบส่วนมากเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพิ่มเติม

การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน	185	61.7
ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม	168	56.0
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้	111	37.0
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิต และการผลิต	51	17.0
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่ม ทดลองซื้อได้เลย	29	9.7
สอบถามคนรู้จักที่เคยใช้	26	8.7
สอบถามพนักงานขาย	10	3.3
อื่นๆ (ระบุ)	0	0.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่าหลังจากที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสแล้วนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 56.0 และผู้ตอบแบบส่วนมากอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนประสมและวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 37.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ต่อเดือน

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
2-3 เดือน/ครั้ง	74	24.7
เดือนละ 1 ครั้ง	86	28.7
เดือนละ 2-3 ครั้ง	73	24.3
เดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง)	32	10.7
เดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง	28	9.3
อื่นๆ ได้แก่น้อยกว่า 2-3 เดือน/ครั้ง และซื้อเป็นครั้งแรก	7	2.3
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 23 พบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมาคือ 2 - 3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.7 และเดือนละ 2 - 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	ระดับความสำคัญ					จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ยแปลผล
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ	10 (3.66)	43 (15.75)	111 (40.66)	67 (24.54)	42 (15.38)	273 (100.00)	2.68 (ปานกลาง)
สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัดใช้เงินคุ้มค่า	127 (42.47)	116 (38.80)	49 (16.39)	6 (2.01)	1 (0.33)	299 (100.00)	4.21 (มาก)
คุณภาพที่ดีของสินค้า	93 (31.31)	107 (36.03)	81 (27.27)	10 (3.37)	6 (2.02)	297 (100.00)	3.91 (มาก)
ชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส	19 (6.44)	88 (29.83)	151 (51.19)	33 (11.19)	4 (1.36)	295 (100.00)	3.29 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า	20 (6.76)	99 (33.45)	120 (40.54)	44 (14.86)	13 (4.39)	296 (100.00)	3.23 (ปานกลาง)
เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ	50 (16.84)	142 (47.81)	90 (30.30)	13 (4.38)	2 (0.67)	297 (100.00)	3.76 (มาก)
กล่อง/หีบห่อสวยงาม มีเอกลักษณ์	22 (7.43)	107 (36.15)	127 (42.91)	35 (11.82)	5 (1.69)	296 (100.00)	3.36 (ปานกลาง)
ราคาถูกที่สุด	128 (42.81)	92 (30.77)	71 (23.75)	6 (2.01)	2 (0.67)	299 (100.00)	4.13 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงผลการวิเคราะห์ระดับ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	ระดับความสำคัญ					จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ยแปลผล
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาเท่าๆกับสินค้าในหมวดเดียวกัน	43 (14.33)	109 (36.33)	113 (37.67)	29 (9.67)	6 (2.00)	300 (100.00)	3.51 (มาก)
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	43 (14.43)	156 (52.35)	89 (29.87)	9 (3.02)	1 (0.34)	298 (100.00)	3.78 (มาก)
สินค้าวางสะดุดตาและการตกแต่งบริเวณชั้น	62 (20.81)	125 (41.95)	99 (33.22)	11 (3.69)	1 (0.34)	298 (100.00)	3.79 (มาก)
สถานที่ตั้งของร้านค้า	75 (25.08)	124 (41.47)	87 (29.10)	10 (3.34)	3 (1.00)	299 (100.00)	3.86 (มาก)
บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า	57 (19.06)	116 (38.80)	107 (35.79)	12 (4.01)	7 (2.34)	299 (100.00)	3.68 (มาก)
สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม	97 (32.66)	105 (35.35)	76 (25.59)	16 (5.39)	3 (1.01)	297 (100.00)	3.93 (มาก)
สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง	32 (10.77)	111 (37.37)	131 (44.11)	23 (7.74)	0 (0.00)	297 (100.00)	3.51 (มาก)
สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป	13 (4.36)	90 (30.20)	150 (50.34)	40 (13.42)	5 (1.68)	298 (100.00)	3.22 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยจะนำผลการพิจารณามาวิเคราะห์เฉพาะผู้ตอบปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของเทสโก้ โลตัส เท่านั้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 24 การวิเคราะห์ระดับของอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในแต่ละปัจจัย พบว่าสามารถแบ่งปัจจัยที่ทดสอบออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบส่วนมากให้ความสำคัญในระดับมาก นั่นคือ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ ด้านของราคาถูกที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.13 และด้านสินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม มีค่าเฉลี่ย 3.93 ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบส่วนมากให้ความสำคัญในระดับปานกลาง นั่นคือ กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมาคือ ชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส มีค่าเฉลี่ย 3.29 และชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความพึงพอใจสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ยี่ห้อ	จำนวนผู้เคยซื้อ	ระดับความพึงพอใจ		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ยี่ห้อเทสโก้	259 (100.0)	143 (55.2)	107 (41.3)	9 (3.5)
ยี่ห้อคุ้มค่า	213 (100.0)	115 (54.0)	86 (40.4)	12 (5.6)
ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ	26 (100.0)	4 (15.4)	16 (61.5)	6 (23.1)
ยี่ห้อสกิน วิสดอม	45 (100.0)	9 (20.0)	18 (40.0)	18 (40.0)

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะ โดยจำแนกออกเป็นยี่ห้อต่างๆ ดังนี้

ยี่ห้อเทสโก้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความพึงพอในสินค้าในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาคือ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.3 และมีความพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ยี่ห้อคุ้มค่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความพึงพอในสินค้าในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.4 และมีความพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความพึงพอในสินค้าในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ น้อย คิดเป็นร้อยละ 23.1 และมีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ยี่ห้อสกิน วิสดอม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอในสินค้าในระดับปานกลางและน้อย มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส

ยี่ห้อ	จำนวนผู้เคยซื้อ	การซื้อซ้ำ		
		ซื้ออีก	อาจซื้อ	ไม่ซื้ออีก
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ยี่ห้อเทสโก้	259 (100.0)	176 (68.0)	74 (28.6)	9 (3.5)
ยี่ห้อคุ้มค่า	213 (100.0)	143 (67.1)	59 (27.7)	11 (5.2)
ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ	26 (100.0)	7 (26.9)	15 (57.7)	4 (15.4)
ยี่ห้อสกิน วิสดอม	45 (100.0)	13 (28.9)	15 (33.3)	17 (37.8)

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะ และจะซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในครั้งต่อไป โดยจำแนกออกเป็นยี่ห้อต่างๆ ดังนี้

ยี่ห้อเทสโก้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจะซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคืออาจซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 28.6 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ยี่ห้อคุ้มค่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจะซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมาคืออาจซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 27.7 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอาจจะซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ จะซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 26.9 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ยี่ห้อสกิน วิสดอม ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่ซื้อซ้ำอีก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ อาจซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 33.3 และจะซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 28.9 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า จำแนกตามบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน และร้อยละของบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

บุคลิกภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	44	14.7
ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย	39	13.0
มีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตามราคา	11	3.7
ซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	16	5.3
มีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ	5	1.7
การซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน	42	14.0
พิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ	143	47.7
รวม	**300**	**100.0**

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคลิกภาพ ดังนี้ โดยจะเป็นผู้ที่พิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.7 รองลงมาคือ ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 14.7 และการซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ ยี่ห้อคุ้มค่า ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ และยี่ห้อสกิน วิสดอม ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ยี่ห้อที่เคยซื้อ	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=149)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=123)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=28)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	125 (83.9)	107 (87.0)	27 (96.4)
คุ้มค่า	107 (71.8)	85 (69.1)	21 (75.0)
ออล อะเบาท์ เฟซ	11 (7.4)	13 (10.6)	2 (7.1)
สกิน วิสดอม	25 (16.8)	13 (10.6)	7 (25.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 71.8 และยี่ห้อสกิน วิสดอม คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ้มค่า คิดเป็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ร้อยละ 69.1 และยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ และยี่ห้อสกิน วิสดอม มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ คิดเป็นร้อยละ 96.4 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 75.0 และยี่ห้อสกิน วิสดอม มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามการศึกษา

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อเทสโก้)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้อประจำ	64 (51.2)	30 (28.0)	6 (22.2)
ซื้อบางครั้ง	59 (47.2)	69 (64.5)	16 (59.3)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	2 (1.6)	8 (7.5)	5 (18.5)
รวม	**125 (100.0)**	**107 (100.0)**	**27 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 ราย

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.2 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะซื้อเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 28.0 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 22.2 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และร้อยละของซื้อสินค้าตราเฉพาะทั้ง 4 ประเภท ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ประเภท (ยี่ห้อ เทสโก้)	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=125)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=107)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=27)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เครื่องแต่งกาย	14 (11.2)	7 (6.5)	0 (0.0)
อาหารสด	6 (4.8)	5 (4.7)	2 (7.4)
สินค้าบริโภค	108 (86.4)	90 (84.1)	23 (85.2)
อุปกรณ์ต่างๆ	41 (32.8)	33 (30.8)	11 (40.7)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย จำนวน 21 ราย ประเภทอาหารสด จำนวน 13 ราย ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน 221 ราย และประเภทอุปกรณ์ต่างๆ จำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 86.4 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 32.8 และเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 84.1 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 30.8 และเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 85.2 รองลงมาคืออุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 40.7 และอาหารสด คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามการศึกษา

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อคุ้มค่า)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้อประจำ	55 (51.4)	25 (29.4)	2 (9.5)
ซื้อบางครั้ง	49 (45.8)	52 (61.2)	16 (76.2)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	3 (2.8)	8 (9.4)	3 (14.3)
รวม	**107 (100.0)**	**85 (100.0)**	**21 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 213 ราย

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้ายี่ห้อคุ้มค่าเป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.8 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 29.4 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 76.2 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 14.3 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน และร้อยละ ของซื้อสินค้าตราเฉพาะทั้ง 4 ประเภท ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ประเภท (ยี่ห้อคุ้มค่า)	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=107)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=85)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=21)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เครื่องแต่งกาย	2 (1.9)	2 (2.4)	0 (0.0)
อาหารสด	0 (0.0)	3 (3.5)	0 (0.0)
สินค้าบริโภค	89 (83.2)	61 (71.8)	16 (76.2)
อุปกรณ์ต่างๆ	36 (33.6)	36 (42.4)	8 (38.1)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย จำนวน 4 ราย ประเภทอาหารสด จำนวน 3 ราย ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน 166 ราย และประเภทอุปกรณ์ต่างๆ จำนวน 80 ราย

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อสินค้าตราเฉพาะทั้ง 4 ประเภท ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 83.2 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 33.6 และเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 42.4 และอาหารสด คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 76.2 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 38.1 และเครื่องแต่งกาย และอาหารสด มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ จำแนกตามการศึกษา

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้อประจำ	1 (9.1)	1 (7.7)	0 (0.0)
ซื้อบางครั้ง	8 (72.7)	9 (69.2)	2 (100.0)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	2 (18.2)	3 (23.1)	0 (0.0)
รวม	**11 (100.0)**	**13 (100.0)**	**2 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 ราย

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้ายี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่า ปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 18.2 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 23.1 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อสกิน วิสดอม จำแนกตามการศึกษา

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อสกิน วิสดอม)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้อประจำ	2 (8.0)	2 (15.4)	0 (0.0)
ซื้อบางครั้ง	15 (60.0)	6 (46.2)	3 (42.9)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	8 (32.0)	5 (38.5)	4 (57.1)
รวม	**25 (100.0)**	**13 (100.0)**	**7 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 ราย

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้ายี่ห้อสกิน วิสดอม เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 32.0 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 38.5 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ และเลิกซื้อแล้วคิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ เป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.9 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=149)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=123)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี (n=28)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัดสินใจเอง	108 (72.5)	86 (69.9)	20 (71.4)
บุคคลในครอบครัว	36 (24.2)	28 (22.8)	8 (28.6)
เพื่อน	13 (8.7)	25 (20.3)	3 (10.7)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีผู้ร่วมในการตัดสินใจดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 24.2 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีผู้ร่วมในการตัดสินใจดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 69.9 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 22.8 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีผู้ร่วมในการตัดสินใจดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 28.6 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และร้อยละของห้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะ จำแนกตามการศึกษา

รายชื่อห้าง	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=149)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=123)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี (n=28)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้ โลตัส	112 (75.2)	84 (68.3)	24 (85.7)
คาร์ฟูร์	23 (15.4)	20 (16.3)	2 (7.1)
บิ๊กซี	27 (18.1)	26 (21.1)	3 (10.7)
อื่นๆ	1 (0.7)	4 (3.3)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 36 พบว่าห้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างเทสโก้ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 75.2 รองลงมาคือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 18.1 และคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างเทสโก้ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 21.1 และคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างเทสโก้ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 10.7 และคาร์ฟู คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามการศึกษา

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อเทสโก้)	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=125)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=107)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=27)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	115 (92.0)	89 (83.2)	24 (88.9)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	78 (62.4)	60 (56.1)	13 (48.1)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	48 (38.4)	35 (32.7)	11 (40.7)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	44 (35.2)	32 (29.9)	8 (29.6)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	38 (30.4)	32 (29.9)	10 (37.0)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	26 (20.8)	40 (37.4)	11 (40.7)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	14 (11.2)	20 (18.7)	4 (14.8)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	25 (20.0)	10 (9.3)	2 (7.4)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	15 (12.0)	13 (12.1)	0 (0.0)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	9 (7.2)	10 (9.3)	1 (3.7)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 37 พบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 92.0 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 62.4 และต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย คิดเป็นร้อยละ 38.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 83.2 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 56.1 และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 37.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 88.9 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 48.1 และต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 40.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามการศึกษา

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อคุ้มค่า)	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=107)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=85)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=21)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	98 (91.6)	75 (88.2)	20 (95.2)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	62 (57.9)	42 (49.4)	8 (38.1)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	29 (27.1)	24 (28.2)	9 (42.9)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	31 (29.0)	22 (25.9)	8 (38.1)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	28 (26.2)	30 (35.3)	6 (28.6)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	19 (17.8)	27 (31.8)	7 (33.3)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	4 (3.7)	13 (15.3)	3 (14.3)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	20 (18.7)	8 (9.4)	4 (19.0)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	12 (11.2)	11 (12.9)	0 (0.0)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	9 (8.4)	10 (11.8)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 38 พบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 91.6 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 57.9 และต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 88.2 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 49.4 และต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 35.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 95.2 รองลงมาคือ ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย คิดเป็นร้อยละ 42.9 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น และต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปีที่ชัดเจน จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 38.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ จำแนกตามการศึกษา

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ)	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=11)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=13)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=2)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	10 (90.9)	10 (76.9)	1 (50.0)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	5 (45.5)	6 (46.2)	1 (50.0)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	2 (18.2)	9 (69.2)	1 (50.0)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	2 (18.2)	3 (23.1)	0 (0.0)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	5 (45.5)	7 (53.8)	0 (0.0)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	9 (81.8)	8 (61.5)	1 (50.0)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	1 (9.1)	6 (46.2)	0 (0.0)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	1 (9.1)	1 (7.7)	1 (50.0)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	1 (9.1)	4 (30.8)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 39 พบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ จำแนกตามการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาคือ อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 81.8 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น และต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 45.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย คิดเป็นร้อยละ 69.2 และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 61.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ และตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อสกิน วิสดอม จำแนกตามการศึกษา

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อสกิน วิสดอม)	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=25)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=13)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=7)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	20 (80.0)	10 (76.9)	4 (57.1)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	12 (48.0)	3 (23.1)	2 (28.6)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	4 (16.0)	3 (23.1)	4 (57.1)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	4 (16.0)	3 (23.1)	2 (28.6)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	8 (32.0)	5 (38.5)	1 (14.3)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	13 (52.0)	8 (61.5)	5 (71.4)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	0 (0.0)	3 (23.1)	2 (28.6)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	2 (8.0)	3 (23.1)	0 (0.0)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	3 (12.0)	1 (7.7)	0 (0.0)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	3 (12.0)	3 (23.1)	1 (14.3)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 40 พบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อสกิน วิสดอม จำแนกตามการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 52.0 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 48.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 61.5 และต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 38.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น และต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 57.1 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่นและต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. มีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน และต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

โอกาสในการซื้อ	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=149)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=123)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=28)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว	93 (62.4)	67 (54.5)	13 (46.4)
ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส	45 (30.2)	50 (40.7)	19 (67.9)
ซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา	28 (18.8)	38 (30.9)	5 (17.9)
ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	28 (18.8)	10 (8.1)	0 (0.0)
ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่นงานเลี้ยงงานสังสรรค์	5 (3.4)	16 (13.0)	2 (7.1)
ซื้อเฉพาะเมื่อสินค้าที่ต้องการไม่มีจำหน่าย	2 (1.3)	9 (7.3)	4 (14.3)
ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก	5 (3.4)	6 (4.9)	1 (3.6)
อื่นๆ (ระบุ)	2 (1.3)	3 (2.4)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 41 พบว่าโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีโอกาสในการซื้อ ดังนี้คือ เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 30.2 และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา และซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีโอกาสในการซื้อ ดังนี้คือ เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 40.7 และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 30.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะ โดยมีโอกาสในการซื้อ ดังนี้คือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 46.4 และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 17.9 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

การรู้จักสินค้าตราเฉพาะ	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=149)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=123)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=28)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์	125 (83.9)	105 (85.4)	27 (96.4)
เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า	68 (45.6)	54 (43.9)	12 (42.9)
เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์โทรทัศน์ นิตยสาร	26 (17.4)	22 (17.9)	3 (10.7)
คนรู้จักแนะนำ	8 (5.4)	13 (10.6)	2 (7.1)
ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า	2 (1.3)	6 (4.9)	0 (0.0)
พนักงานขายในร้านค้าแนะนำ	5 (3.4)	1 (0.8)	1 (3.6)
อื่นๆ (ระบุ).....	5 (3.4)	6 (4.9)	1 (3.6)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รู้จักสินค้าตราเฉพาะ ดังนี้คือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 45.6 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 17.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี รู้จักสินค้าตราเฉพาะ ดังนี้คือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 85.4 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 43.9 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 17.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี รู้จักสินค้าตราเฉพาะ ดังนี้คือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 96.4 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 42.9 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพิ่มเติม จำแนกตามการศึกษา

การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=149)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=123)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=28)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน	93 (62.4)	76 (61.8)	16 (57.1)
ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม	83 (55.7)	66 (53.7)	19 (67.9)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้	48 (32.2)	45 (36.6)	18 (64.3)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิต และการผลิต	21 (14.1)	20 (16.3)	10 (35.7)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่ม ทดลองซื้อได้เลย	13 (8.7)	12 (9.8)	4 (14.3)
สอบถามคนรู้จักที่เคยใช้	12 (8.1)	11 (8.9)	3 (10.7)
สอบถามพนักงานขาย	4 (2.7)	4 (3.3)	2 (7.1)
อื่นๆ (ระบุ)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพิ่มเติม ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น เพิ่มเติมโดยดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 62.4 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 55.7 และ อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 32.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น เพิ่มเติมโดยดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 53.7 และ อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 36.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น เพิ่มเติมโดยดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 64.3 และดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 57.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ความถี่	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
2-3 เดือน/ครั้ง	26 (17.4)	42 (34.1)	6 (21.4)
1 ครั้ง/เดือน	50 (33.6)	28 (22.8)	8 (28.6)
2-3 ครั้ง/เดือน	33 (22.1)	32 (26.0)	8 (28.6)
4 ครั้ง/ เดือน	20 (13.4)	9 (7.3)	3 (10.7)
มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	19 (12.8)	8 (6.5)	1 (3.6)
อื่นๆ(ระบุ)	1 (0.7)	4 (3.3)	2 (7.1)
รวม	**149 (100.0)**	**123 (100.0)**	**28 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ย 1 ครั้ง/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.6 รองลงมาคือ 2 - 3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และ2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ย 2 - 3 เดือน/ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.1 รองลงมาคือ 2 - 3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ 1 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 22.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ย 1 ครั้ง/เดือน และ2 - 3 ครั้ง/เดือน มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ 2 - 3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=149)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=123)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ	2.77 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)
สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัดใช้เงินคุ้มค่า	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)
คุณภาพที่ดีของสินค้า	3.86 (มาก)	3.97 (มาก)	3.93 (มาก)
ชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส	3.33 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า	3.18 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)	3.67 (มาก)
กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์	3.34 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ราคาถูกที่สุด	4.07 (มาก)	4.16 (มาก)	4.29 (มาก)
ราคาเท่าๆกับสินค้าในหมวดเดียวกัน	3.62 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.76 (มาก)	3.84 (มาก)	3.61 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=149)	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=123)	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี (n=28)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้าวางสะดุดตาและการตกแต่งบริเวณชั้น	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)
สถานที่ตั้งของร้านค้า	3.87 (มาก)	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)
บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)
สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)
สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป	3.24 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ให้ระดับของอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามเพศ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะมีดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า ราคาถูกที่สุด สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม สถานที่ตั้งของร้านค้า คุณภาพที่ดีของสินค้า มีป้ายบอกราคาชัดเจน สินค้าวางสะดุดตา และการตกแต่งบริเวณชั้น เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า และราคาเท่าๆ กับสินค้าในหมวดเดียวกัน ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง กล่อง/หีบห่อสวยงาม มีเอกลักษณ์ ชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า และซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะมีดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า ราคาถูกที่สุด คุณภาพที่ดีของสินค้า สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม สถานที่ตั้งของร้านค้า เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ มีป้ายบอกราคาชัดเจน สินค้าวางสะดุดตา และการตกแต่งบริเวณชั้น บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า และสินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเท่าๆ กับสินค้าในหมวดเดียวกัน กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า ชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป และซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะมีดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาถูกที่สุด สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม คุณภาพที่ดีของสินค้า สินค้าวางสะดุดตา และการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตกแต่งบริเวณชั้น เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ สถานที่ตั้งของร้านค้า มีป้ายบอกราคาชัดเจน และสินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเท่าๆ กับสินค้าในหมวดเดียวกัน บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป และชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ ซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อ เทสโก้)	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาก	81 (64.8)	53 (49.5)	9 (33.3)
ปานกลาง	43 (34.4)	48 (44.9)	16 (59.3)
น้อย	1 (0.8)	6 (5.6)	2 (7.4)
รวม	**125 (100.0)**	**107 (100.0)**	**27 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 ราย

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ ของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนมากมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.4 และพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.9 และพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.3 และพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่า ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อ คุ้มค่า)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
มาก	58 (54.2)	51 (60.0)	6 (28.6)
ปานกลาง	46 (43.0)	27 (31.8)	13 (61.9)
น้อย	3 (2.8)	7 (8.2)	2 (9.5)
รวม	**107 (100.0)**	**85 (100.0)**	**21 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 213 ราย

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่าของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนมากมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.0 และพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.8 และพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 28.6 และพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
มาก	3 (27.3)	1 (7.7)	0 (0.0)
ปานกลาง	6 (54.5)	8 (61.5)	2 (100.0)
น้อย	2 (18.2)	4 (30.8)	0 (0.0)
รวม	**11 (100.0)**	**13 (100.0)**	**2 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 ราย

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ ของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนมากมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 27.3 และพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 30.8 และพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อสกิน วิสดอม ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อวิสดอม)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
มาก	5 (20.0)	3 (23.1)	1 (14.3)
ปานกลาง	11 (44.0)	5 (38.5)	2 (28.6)
น้อย	9 (36.0)	5 (38.5)	4 (57.1)
รวม	**25 (100.0)**	**13 (100.0)**	**7 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 ราย

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อสกิน วิสดอม ของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือพึงพอใจในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลางและระดับน้อย มีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.6 และพึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ เทสโก้ จำแนกตามการศึกษา

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อเทสโก้)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้ออีก	99 (79.2)	63 (58.9)	14 (51.9)
อาจซื้อ	26 (20.8)	38 (35.5)	10 (37.0)
ไม่ซื้ออีก	0 (0.0)	6 (5.6)	3 (11.1)
รวม	**125 (100.0)**	**107 (100.0)**	**27 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 ราย

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ เทสโก้ ของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนมากจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 79.2 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 20.8 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 35.5 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 37.0 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามการศึกษา

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อคุ้มค่า)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้ออีก	78 (72.9)	55 (64.7)	10 (47.6)
อาจซื้อ	27 (25.2)	23 (27.1)	9 (42.9)
ไม่ซื้ออีก	2 (1.9)	7 (8.2)	2 (9.5)
รวม	**107 (100.0)**	**85 (100.0)**	**21 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 213 ราย

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่าของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนมากจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 72.9 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 25.2 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 27.1 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 42.9 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ จำแนกตามการศึกษา

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้ออีก	3 (27.3)	4 (30.8)	0 (0.0)
อาจซื้อ	6 (54.5)	7 (53.8)	2 (100.0)
ไม่ซื้ออีก	2 (18.2)	2 (15.4)	0 (0.0)
รวม	**11 (100.0)**	**13 (100.0)**	**2 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 ราย

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ ของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนมากจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปอาจซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 27.3 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปอาจซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ ซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 30.8 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ส่วนมากจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปอาจซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ สกินวิสดอม จำแนกตามการศึกษา

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อสกิน วิสดอม)	**การศึกษา**		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	**ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้ออีก	8 (32.0)	4 (30.8)	1 (14.3)
อาจซื้อ	9 (36.0)	4 (30.8)	2 (28.6)
ไม่ซื้ออีก	8 (32.0)	5 (38.5)	4 (57.1)
รวม	**25 (100.0)**	**13 (100.0)**	**7 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 ราย

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ สกินวิสดอม ของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่า ปริญญาตรี จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปอาจซื้อซ้ำอีก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 32.0 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 32.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จะไม่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ซ้ำอีกในครั้งต่อไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ ซื้อซ้ำอีก และอาจซื้อซ้ำอีก มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จะไม่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ซ้ำอีกในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ อาจซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 28.6 และซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน และร้อยละของบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

บุคลิกภาพ	การศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	34 (22.8)	8 (6.5)	2 (7.1)
ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย	15 (10.1)	21 (17.1)	3 (10.7)
มีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตามราคา	3 (2.0)	7 (5.7)	1 (3.6)
ซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	7 (4.7)	9 (7.3)	0 (0.0)
มีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ	3 (2.0)	0 (0.0)	2 (7.1)
การซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน	20 (13.4)	19 (15.4)	3 (10.7)
พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ	67 (45.0)	59 (48.0)	17 (60.7)
รวม	**149 (100.0)**	**123 (100.0)**	**28 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส มีบุคลิกภาพ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีบุคลิกภาพ ดังนี้คือ พิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 22.8 และการซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี จะมีบุคลิกภาพ ดังนี้คือ พิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 17.1 และการซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จะมีบุคลิกภาพ ดังนี้คือ พิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย และการซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก และมีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ ยี่ห้อคุ้มค่า ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ และยี่ห้อสกิน วิสดอม ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ยี่ห้อที่เคยซื้อ	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=156)	10,000-19,999 บาท (n=82)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	133 (85.3)	70 (85.4)	56 (93.0)
คุ้มค่า	107 (68.6)	63 (76.8)	43 (69.4)
ออล อะเบาท์ เฟซ	14 (9.0)	8 (9.8)	4 (6.5)
สกิน วิสดอม	28 (17.9)	12 (14.6)	5 (8.1)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 68.6 และยี่ห้อสกิน วิสดอม คิดเป็นร้อยละ 17.9 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ คิดเป็นร้อยละ 85.4 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 76.8 และยี่ห้อสกิน วิสดอม คิดเป็นร้อยละ 14.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 69.4 และยี่ห้อสกิน วิสดอม คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อเทสโก้)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อประจำ	49 (36.8)	29 (41.4)	22 (39.3)
ซื้อบางครั้ง	75 (56.4)	39 (55.7)	30 (53.6)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	9 (6.8)	2 (2.9)	4 (7.1)
รวม	**133 (100.0)**	**70 (100.0)**	**56 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 ราย

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 36.8 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะซื้อเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 41.4 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 39.3 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน และร้อยละของซื้อสินค้าตราเฉพาะทั้ง 4 ประเภท ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อ (ยี่ห้อเทสโก้)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=133)	10,000-19,999 บาท (n=70)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=56)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เครื่องแต่งกาย	11 (8.3)	6 (8.6)	4 (7.1)
อาหารสด	6 (4.5)	5 (7.1)	2 (3.6)
สินค้าบริโภค	120 (90.2)	54 (77.1)	47 (83.9)
อุปกรณ์ต่างๆ	34 (25.6)	30 (42.9)	21 (37.5)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย จำนวน 21 ราย ประเภทอาหารสด จำนวน 13 ราย ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน 221 ราย และประเภทอุปกรณ์ต่างๆ จำนวน 85 ราย

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 90.2 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 25.6 และเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 77.1 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 42.9 และเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 37.5 และเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อคุ้มค่า)	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000-19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้อประจำ	44 (41.1)	22 (34.9)	16 (37.2)
ซื้อบางครั้ง	55 (51.4)	39 (61.9)	23 (53.5)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	8 (7.5)	2 (3.2)	4 (9.3)
รวม	**107 (100.0)**	**63 (100.0)**	**43 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 213 ราย

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้ายี่ห้อคุ้มค่าเป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 41.1 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 34.9 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 37.2 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวน และร้อยละของซื้อสินค้าตราเฉพาะทั้ง 4 ประเภท ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อ (ยี่ห้อคุ้มค่า)	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=107)	**10,000-19,999 บาท (n=63)**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=43)**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
เครื่องแต่งกาย	1 (0.9)	3 (4.8)	0 (0.0)
อาหารสด	1 (0.9)	2 (3.2)	0 (0.0)
สินค้าบริโภค	85 (79.4)	49 (77.8)	32 (74.4)
อุปกรณ์ต่างๆ	34 (31.8)	25 (39.7)	21 (48.8)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย จำนวน 4 ราย ประเภทอาหารสด จำนวน 3 ราย ประเภทสินค้าบริโภค จำนวน 166 ราย และประเภทอุปกรณ์ต่างๆ จำนวน 80 ราย

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากซื้อสินค้าตราเฉพาะทั้ง 4 ประเภท ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 31.8 และเครื่องแต่งกาย และอาหารสด จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 39.7 และเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าบริโภค คิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมาคือ อุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 48.8 และเครื่องแต่งกาย และอาหารสด มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ)	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000-19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้อประจำ	2 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
ซื้อบางครั้ง	9 (64.3)	7 (87.5)	3 (75.0)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	3 (21.4)	1 (12.5)	1 (25.0)
รวม	**14 (100.0)**	**8 (100.0)**	**4 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 ราย

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้ายี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 21.4 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 12.5 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 25.0 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน และร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อสกิน วิสดอม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อสกิน วิสดอม)	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000-19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้อประจำ	2 (7.1)	1 (8.3)	1 (20.0)
ซื้อบางครั้ง	20 (71.4)	3 (25.0)	1 (20.0)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	6 (21.4)	8 (66.7)	3 (60.0)
รวม	**28 (100.0)**	**12 (100.0)**	**5 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 ราย

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้ายี่ห้อสกิน วิสดอม เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 21.4 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท เคยซื้อและเลิกซื้อแล้วมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.0 และซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าตราเฉพาะเป็นประจำ และซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=156)	10,000-19,999 บาท (n=82)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัดสินใจเอง	109 (69.9)	57 (69.5)	48 (77.4)
บุคคลในครอบครัว	39 (25.0)	22 (26.8)	11 (17.7)
เพื่อน	27 (17.3)	11 (13.4)	3 (4.8)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีผู้ร่วมในการตัดสินใจ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 69.9 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 25.0 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีผู้ร่วมในการตัดสินใจดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 26.8 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีผู้ร่วมในการตัดสินใจดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเอง คิดเป็นร้อยละ 77.4 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 17.7 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน และร้อยละของห้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ห้างที่เคยซื้อ	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=156)	10,000-19,999 บาท (n=82)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=62)
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
เทสโก้ โลตัส	102 (65.4)	66 (80.5)	52 (83.9)
คาร์ฟูร์	34 (21.8)	6 (7.3)	5 (8.1)
บิ๊กซี	36 (23.1)	12 (14.6)	8 (12.9)
อื่นๆ	4 (2.6)	0 (0.0)	1 (1.6)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 63 พบว่าห้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างเทสโก้ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมาคือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 23.1 และคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 21.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างเทสโก้ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาคือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 14.6 และคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะจากห้างเทสโก้ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมาคือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 12.9 และคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 8.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อเทสโก้)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=133)	10,000-19,999 บาท (n=70)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=56)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	117 (88.0)	65 (92.9)	46 (82.1)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	69 (51.9)	45 (64.3)	37 (66.1)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	45 (33.8)	27 (38.6)	22 (39.3)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	41 (30.8)	26 (37.1)	17 (30.4)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	35 (26.3)	29 (41.4)	16 (28.6)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	47 (35.3)	11 (15.7)	19 (33.9)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	13 (9.8)	11 (15.7)	14 (25.0)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	18 (13.5)	9 (12.9)	10 (17.9)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	16 (12.0)	6 (8.6)	6 (10.7)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	15 (11.3)	4 (5.7)	1 (1.8)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 64 พบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 51.9 และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 35.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 92.9 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 64.3 และต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 41.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 82.1 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 66.1 และต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย คิดเป็นร้อยละ 39.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อคุ้มค่า)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=107)	10,000-19,999 บาท (n=63)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=43)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	99 (92.5)	59 (93.7)	35 (81.4)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	45 (42.1)	39 (61.9)	28 (65.1)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	30 (28.0)	17 (27.0)	15 (34.9)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	29 (27.1)	19 (30.2)	13 (30.2)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	24 (22.4)	26 (41.3)	14 (32.6)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	33 (30.8)	8 (12.7)	12 (27.9)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	5 (4.7)	8 (12.7)	7 (16.3)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	17 (15.9)	4 (6.3)	11 (25.6)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	14 (13.1)	3 (4.8)	6 (14.0)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	13 (12.1)	5 (7.9)	1 (2.3)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 65 พบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามรายได้ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 92.5 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 42.1 และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 30.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 93.7 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 61.9 และต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 41.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 81.4 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 65.1 และต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย คิดเป็นร้อยละ 34.9 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=14)	10,000-19,999 บาท (n=8)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=4)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	12 (85.7)	6 (75.0)	3 (75.0)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	6 (42.9)	4 (50.0)	2 (50.0)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	6 (42.9)	4 (50.0)	2 (50.0)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	3 (21.4)	0 (0.0)	2 (50.0)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	5 (35.7)	5 (62.5)	2 (50.0)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	11 (78.6)	6 (75.0)	1 (25.0)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	2 (14.3)	4 (50.0)	1 (25.0)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	2 (14.3)	0 (0.0)	1 (25.0)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	3 (21.4)	2 (25.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 66 พบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ จำแนกตามรายได้ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 78.6 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น และต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 42.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 62.5 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย และต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน และต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า และตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 67 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อสกิน วิสดอม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อสกิน วิสดอม)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=28)	10,000-19,999 บาท (n=12)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=5)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	22 (78.6)	9 (75.0)	3 (60.0)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	12 (42.9)	2 (16.7)	3 (60.0)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	7 (25.0)	2 (16.7)	2 (40.0)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	7 (25.0)	1 (8.3)	1 (20.0)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	11 (39.3)	3 (25.0)	0 (0.0)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	16 (57.1)	8 (66.7)	2 (40.0)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	3 (10.7)	1 (8.3)	1 (20.0)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	3 (10.7)	1 (8.3)	1 (20.0)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	3 (10.7)	1 (8.3)	0 (0.0)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	6 (21.4)	1 (8.3)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 67 พบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อสกิน วิสดอม จำแนกตามรายได้ มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 78.6 รองลงมาคือ อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 57.1 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 42.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า และเจาะจงยี่ห้อนี้เพราะเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

โอกาสในการซื้อ	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=156)	**10,000 - 19,999 บาท (n=82)**	**ตั้งแต่ 20,000บาท ขึ้นไป (n=62)**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว	97 (62.2)	42 (51.2)	34 (54.3)
ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส	67 (42.9)	28 (34.1)	19 (30.6)
ซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา	38 (24.4)	22 (26.8)	11 (17.7)
ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	11 (7.1)	14 (17.1)	13 (21.0)
ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่นงานเลี้ยงงานสังสรรค์	11 (7.1)	10 (12.2)	2 (3.2)
ซื้อเฉพาะเมื่อสินค้าที่ต้องการไม่มีจำหน่าย	7 (4.5)	1 (1.2)	7 (11.3)
ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก	7 (4.5)	2 (2.4)	3 (4.8)
อื่นๆ (ระบุ)	0 (0.0)	1 (1.2)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 68 พบว่าโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ มีรายละเอียดดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีโอกาสในการซื้อ ดังนี้คือ เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 42.9 และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา และซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 24.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีโอกาสในการซื้อ ดังนี้คือ เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 34.1 และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 26.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าตราเฉพาะโดยมีโอกาสในการซื้อ ดังนี้คือ เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 30.6 และซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 69 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การรู้จักสินค้าตราเฉพาะ	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=156)	**10,000-19,999 บาท (n=82)**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=62)**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า	127 (81.4)	76 (92.7)	54 (87.1)
เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์	62 (39.7)	42 (51.2)	30 (48.4)
เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร	30 (19.2)	11 (13.4)	10 (16.1)
คนรู้จักแนะนำ	11 (7.1)	9 (11.0)	3 (4.8)
ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า	4 (2.6)	2 (2.4)	2 (3.2)
พนักงานขายในร้านค้าแนะนำ	5 (3.2)	1 (1.2)	1 (1.6)
อื่นๆ (ระบุ)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ มีรายละเอียดดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รู้จักสินค้าตราเฉพาะ ดังนี้คือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 81.4 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 39.7 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 19.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท รู้จักสินค้าตราเฉพาะ ดังนี้คือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 92.7 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 51.2 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป รู้จักสินค้าตราเฉพาะ ดังนี้คือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 87.1 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 48.4 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 70 แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพิ่มเติม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=156)	**10,000-19,999 บาท (n=82)**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=62)**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน	99 (63.5)	50 (61.0)	36 (58.1)
ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม	88 (56.4)	43 (52.4)	37 (59.7)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้	52 (33.3)	32 (39.0)	27 (43.5)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิต และการผลิต	26 (16.7)	10 (12.2)	15 (24.2)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่ม ทดลองซื้อได้เลย	12 (7.7)	8 (9.8)	9 (14.5)
สอบถามคนรู้จักที่เคยใช้	15 (9.6)	8 (9.8)	3 (4.8)
สอบถามพนักงานขาย	5 (3.2)	3 (3.7)	2 (3.2)
อื่นๆ (ระบุ)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพิ่มเติม ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ มีรายละเอียดดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น เพิ่มเติมโดยดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 56.4 และ อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น เพิ่มเติมโดยดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 52.4 และ อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 39.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีวิธีการหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น เพิ่มเติมโดยดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 58.1 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 43.5 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 71 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความถี่	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000 - 19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
2 - 3 เดือน/ครั้ง	41 (26.3)	20 (24.4)	13 (21.0)
1 ครั้ง/เดือน	50 (32.1)	24 (29.3)	12 (19.4)
2 - 3 ครั้ง/เดือน	38 (24.4)	21 (25.6)	14 (22.6)
4 ครั้ง/ เดือน	11 (7.1)	13 (15.9)	8 (12.9)
มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	11 (7.1)	4 (4.9)	13 (21.0)
อื่นๆ (ระบุ).....	5 (3.2)	0 (0.0)	2 (3.2)
รวม	**156 (100.0)**	**82 (100.0)**	**62 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ย 1 ครั้ง/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาคือ 2 - 3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.3 และ 2 - 3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 24.4 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ย 1 ครั้ง/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ 2 - 3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และ 2 - 3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความถี่ในการซื้อสินค้าเฉลี่ย 2 - 3 ครั้ง/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.6 รองลงมาคือ 2 - 3 เดือน/ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง/เดือน จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และ 1 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=156)	10,000 - 19,999 บาท (n=82)	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป (n=62)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ	2.60 (ปานกลาง)	2.48 (ปานกลาง)	1.98 (น้อย)
สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)	4.11 (มาก)
คุณภาพที่ดีของสินค้า	3.86 (มาก)	3.99 (มาก)	3.76 (มาก)
ชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส	3.38 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า	3.20 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ	3.75 (มาก)	3.73 (มาก)	3.63 (มาก)
กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์	3.37 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ราคาถูกที่สุด	4.14 (มาก)	4.24 (มาก)	3.89 (มาก)
ราคาเท่าๆกับสินค้าในหมวดเดียวกัน	3.53 (มาก)	3.56 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	3.66 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 72 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=156)	10,000 - 19,999 บาท (n=82)	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป (n=62)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สินค้าวางสะดุดตาและการตกแต่งบริเวณชั้น	3.67 (มาก)	3.98 (มาก)	3.73 (มาก)
สถานที่ตั้งของร้านค้า	3.79 (มาก)	4.02 (มาก)	3.76 (มาก)
บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)
สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม	3.87 (มาก)	4.06 (มาก)	3.73 (มาก)
สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง	3.49 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ให้ระดับของอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะมีดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า ราคาถูกที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม สถานที่ตั้งของร้านค้า คุณภาพที่ดีของสินค้า เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ มีป้ายบอกราคาชัดเจน สินค้าวางสะดุดตา และการตกแต่งบริเวณชั้นบริการ และบรรยากาศที่ดีของร้านค้า และราคาเท่าๆ กับสินค้าในหมวดเดียวกัน ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง ชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า และซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะมีดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาถูกที่สุด สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม สถานที่ตั้งของร้านค้า คุณภาพที่ดีของสินค้า สินค้าวางสะดุดตาและการตกแต่งบริเวณชั้น มีป้ายบอกราคาชัดเจน เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง และราคาเท่าๆ กับสินค้าในหมวดเดียวกัน ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป ชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า และซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะ มีดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า ราคาถูกที่สุด คุณภาพที่ดีของสินค้า สถานที่ตั้งของร้านค้า สินค้าวางสะดุดตาและการตกแต่งบริเวณชั้น สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า มีป้ายบอกราคาชัดเจน และเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเท่าๆ กับสินค้าในหมวดเดียวกัน ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป และชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 73 แสดงจำนวน และร้อยละ ของระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อเทสโก้)	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000-19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
มาก	71 (53.4)	45 (64.3)	27 (48.2)
ปานกลาง	57 (42.9)	24 (34.3)	26 (46.4)
น้อย	5 (3.8)	1 (1.4)	3 (5.4)
รวม	**133 (100.0)**	**70 (100.0)**	**56 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 ราย

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ ของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 42.9 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.3 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.4 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 74 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่า ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อคุ้มค่า)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาก	54 (50.5)	39 (61.9)	22 (51.2)
ปานกลาง	48 (44.9)	22 (34.9)	16 (37.2)
น้อย	5 (4.7)	2 (3.2)	5 (11.6)
รวม	**107 (100.0)**	**63 (100.0)**	**43 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 213 ราย

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่าของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.9 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.9 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.2 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 75 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาก	3 (21.4)	1 (12.5)	0 (0.0)
ปานกลาง	9 (64.3)	4 (50.0)	3 (75.0)
น้อย	2 (14.3)	3 (37.5)	1 (25.0)
รวม	**14 (100.0)**	**8 (100.0)**	**4 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 ราย

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 21.4 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับมาก ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 37.5 และในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนมากมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 25.0 และในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 76 แสดงจำนวน และร้อยละของระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อสกิน วิสดอม ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อสกิน วิสดอม)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาก	6 (21.4)	1 (8.3)	2 (40.0)
ปานกลาง	15 (53.6)	3 (25.0)	0 (0.0)
น้อย	7 (25.0)	8 (66.7)	3 (60.0)
รวม	**28 (100.0)**	**12 (100.0)**	**5 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 ราย

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 25.0 และในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.0 และในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนมากมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 40.0 และในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 77 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อเทสโก้)	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000 - 19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้ออีก	86 (64.7)	53 (75.7)	37 (66.1)
อาจซื้อ	43 (32.3)	16 (22.9)	15 (26.8)
ไม่ซื้ออีก	4 (3.0)	1 (1.4)	4 (7.1)
รวม	**133 (100.0)**	**70 (100.0)**	**56 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 259 ราย

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 32.3 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 22.9 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 66.1 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 26.8 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 78 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อคุ้มค่า)	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000 - 19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้ออีก	70 (65.4)	46 (73.0)	27 (62.8)
อาจซื้อ	32 (29.9)	15 (23.8)	12 (27.9)
ไม่ซื้ออีก	5 (4.7)	2 (3.2)	4 (9.3)
รวม	**107 (100.0)**	**63 (100.0)**	**43 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 213 ราย

จากตารางที่ 78 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 65.4 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 29.9 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 23.8 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 27.9 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 79 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ)	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000 - 19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้ออีก	4 (28.6)	2 (25.0)	1 (25.0)
อาจซื้อ	8 (57.1)	5 (62.5)	2 (50.0)
ไม่ซื้ออีก	2 (14.3)	1 (12.5)	1 (25.0)
รวม	**14 (100.0)**	**8 (100.0)**	**4 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 ราย

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ ซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 28.6 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ ซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 25.0 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ อาจซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 27.9 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 80 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อสกิน วิสดอม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อสกิน วิสดอม)	**รายได้**		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000 - 19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ซื้ออีก	9 (32.1)	2 (16.7)	2 (40.0)
อาจซื้อ	13 (46.4)	2 (16.7)	0 (0.0)
ไม่ซื้ออีก	6 (21.4)	8 (66.7)	3 (60.0)
รวม	**28 (100.0)**	**12 (100.0)**	**4 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 45 ราย

จากตารางที่ 80 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท อาจจะซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมาคือ ซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 32.1 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท จะไม่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ซื้อซ้ำอีก และอาจซื้อซ้ำอีก จำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จะไม่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในครั้งต่อไปซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 40.0 และอาจซื้อซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 0.0 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 81 แสดงจำนวน และร้อยละของบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

บุคลิกภาพ	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	**10,000-19,999 บาท**	**ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป**
	จำนวน (ร้อยละ)	**จำนวน (ร้อยละ)**	**จำนวน (ร้อยละ)**
ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	32 (20.5)	10 (12.2)	2 (3.2)
ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย	20 (12.8)	11 (13.4)	8 (12.9)
มีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตามราคา	5 (3.2)	1 (1.2)	5 (8.1)
ซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	7 (4.5)	5 (6.1)	4 (6.5)
มีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ	3 (1.9)	0 (0.0)	2 (3.2)
การซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน	18 (11.5)	18 (22.0)	6 (9.7)
พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ	71 (45.5)	37 (45.1)	35 (56.5)
รวม	**156 (100.0)**	**82 (100.0)**	**62 (100.0)**

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 81 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส มีบุคลิกภาพ ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะมีบุคลิกภาพ ดังนี้คือ พิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 20.5 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ดังนี้คือ พิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.1 รองลงมาคือ การซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จะมีบุคลิกภาพดังนี้คือ พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 12.9 และการซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved