

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมลูกค้าในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในจังหวัดลำปาง จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสทั้งหมด 222 คน สามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้คือ

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

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า ในการเลือกใช้สินค้าตราเฉพาะ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 7-25

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้า จำแนกตามบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 26

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ และ ยี่ห้อคู่ค้าของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 27-42

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ และยี่ห้อคู่ค้าของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 43-58

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	64	28.83
หญิง	158	71.17
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 28.83 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.17

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	1.80
20 - 29 ปี	66	29.73
30 - 39 ปี	63	28.38
40 - 49 ปี	49	22.07
50 - 59 ปี	40	18.02
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.73 รองลงมาคือ มีอายุ 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.38 และมีอายุ 40 - 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	64	28.83
ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	149	67.12
สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี	9	4.05
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.12 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 28.83 และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 4.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	20	9.01
ข้าราชการ	36	16.22
พนักงานบริษัท	79	35.59
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	20	9.01
อาชีพอิสระ/ค้าขาย	57	25.68
รัฐวิสาหกิจ	7	3.15
อื่นๆ	3	1.35
รวม	222	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ลูกจ้างรายวัน 2 ราย ว่างาน 1 ราย

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.59 รองลงมาคือ อาชีพอิสระ/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 25.68 และข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 16.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	72	32.43
10,000 - 19,999 บาท	102	45.95
20,000 บาท ขึ้นไป	48	21.62
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.95 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.43 และรายได้ต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.62 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง

ตรายี่ห้อ	การซื้อ		
	เคยซื้อ	ไม่เคยซื้อ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	211 (95.05)	11 (4.95)	222 (100.00)
คู้มค่า	182 (81.98)	40 (18.02)	222 (100.00)
ออล อะเบาท์ เฟซ	14 (6.31)	208 (93.69)	222 (100.00)
สกิน วิสคอม	26 (11.71)	196 (88.29)	222 (100.00)

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.05 รองลงมาคือ ยี่ห้อคู้มค่า คิดเป็นร้อยละ 81.98 และยี่ห้อสกิน วิสคอม คิดเป็นร้อยละ 11.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อยี่ห้อหนึ่ง

ตรายี่ห้อ	ความถี่ในการซื้อ			
	ซื้อประจำ	ซื้อบางครั้ง	เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	86 (40.76)	123 (58.29)	2 (0.95)	211 (100.00)
กุ่มค่า	55 (30.22)	122 (67.03)	5 (2.75)	182 (100.00)
ออล อะเบาท் เฟซ	0 (0.00)	10 (71.43)	4 (28.57)	14 (100.00)
สกิน วิสคอม	0 (0.00)	24 (92.31)	2 (7.69)	26 (100.00)

จากตารางที่ 8 พบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถามในยี่ห้อเทสโก้ ส่วนมากซื้อเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.29 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 40.76 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็น ร้อยละ 0.95 ตามลำดับ

ยี่ห้อกุ่มค่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการซื้อแบบซื้อเป็นบางครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.03 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 30.22 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ยี่ห้อออล อะเบาท் เฟซ ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการซื้อแบบซื้อบางครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ เลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 28.57 ตามลำดับ และไม่พบผู้ที่ซื้อเป็นประจำ

ยี่ห้อสกิน วิสคอม ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมในการซื้อแบบซื้อบางครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.31 รองลงมาคือ เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.69 ตามลำดับ และไม่พบผู้ที่ซื้อเป็นประจำ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราหือเทสโก้

หือเทสโก้	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องแต่งกาย เช่น ถุงเท้า เสื้อกั๊ก เสื้อผ้า เป็นต้น	9	4.26
สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น น้ำมัน น้ำส้มสายชู น้ำดื่ม น้ำอัดลม กระดาษชำระ ข้าวสาร น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างจาน เป็นต้น	73	34.60
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น กระดาษถ่ายเอกสาร ปากกา ลิ้นชัก พลาสติก ยาจุดกันยุง ยางปูพื้นรถยนต์ ถ่านไฟฉาย เทียนไข ชาม แก้วน้ำ เป็นต้น	162	76.77
อาหารสด เช่น ผักสด ไข่ไก่ ปลา ลูกชิ้นหมู น้ำจิ้มสุกี้ มันฝรั่ง เป็นต้น	22	10.43

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 211 ราย

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราหือเทสโก้ ส่วนมากซื้อหมวดอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 76.77 รองลงมาคือ หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็น ร้อยละ 34.60 และ หมวดอาหารสด คิดเป็นร้อยละ 10.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราหือคุ่มค่า

ยี่ห้อ คุ่มค่า	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องแต่งกาย เช่น กางเกงใน เสื้อกล้าม ถุงเท้า รองเท้านักเรียน เป็นต้น	11	6.04
สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ผัก ผลไม้ กระจับปี่ สบู่ นมข้นหวาน น้ำผลไม้เข้มข้น อาหารสุนัข น้ำยาล้างจาน น้ำมันหอย ซอสพริก เป็นต้น	128	70.33
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น กระจาดถ่ายเอกสาร ซอง จดหมาย ถุงคำใส่ขยะ โตะรีดผ้า ผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าอ้อมเด็ก ไม้แขวนเสื้อ ฟ้านวม หมอนข้าง เป็นต้น	55	30.22
อาหารสด เช่น อาหารกล่องสำเร็จ ขนม เบเกอรี่ ลูกชิ้นปลา ไส้กรอก เป็นต้น	17	9.34

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 182 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราหือคุ่มค่า ส่วนมากซื้อสินค้าในหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 70.33 รองลงมาคือ หมวดอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 30.22 และหมวดอาหารสด คิดเป็นร้อยละ 9.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราหือ ออลอะเบาท์ เฟซ

ยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ	จำนวน	ร้อยละ
ลิปสติกแท่ง ลิปกรอส	6	42.85
บรัชออน	2	14.28
แป้งพับ	1	7.14
อายเช่ได้	4	28.57
อายไลน์เนอร์	3	21.43

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 14 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราหือ ออลอะเบาท์ เฟซ ซื้อสินค้าประเภท ลิปสติกแท่ง ลิปกรอส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.85 รองลงมาคืออายเช่ได้ คิดเป็นร้อยละ 28.57 และอายไลน์เนอร์ คิดเป็นร้อยละ 21.43 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรายี่ห้อ สกิน วิสคอม

ยี่ห้อ สกิน วิสคอม	จำนวน	ร้อยละ
ครีมบำรุงผิวหน้า	2	7.69
ครีมอาบน้ำ	11	42.31
โฟมล้างหน้า	7	26.92
แป้งทาตัว	1	3.85
โลชั่นทาผิว	8	30.77

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 26 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากที่ซื้อผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรายี่ห้อ สกิน วิสคอม ซื้อสินค้าประเภทครีมอาบน้ำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.31 รองลงมาคือ โลชั่นทาผิว คิดเป็นร้อยละ 30.77 และโฟมล้างหน้า คิดเป็นร้อยละ 26.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างโลตัส

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเองทั้งหมด	210	94.59
บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ	29	13.06
เพื่อนช่วยตัดสินใจ	20	9.01
อื่นๆ	1	0.45

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ n:222

อื่นๆ ได้แก่ หัวหน้าบริษัท 1 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างโลตัส ส่วนมาก คือ ตัดสินใจเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 94.59 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 13.06 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 9.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่นๆ ที่เคยซื้อนอกจากสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ซื้อสินค้าตราเฉพาะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยซื้อของห้างอื่นๆ	144	64.86
ซื้อของห้างคาร์ฟูร์	6	2.70
ซื้อของห้างบิ๊กซี	70	31.53
อื่นๆ	6	2.70

หมายเหตุ : n :222 อื่นๆ ได้แก่ top supermarket 3 ราย แม็คโคร 2 ราย เซเว่น อีเลฟเว่น 1 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างโลตัสเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 64.86 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 31.53 และซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 2.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้

วัตถุประสงค์ในการซื้อตรายี่ห้อเทสโก้	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	169	80.09
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุวันเดือนปีที่ชัดเจน	49	23.22
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	141	66.82
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ที่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	42	19.91
เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	109	51.66
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	33	15.64
เห็นคนรู้จักใช้ เคยใช้ตาม	15	7.11
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	30	14.22
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	43	20.38
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	51	24.17

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ , n : 211

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้ คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.09 มากที่สุด รองลงมาคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 66.82 และเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 51.66

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคุ่มค่า

วัตถุประสงค์ในการซื้อตรายี่ห้อคุ่มค่า	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	133	73.08
เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	64	35.16
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	34	18.68
ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	77	42.31
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	33	18.13
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุ วันเดือนปีที่ชัดเจน	28	15.38
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ที่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	26	14.29
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	12	6.59
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาสูงกว่า	23	12.64
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	25	13.74

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ , n : 182

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคุ่มค่า คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.08 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 42.31 และเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 35.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้ออออล อะเบาท์ เฟซ

วัตถุประสงค์ในการซื้ออออล อะเบาท์ เฟซ	จำนวน	ร้อยละ
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	1	7.14
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุ วันเดือนปีที่ชัดเจน	8	57.14
ต้องการสินค้าน่าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	3	21.43
ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	6	42.86
เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	8	57.14
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	1	7.14
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ที่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	0	0.00
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	8	57.14
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	2	14.29
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้านี้ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	1	7.14
อื่นๆ	1	7.14

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ , n : 14

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนฝากซื้อ

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้ออออล อะเบาท์ เฟซ คือต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุ วันเดือนปีที่ชัดเจน เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ มีค่าเท่ากัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ

57.14 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 42.86 และต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 21.43 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อสกิน วิสคอม

วัตถุประสงค์ในการซื้อตรายี่ห้อ สกิน วิสคอม	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	7	26.92
ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	12	46.15
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	16	61.54
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	2	7.69
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ที่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	1	3.85
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	2	7.69
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุ วันเดือนปีที่ชัดเจน	12	46.15
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้านี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	4	15.38
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้านมองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	3	11.54
เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	2	7.69

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ n : 26

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อสกิน วิสคอม คืออยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.54 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น และ

ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุ วันเดือนปีที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 46.15 และต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตราห้อยอื่น คิดเป็นร้อยละ 26.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

โอกาสในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว	150	67.57
ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส	92	41.44
ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก	7	3.15
ซื้อเฉพาะเมื่อสินค้าที่ต้องการไม่มีจำหน่าย	13	5.86
ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	14	6.31
ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่นงานเลี้ยง งานสังสรรค์	12	5.41
ซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา	26	11.71
อื่นๆ	10	4.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ , n :222

อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนฝากซื้อ 4 ราย ซื้อใช้สำนักงาน 3 ราย ซื้อเพื่อประกอบธุรกิจ 3 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างโลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม คือเจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.57 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 41.44 และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 11.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

การรู้จักสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร	88	39.64
เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์	144	64.86
เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า	114	51.35
พนักงานขายในร้านค้าแนะนำ	6	2.70
ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า	11	4.95
คนรู้จักแนะนำ	4	1.80
อื่นๆ	1	0.45

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เพื่อนฝากซื้อตอบ ได้มากกว่า 1 คำตอบ n :222

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ได้จากเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.86 รองลงมาคือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 51.35 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 39.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องวิธีการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

วิธีการหาข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน	131	59.01
ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม	111	50.00
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนผสมและวิธีการใช้	91	40.99
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิตและการผลิต	36	16.22
สอบถามคนรู้จักที่เคยใช้	14	6.31
สอบถามพนักงานขาย	7	3.15
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม ทดลองซื้อได้เลย	7	3.15

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ , n :222

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม ก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยการดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.01 รองลงมา คือ ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 50.00 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนผสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 40.99 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
2 - 3 เดือน/ครั้ง	14	6.31
เดือนละ 1 ครั้ง	61	27.47
เดือนละ 2 - 3 ครั้ง	106	47.75
เดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง)	21	9.46
เดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง	20	9.01
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส
เดือนละ 2 - 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.47
และเดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง) คิดเป็นร้อยละ 9.46 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมิน
ทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อ การประเมิน ทางเลือกซื้อสินค้า ตราเฉพาะของห้าง เทสโก้ โลตัส	ระดับความสำคัญ					จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	5	4	3	2	1		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชื่อเพราะ ใดๆ ก็ ชื่อ	1 (0.53)	13 (6.84)	78 (41.05)	80 (42.11)	18 (9.47)	190 (100.00)	ปานกลาง (2.47)
สภาวะเศรษฐกิจ ทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า	49 (22.17)	96 (43.44)	69 (31.22)	5 (2.26)	2 (0.90)	221 (100.00)	มาก (3.84)
คุณภาพที่ดีของ สินค้า	86 (38.91)	92 (41.63)	43 (19.46)	0 (0.00)	0 (0.00)	221 (100.00)	มาก (4.19)
ชื่อเสียงของตรา ยี่ห้อสินค้าตรา เฉพาะของห้าง เทสโก้ โลตัส	6 (2.70)	95 (42.79)	108 (48.65)	13 (5.86)	0 (0.00)	222 (100.00)	ปานกลาง (3.42)
ชื่อเสียงของ โรงงานผู้ผลิต สินค้า	14 (6.42)	84 (38.53)	107 (49.08)	13 (5.96)	0 (0.00)	218 (100.00)	ปานกลาง (3.45)
เครื่องหมายรับรอง คุณภาพจาก หน่วยงานต่างๆ	71 (31.98)	87 (39.19)	59 (26.58)	5 (2.25)	0 (0.00)	222 (100.00)	มาก (4.01)
กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มี เอกลักษณ์	60 (27.27)	78 (35.45)	71 (32.27)	11 (5.00)	0 (0.00)	220 (100.00)	มาก (3.85)
ราคาถูกที่สุด	132 (59.46)	57 (25.68)	27 (12.16)	6 (2.70)	0 (0.00)	222 (100.00)	มาก (4.42)

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	ระดับความสำคัญ					จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน	7 (3.17)	77 (34.84)	130 (58.82)	6 (2.71)	1 (0.45)	221 (100.00)	ปานกลาง (3.38)
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	20 (9.01)	83 (37.39)	107 (48.20)	12 (5.41)	0 (0.00)	222 (100.00)	มาก (3.50)
สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น	39 (17.65)	70 (31.67)	102 (46.15)	10 (4.52)	0 (0.00)	221 (100.00)	มาก (3.62)
สถานที่ตั้งของร้านค้า	25 (11.26)	85 (38.29)	105 (47.30)	7 (3.15)	0 (0.00)	222 (100.00)	มาก (3.58)
บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า	14 (6.31)	80 (36.04)	123 (55.41)	5 (2.25)	0 (0.00)	222 (100.00)	ปานกลาง (3.46)
สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคมเปญ	40 (18.02)	91 (40.99)	88 (39.64)	3 (1.35)	0 (0.00)	222 (100.00)	มาก (3.76)
สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง	15 (6.76)	43 (19.37)	154 (69.37)	7 (3.15)	3 (1.35)	222 (100.00)	ปานกลาง (3.27)
สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป	15 (6.67)	35 (15.77)	161 (72.52)	8 (3.60)	3 (1.35)	222 (100.00)	ปานกลาง (3.23)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับ “มาก” ได้แก่ ราคาถูกที่สุด (4.42) คุณภาพที่ดีของสินค้า (4.19) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ (4.01) กล่อง/หีบห่อสวยงาม มีเอกลักษณ์ (3.85) สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า (3.84) สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคม (3.76) สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น (3.62) สถานที่ตั้งของร้านค้า (3.58) มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.50) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับ “ปานกลาง” ได้แก่ บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า (3.46) ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า (3.45) ชื่อเสียงของตราหือสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส (3.42) ราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน (3.38) สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง (3.27) สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป (3.23) ชื่อเพราะใครๆ ก็ซื้อ (2.47) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 24 แสดง จำนวน และร้อยละของความพึงพอใจ ที่มีต่อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทศโก้ โลตัส

ยี่ห้อ	จำนวนผู้เคยซื้อ	ระดับความพึงพอใจ		
		มาก	ปานกลาง	น้อย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ยี่ห้อเทศโก้	211 (100.00)	147 (69.67)	63 (29.86)	1 (0.47)
ยี่ห้อคุ้มคำ	182 (100.00)	74 (40.66)	103 (56.59)	5 (2.75)
ยี่ห้ออล อะเบาท เฟซ	14 (100.00)	3 (21.43)	4 (28.57)	7 (50.00)
ยี่ห้อสกิน วิสคอม	26 (100.00)	8 (30.77)	15 (57.69)	3 (11.54)

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่เท่ากับ 222 ราย เนื่องจากไม่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อดังกล่าว จึงมิได้ประเมินระดับความพึงพอใจ

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมากต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทศโก้ คิดเป็นร้อยละ 69.67 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.86 ตามลำดับ

ยี่ห้อคุ้มคำ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.59 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 40.66 ตามลำดับ

ยี่ห้ออล อะเบาท เฟซ มีความพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.57 ตามลำดับ

ยี่ห้อสกิน วิสคอม มีความพึงพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.69 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 30.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อสินค้า
 โดยเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสภายหลังจากเกิดการซื้อในครั้งแรก

ยี่ห้อ	จำนวน ผู้ที่เคยซื้อ	การซื้อซ้ำ		
		ซื้ออีก	อาจซื้อ	ไม่ซื้ออีก
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	211 (100.00)	175 (82.94)	35 (16.59)	1 (0.47)
คุ่มค่า	182 (100.00)	126 (69.23)	53 (29.12)	3 (1.65)
ออล อะเบาท์ เฟซ	14 (100.00)	6 (42.86)	3 (21.43)	5 (35.71)
สกิน วิสดอม	26 (100.00)	10 (38.46)	13 (50.00)	3 (11.54)

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่เท่ากับ 222 ราย เนื่องจากไม่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อดังกล่าว
 จึงมิได้ประเมินการซื้อซ้ำ

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้าง
 เทสโก้ โลตัส ภายหลังจาก การซื้อในครั้งแรกแล้ว โดยยี่ห้อเทสโก้ ส่วนมากซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ
 82.94 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 16.59 ตามลำดับ

ยี่ห้อคุ่มค่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้ออีก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.23 รองลงมาคือ
 อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 29.12 ตามลำดับ

ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ ผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้ออีก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86
 รองลงมาคือ ไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 35.71 ตามลำดับ

ยี่ห้อสกิน วิสดอม ส่วนมากผู้ตอบแบบสอบถาม อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 50.00
 รองลงมาคือ ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 38.46 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อสินค้า จำแนกตามบุคลิกภาพ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคลิกภาพที่ตรงกับ ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

บุคลิกภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหน ราคา ถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	55	24.77
ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย	14	6.31
มีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตาม ราคา	12	5.41
ซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่ เปลี่ยนแปลง	4	1.80
มีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้า ใหม่ๆ	4	1.80
การซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการ ซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน	13	5.86
พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่ชมองดูเพียง ภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดย จะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่ ตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ	120	54.05
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก มีความคิดเห็นว่าบุคลิกภาพใน
ด้านพิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่ชมองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่าง
มีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่ตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ ตรงกับบุคลิกภาพของตนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ

54.05 รองลงมาคือ ชอบซื้อสินค้าราคาถูกลงอย่างเดียว สินค้าไหน ราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 24.77 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 6.31 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ลูกค้านำในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในจังหวัดลำปาง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความถี่ในการซื้อ สินค้าตรายี่ห้อเทสโก้ (n : 211)	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อประจำ	33 (55.00)	53 (35.10)
ซื้อบางครั้ง	26 (43.33)	97 (64.24)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	1 (1.67)	1 (0.66)
รวม	60 (100.00)	151 (100)

จากตารางที่ 27 พบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีนั้น ส่วนมากมีพฤติกรรมซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.33 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น ส่วนมากมีพฤติกรรม ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.24 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 35.10 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 0.66 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคัมค่า จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความถี่ในการซื้อ สินค้าตรายี่ห้อคัมค่า (n : 182)	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือ กำลังศึกษา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อประจำ	19 (33.93)	36 (28.57)
ซื้อบางครั้ง	36 (64.29)	86 (68.25)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	1 (1.79)	4 (3.17)
รวม	56 (100.00)	126 (100.00)

จากตารางที่ 28 พบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่าของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาค่าต่ำกว่าปริญญาตรีนั้น ส่วนมาก มีพฤติกรรมในการซื้อบางครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.29 รองลงมาคือ ซื้อประจำคิดเป็นร้อยละ 33.93 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 1.79 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น ส่วนมากมีพฤติกรรมซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 28.57 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 3.17 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n : 64	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาและ สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา n : 158
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัดสินใจเองทั้งหมด	60 (93.75)	150 (94.94)
บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ	9 (14.06)	20 (12.66)
เพื่อนช่วยตัดสินใจ	3 (4.69)	17 (11.41)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.67)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีนั้น ส่วนมากตัดสินใจเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 93.75 รองลงมาคือบุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 14.06 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 4.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น ส่วนมากตัดสินใจเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 94.94 รองลงมาคือบุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 12.66 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 11.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้าง
อื่นๆ ที่เคยซื้อนอกจากสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับ
การศึกษาสูงสุด

ซื้อสินค้าตราเฉพาะ	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี n : 64	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือ กำลังศึกษา n : 158
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เคยซื้อของห้างอื่นๆ	40 (62.50)	104 (65.82)
ชื่อของห้างคาร์ฟูร์	1 (1.56)	5 (3.16)
ชื่อของห้างบิ๊กซี	22 (34.38)	48 (30.38)
อื่นๆ	2 (3.13)	4 (2.53)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อ
สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสเท่านั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ ซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 34.38 และซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างคาร์ฟูร์ คิดเป็น
ร้อยละ 1.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญา
ตรีหรือกำลังศึกษานั้น ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสเท่านั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
65.82 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าตราเฉพาะของ ชื่อของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 30.38 และซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 3.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

วัตถุประสงค์ในการซื้อ ตรายี่ห้อเทสโก้	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี n : 60	ปริญญาตรีหรือกำลัง ศึกษา และ สูงกว่าปริญญา ตรีหรือกำลังศึกษา n : 151
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อ เปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น	44 (73.33)	125 (82.78)
ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	41 (68.33)	100 (66.23)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรอง คุณภาพต่างๆ เช่น ออ. และมีการระบุ วัน เดือนปีที่ชัดเจน	8 (13.33)	41 (27.15)
เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มี คุณภาพ	34 (56.67)	75 (49.67)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื่อเป็น สินค้าทดแทน	5 (8.33)	25 (16.56)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ที่มีการส่งเสริม การขาย เช่น ลด แลก	12 (20.00)	30 (19.87)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคย ใช้	4 (6.67)	29 (19.21)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	3 (5.00)	12 (7.95)

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

วัตถุประสงค์ในการซื้อ ตรายี่ห้อเทสโก้	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี n :60	ปริญญาตรีหรือกำลัง ศึกษา และ สูงกว่าปริญญา ตรีหรือกำลังศึกษา n : 151
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อ สินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	13 (21.67)	38 (25.17)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับ สินค้านี้หรือที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	6 (10.00)	37 (24.50)
อื่นๆ	1 (1.67)	1 (0.66)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้ คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมา คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 68.33 และเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 56.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้ คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.78 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 66.23 และเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 49.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตราห้อยู่มค่า จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

วัตถุประสงค์ในการซื้อ ตราห้อยู่มค่า	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี n : 56	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือ กำลังศึกษา n : 126
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อ เปรียบเทียบกับตราห้อยู่มอื่น	43 (76.79)	90 (71.43)
ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้อ อื่น	24 (42.86)	53 (42.06)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรอง คุณภาพต่างๆ เช่น ออ. และมีการระบุ วันเดือนปี ที่ชัดเจน	6 (10.00)	22 (17.46)
เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตราห้อยู่มที่มี คุณภาพ	18 (32.14)	46 (36.50)
ตราห้อยู่มที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็น สินค้าทดแทน	8 (14.29)	26 (20.63)
ต้องการสินค้าห้อยู่มใดก็ได้ที่มีการ ส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	8 (14.29)	18 (14.29)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่ เคยใช้	3 (5.36)	22 (17.46)
เห็นคนรู้จักใช้ เคยใช้ตาม	3 (5.36)	9 (7.14)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อ สินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	11 (19.64)	22 (17.46)

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคุ่มค่า จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

วัตถุประสงค์ในการซื้อ ตรายี่ห้อคุ่มค่า	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี n : 56	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือ กำลังศึกษา n : 126
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับ สินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	3 (5.36)	20 (15.87)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.79)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคุ่มค่า คือ ต้องการสินค้านั้นราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.79 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 42.86 และเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 32.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น ส่วนมากให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคุ่มค่า คือ ต้องการสินค้านั้นราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 42.06 เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 36.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องโอกาสในการซื้อสินค้า
 โดยเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

โอกาสในการซื้อ	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี n : 64	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือ กำลังศึกษา n : 158
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว	44 (68.75)	106 (67.09)
ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้าง โลตัส	25 (39.06)	67 (42.41)
ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก	3 (5.00)	4 (2.53)
ซื้อเฉพาะเมื่อสินค้าที่ต้องการไม่มี จำหน่าย	3 (4.69)	10 (6.33)
ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	8 (12.50)	6 (3.80)
ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่นงานเลี้ยง งานสังสรรค์	5 (7.81)	7 (4.43)
ซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา	12 (18.75)	14 (8.86)
อื่นๆ	3 (4.69)	7 (4.43)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 33 พบว่าโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างโลตัสของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนมาก คือเจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 39.06 และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 18.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น คือเจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 42.41 และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 8.86 ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire central design is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

การรู้จักสินค้า	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n : 64	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาและสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา n : 158
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร	25 (39.06)	63 (39.87)
เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับหนังสือ โฆษณาประจํารอบ เว็บไซต์	44 (68.75)	100 (63.29)
เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า	28 (46.67)	86 (54.43)
พนักงานขายในร้านค้าแนะนำ	1 (1.56)	5 (3.16)
ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า	3 (4.69)	8 (5.06)
คนรู้จักแนะนำ	1 (1.56)	3 (1.90)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.63)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนมาก รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสได้จากเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับหนังสือ โฆษณาประจํารอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ เห็นสินค้าและป้าย

ในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 46.67 และ เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 39.06 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสได้จากเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับหนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 63.29 รองลงมาคือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 54.43 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 39.87 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

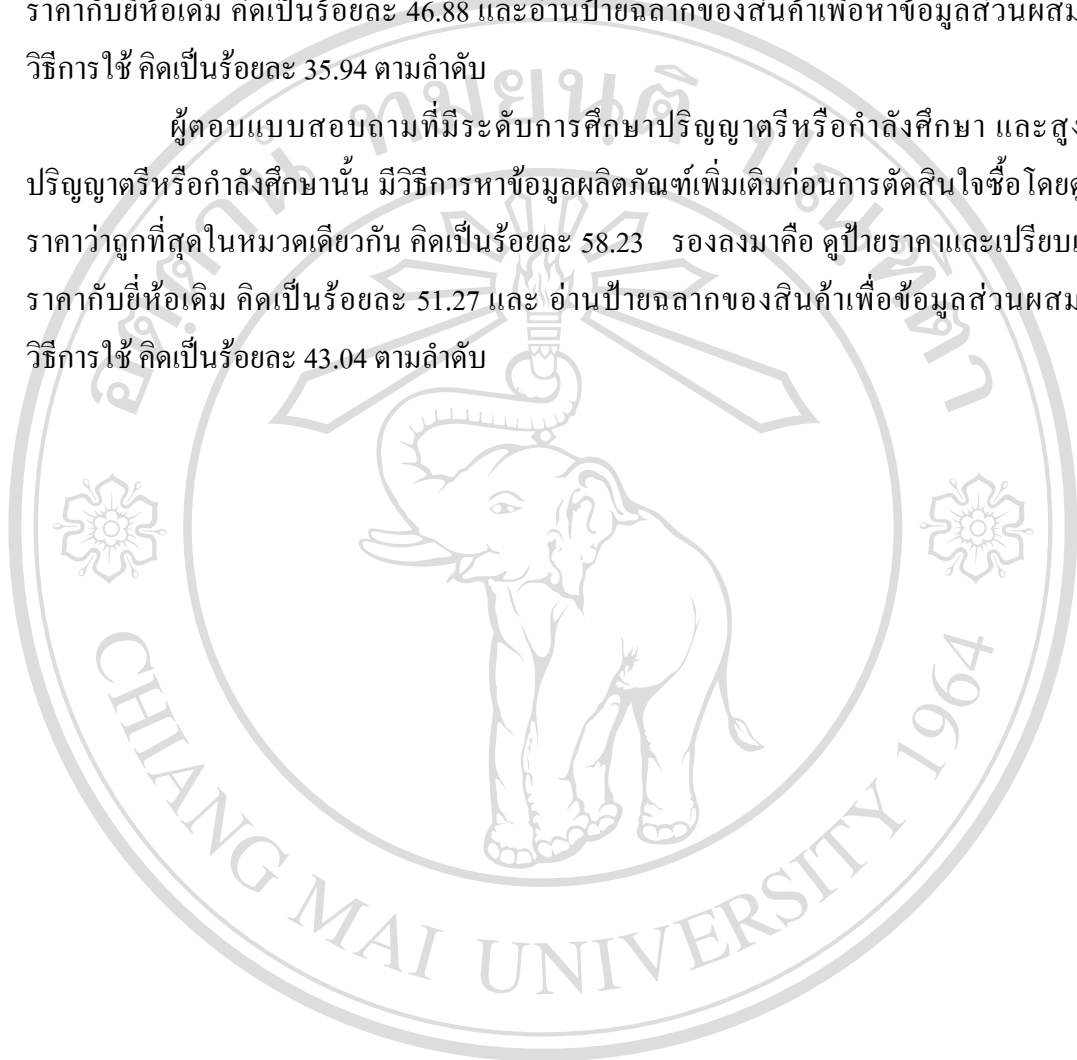
ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องวิธีการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

วิธีการหาข้อมูล	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n :64	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาและ สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา n :158
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน	39 (60.94)	92 (58.23)
ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม	30 (46.88)	81 (51.27)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนผสมและวิธีการใช้	23 (35.94)	68 (43.04)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิตและการผลิต	7 (10.94)	29 (18.35)
สอบถามคนรู้จักที่เคยใช้	5 (7.81)	9 (5.70)
สอบถามพนักงานขาย	2 (3.13)	5 (3.16)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม ทดลองซื้อได้เลย	2 (3.13)	5 (3.16)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คุกกี้ราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 60.94 รองลงมาคือ คุกกี้ราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 46.88 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนผสมและวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 35.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น มีวิธีการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อโดยคุกกี้ราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 58.23 รองลงมาคือ คุกกี้ราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 51.27 และ อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนผสมและวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 43.04 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความถี่ในการซื้อ	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
2 - 3 เดือน/ครั้ง	5 (7.81)	9 (5.70)
เดือนละ 1 ครั้ง	15 (23.44)	46 (29.11)
เดือนละ 2 - 3 ครั้ง	28 (43.75)	78 (49.37)
เดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง)	7 (10.94)	14 (8.86)
เดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง	9 (14.06)	11 (6.96)
รวม	64 (100.00)	158 (100.00)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เดือนละ 2 - 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 43.75 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.44 และเดือนละมากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 14.06 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่า ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เดือนละ 2 - 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.37 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.11 และ เดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง) คิดเป็นร้อยละ 8.86 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาและ สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเพราะใครๆ ก็ซื้อ	2.44 (น้อย)	2.48 (น้อย)
สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัดใช้เงินคุ่มค่า	4.06 (มาก)	3.75 (มาก)
คุณภาพที่ดีของสินค้า	4.27 (มาก)	4.17 (มาก)
ชื่อเสียงของตรายี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	3.50 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)
กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)
ราคาถูกที่สุด	4.52 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
ราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน	3.48 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาและสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.53 (มาก)	3.49 (มาก)
สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น	3.56 (มาก)	3.65 (มาก)
สถานที่ตั้งของร้านค้า	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)
บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาแถม	3.72 (มาก)	3.77 (มาก)
สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป	3.30 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับ “มากที่สุด” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ได้แก่ ราคาถูกที่สุด (4.52) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับ “มาก” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ได้แก่ คุณภาพที่ดีของสินค้า (4.27) สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัดค่าใช้จ่าย (4.06) เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ (4.00) กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ (3.87) สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม (3.72) สถานที่ตั้งของร้านค้า (3.64) สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น (3.56) มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.53) ชื่อเสียงของตราหือสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส (3.50) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับ “ปานกลาง” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ได้แก่ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้าและราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน มีค่าเท่ากัน (3.48) บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า (3.45) สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง (3.33) สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป (3.30) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “น้อย” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ได้แก่ ชื่อเพราะใครๆ ก็ซื้อ (2.44) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “มาก” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น ได้แก่ ราคาถูกที่สุด (4.38) คุณภาพที่ดีของสินค้า (4.17) เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ (4.01) กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ (3.84) สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม (3.77) สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัดค่าใช้จ่าย (3.75) สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น (3.65) สถานที่ตั้งของร้านค้า (3.55) มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.49) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “ปานกลาง” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีนั้น ได้แก่ บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า (3.47) ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า (3.44) ชื่อเสียงของตราหือสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส (3.39) ราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน (3.34) สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง (3.33) สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป (3.30) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัสในระดับ “น้อย” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ได้แก่ ชื่อเพราะใครๆ ก็ซื้อ(2.48) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละของความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ยี่ห้อเทสโก้	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาและสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พอใจน้อย	1 (1.67)	0 (0.00)
พอใจปานกลาง	16 (26.67)	47 (31.13)
พอใจมาก	43 (71.67)	104 (68.87)
รวม	60 (100.00)	151 (100.00)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจระดับมาก ต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 71.67 รองลงมาคือ พึงพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.67 และพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้นมีความพึงพอใจระดับมาก ต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ มากที่สุด คิดเป็น

ร้อยละ 68.87 รองลงมาคือ ฟังพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.13 และฟังพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และร้อยละของความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคัมค่า จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ยี่ห้อคัมค่า	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พอใจน้อย	2 (3.57)	3 (2.38)
พอใจปานกลาง	31 (55.36)	72 (57.14)
พอใจมาก	23 (41.07)	51 (40.48)
รวม	56 (100.00)	126 (100.00)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.36 รองลงมาคือ ฟังพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 41.07 และฟังพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.57 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้นมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ ฟังพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 41.18 และฟังพอใจระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ 2.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ภายหลังจากเกิดการซื้อในครั้งแรก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ยี่ห้อเทสโก้	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาและสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ซื้ออีก	54 (90.00)	121 (80.13)
อาจซื้อ	5 (8.33)	30 (19.87)
ไม่ซื้ออีก	1 (1.67)	0 (0.00)
รวม	60 (100.00)	151 (100.00)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้ ภายหลังจาก การซื้อในครั้งแรกแล้ว โดย ซื้ออีก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 8.33 และ ไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้น มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัสภายหลังจาก การซื้อในครั้งแรกแล้ว โดยซื้ออีก มากสุด คิดเป็นร้อยละ 80.13 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 19.87 และ ไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคัมค่า ภายหลังจากเกิดการซื้อในครั้งแรก จำแนก
ตามระดับการศึกษาสูงสุด

ยี่ห้อคัมค่า	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือ กำลังศึกษา
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ซื้ออีก	46 (82.14)	80 (63.49)
อาจซื้อ	9 (16.07)	44 (34.92)
ไม่ซื้ออีก	1 (1.79)	2 (1.59)
รวม	56 (100.00)	126 (100.00)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี
มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคัมค่า ภายหลังจากการซื้อในครั้ง
แรกแล้ว โดยซื้ออีก มากที่สุด คิดเป็น 82.14 รองลงมาคือ อาจซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 16.07 และไม่
ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 1.79 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษاپริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีนั้น
มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อ คัมค่าภายหลังจาก การซื้อในครั้ง
แรกแล้ว โดยซื้ออีก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.49 รองลงมาคือ อาจซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 34.92
และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 1.59 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน และร้อยละของบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

บุคลิกภาพ	ระดับการศึกษาสูงสุด	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาและ สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	29 (45.31)	26 (16.46)
ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย	3 (4.69)	11 (6.96)
มีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตามราคา	1 (1.56)	11 (6.96)
ซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	1 (1.56)	3 (1.90)
มีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ	3 (4.69)	1 (0.63)
การซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน	1 (1.56)	12 (7.59)
พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าคุณเองเป็นคนฉลาดซื้อ	26 (40.63)	94 (59.49)
รวม	64 (100.00)	158 (100.00)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 45.31 รองลงมาคือ พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียง ภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะ

พิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าเป็นคนฉลาดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 40.63 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย และมีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา และ สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษานั้นมีความคิดเห็นว่า บุคลิกภาพในด้านพิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียง ภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าเป็นคนฉลาดซื้อคิดเป็น ร้อยละ 59.49 รองลงมาคือ ชอบซื้อสินค้านี้ราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 16.46 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 7.59 ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a circular border containing the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964". On either side of the elephant, there is a decorative floral or sunburst-like symbol. The entire logo is rendered in a light gray color.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ลูกค้านำในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในจังหวัดลำปาง จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตาม ระดับรายได้ต่อเดือน

ความถี่ในการซื้อ สินค้าตรายี่ห้อเทสโก้	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 19,999 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อประจำ	28 (41.79)	43 (44.79)	15 (31.25)
ซื้อบางครั้ง	39 (58.21)	52 (54.17)	32 (66.67)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	0 (0.00)	1 (1.04)	1 (2.08)
รวม	67 (100.00)	96 (100.00)	48 (100.00)

จากตารางที่ 43 พบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ยี่ห้อเทสโก้ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทนั้น ส่วนมากมีพฤติกรรมซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.21 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 41.79 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-19,999 บาทนั้น ส่วนมากมีพฤติกรรมซื้อซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.17 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 44.79 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 1.04 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น ส่วนมากมีพฤติกรรมซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 31.25 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคัมค่า จำแนกตาม ระดับรายได้ต่อเดือน

ความถี่ในการซื้อ สินค้าตรายี่ห้อคัมค่า	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 19,999 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อประจำ	17 (26.15)	28 (35.90)	10 (25.64)
ซื้อบางครั้ง	47 (72.31)	48 (61.54)	27 (69.23)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	1 (1.54)	2 (2.56)	2 (5.13)
รวม	65 (100.00)	78 (100.00)	39 (100.00)

จากตารางที่ 44 พบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่า ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทนั้น ส่วนมากมีพฤติกรรมในการซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.31 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 26.15 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 1.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น ส่วนมากมีพฤติกรรมซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.54 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 35.90 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนมากมีพฤติกรรมซื้อบางครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.23 รองลงมาคือ ซื้อประจำ คิดเป็นร้อยละ 25.64 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 5.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างโลตัส จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n : 72	10,000 - 19,999 บาท n : 102	20,000 บาท ขึ้นไป n : 48
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัดสินใจเองทั้งหมด	66 (91.67)	97 (95.10)	47 (97.92)
บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ	13 (18.06)	7 (6.86)	9 (18.75)
เพื่อนช่วยตัดสินใจ	8 (11.11)	11 (10.78)	1 (2.08)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.98)	0 (0.00)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คือตัดสินใจเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 91.67 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 18.06 และ เพื่อนช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 11.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาในระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น คือตัดสินใจเองทั้งหมด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.10 รองลงมาคือ เพื่อน

ช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 10.78 และบุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 6.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น ส่วนมากตัดสินใจเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 97.92 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 18.75 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 2.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่นๆ ที่เคยซื้อนอกจากสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตาม ระดับรายได้ต่อเดือน

ซื้อสินค้าตราเฉพาะ	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n : 72	10,000 - 19,999 บาท n : 102	20,000 บาท ขึ้นไป n : 48
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เคยซื้อของห้างอื่นๆ	36 (50.00)	74 (72.55)	34 (70.83)
ชื่อของห้างคาร์ฟูร์	1 (1.39)	1 (0.98)	4 (8.33)
ชื่อของห้างบิ๊กซี	33 (45.83)	26 (25.49)	11 (22.92)
อื่นๆ	5 (6.94)	1 (0.98)	0 (0.00)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสเท่านั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 45.83 และซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 6.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทต่อเดือนนั้น ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสเท่านั้น ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.55 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 25.49 และซื้อของห้างคาร์ฟูร์ และห้างอื่นๆ มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.98 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,000 บาทขึ้นไปนั้น ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสเท่านั้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.83 รองลงมาคือ ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 22.92 และซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ทรายี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการซื้อ ทรายี่ห้อเทสโก้	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n : 67	10,000 - 19,999 บาท n : 96	20,000 บาท ขึ้นไป n : 48
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ ทรายี่ห้ออื่น	52 (77.61)	77 (80.21)	40 (83.33)
ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น	41 (61.19)	69 (71.88)	31 (64.58)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ต่างๆ เช่น ออ. และมีการระบุ วันเดือนปีที่ ชัดเจน	20 (29.85)	16 (16.67)	13 (27.08)
เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นทรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	32 (47.76)	59 (61.46)	18 (37.50)
ทรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อมาเป็นสินค้า ทดแทน	11 (16.42)	10 (10.42)	9 (18.75)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ที่มีการส่งเสริมการ ขาย เช่น ลด แลก	16 (23.88)	14 (14.58)	12 (25.00)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	15 (22.39)	10 (10.42)	8 (16.67)
เห็นคนรู้จักใช้ เคยใช้ตาม	7 (10.45)	5 (5.21)	3 (6.25)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็น ได้ชัดเจน/หาง่าย	20 (29.85)	19 (19.79)	12 (25.00)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้า ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	10 (14.93)	20 (20.83)	13 (27.08)
อื่นๆ	0 (0.00)	2 (2.08)	0 (0.00)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้ คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.61 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 61.19 และเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็น ตรายี่ห้อที่มีคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 47.76 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 19,999 บาทนั้น ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้ คือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 80.21 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 71.88 และเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็น ตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 61.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น ส่วนมากให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อเทสโก้ คือ ต้องการ สินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 64.58 และเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็น ตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 37.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการซื้อ ตรายี่ห้อคุ้มค่า	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n : 65	10,000 - 19,999 บาท n : 78	20,000 บาท ขึ้นไป n : 39
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ ตรายี่ห้ออื่น	41 (63.08)	63 (80.77)	29 (74.36)
ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีดีเทียบกับยี่ห้ออื่น	30 (46.15)	30 (38.46)	17 (43.59)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ต่างๆ เช่น ออ. และมีการระบุ วันเดือนปี ที่ ชัดเจน	9 (13.85)	11 (14.10)	8 (20.51)
เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	25 (38.46)	32 (41.03)	7 (17.95)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้า ทดแทน	10 (15.38)	15 (19.23)	9 (23.08)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ที่มีการส่งเสริมการ ขาย เช่น ลด แลก	12 (18.46)	11 (14.10)	3 (7.69)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	12 (18.46)	4 (5.13)	9 (23.08)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	5 (7.69)	6 (7.69)	1 (2.56)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย	12 (18.46)	11 (14.10)	10 (25.64)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้า ยี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า	4 (6.15)	9 (11.54)	10 (25.64)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (1.28)	0 (0.00)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคุ้มค่า ส่วนมากคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 63.08 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 46.15 และเคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 38.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น ให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคุ้มค่า ส่วนมากคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 80.77 รองลงมาคือ เคยใช้แล้วและเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 41.03 และต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น ร้อยละ 38.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น ส่วนมากให้เหตุผลถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ตรายี่ห้อคุ้มค่า ส่วนมากคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 74.36 รองลงมาคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 43.59 และ ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน/หาง่าย และ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียงแต่ราคาถูกกว่า มีค่าเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องโอกาสในการซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

โอกาสในการซื้อ	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n: 72	10,000 - 19,999 บาท n: 102	20,000 บาท ขึ้นไป n: 48
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว	55 (76.39)	62 (60.78)	33 (68.75)
ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส	29 (40.28)	43 (42.16)	20 (41.67)
ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก	6 (8.33)	1 (0.98)	0 (0.00)
ซื้อเฉพาะเมื่อสินค้าที่ต้องการไม่มีจำหน่าย	6 (8.33)	6 (5.88)	1 (2.08)
ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	3 (4.17)	8 (7.84)	3 (6.25)
ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยง งานสังสรรค์	8 (11.11)	4 (3.92)	0 (0.00)
ซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา	17 (23.61)	8 (7.84)	1 (2.08)
อื่นๆ	2 (2.78)	6 (5.88)	2 (4.17)

จากตารางที่ 49 พบว่าโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างโลตัสของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนมากคือเจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 76.39 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 40.28 และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 23.61 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาท ส่วนมากคือ เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 60.78 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มี

โอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 42.16 และซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา มีค่าเท่ากับ คิดเป็นร้อยละ 7.84 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนมากคือ จะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 41.67 และซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

การรู้จักสินค้า	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n: 72	10,000 - 19,999 บาท n: 102	20,000 บาท ขึ้นไป n: 48
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร	43 (59.72)	28 (27.45)	17 (35.42)
เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์	43 (59.72)	69 (67.65)	32 (66.67)
เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า	37 (51.39)	49 (48.04)	28 (58.33)
พนักงานขายในร้านค้าแนะนำ	6 (8.33)	0 (0.00)	0 (0.00)
ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า	10 (13.89)	0 (0.00)	1 (2.08)
คนรู้จักแนะนำ	4 (5.56)	0 (0.00)	0 (0.00)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนมากรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสได้จากเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร และเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ มีค่าเท่ากับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.72 รองลงมา คือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 51.39 และได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 13.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสได้จากเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.65 รองลงมา คือ เห็นสินค้าและ

ป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 48.04 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 27.45 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ได้จากเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 58.33 และเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 35.42 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องวิธีการหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

วิธีการหาข้อมูล	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n: 72	10,000 - 19,999 บาท n: 102	20,000 บาท ขึ้นไป n: 48
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน	37 (51.39)	67 (65.69)	27 (56.25)
ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม	31 (43.06)	48 (47.06)	32 (66.67)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนผสม และวิธีการใช้	41 (56.94)	30 (29.41)	20 (41.67)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิต และการผลิต	18 (25.00)	9 (8.82)	9 (18.75)
สอบถามคนรู้จักที่เคยใช้	11 (15.28)	3 (2.94)	0 (0.00)
สอบถามพนักงานขาย	7 (9.72)	0 (0.00)	0 (0.00)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม ทดลองซื้อได้เลย	4 (5.56)	3 (2.94)	0 (0.00)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนมากวิธีการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยการอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนผสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 56.94 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็น ร้อยละ 51.39 และดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็น ร้อยละ 43.06 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น มีวิธีการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยการ ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวด

เดียวกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.69 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 47.06 และ อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนผสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 29.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป มีวิธีการหาข้อมูลผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อ โดยการดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 56.25 และ อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลส่วนผสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 41.67 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ความถี่ในการซื้อ	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n: 72	10,000 - 19,999 บาท n: 102	20,000 บาท ขึ้นไป n: 48
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
2 - 3 เดือน/ครั้ง	10 (13.89)	2 (1.96)	2 (4.17)
เดือนละ 1 ครั้ง	20 (27.78)	31 (30.39)	10 (20.83)
เดือนละ 2 - 3 ครั้ง	29 (40.28)	54 (52.94)	23 (47.92)
เดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง)	7 (9.72)	7 (6.86)	7 (14.58)
เดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง	6 (8.33)	8 (7.84)	6 (12.50)
รวม	72 (100.00)	102 (100.00)	48 (100.00)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทนั้น มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เดือนละ 2 - 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.28 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.78 และ 2 - 3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เดือนละ 2 - 3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.94 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.39 และเดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.84 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส เดือนละ 2 - 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.92 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.83 และเดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง) คิดเป็นร้อยละ 14.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดง ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n: 72	10,000 - 19,999 บาท n: 102	20,000 บาทขึ้นไป n: 48
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชื่อเพราะใครๆ ก็ชื่อ	2.60 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)	2.45 (น้อย)
สถานะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัดค่าใช้จ่าย	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)
คุณภาพที่ดีของสินค้า	3.99 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)
ชื่อเสียงของตราสัญลักษณ์สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	3.39 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า	3.09 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)
เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	4.31 (มาก)
กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์	3.64 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)

ตารางที่ 53 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท n: 72	10,000 - 19,999 บาท n: 102	20,000 บาท ขึ้นไป n: 48
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาถูกที่สุด	4.17 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
ราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน	3.51 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	3.67 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น	3.66 (มาก)	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)
สถานที่ตั้งของร้านค้า	3.69 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า	3.63 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคม	3.81 (มาก)	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)
สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง	3.50 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป	3.47 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 53 พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ในระดับ “มาก” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ได้แก่ ราคาถูกที่สุด (4.17) ชื่อเสียงของตราหือสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส (3.99) เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ (3.92) สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัดใช้เงินคู้มค่า (3.88) สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม (3.81) สถานที่ตั้งของร้านค้า (3.69) มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.67) กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ (3.64) บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า (3.63) ราคาเท่าๆ กับสินค้าในหมวดเดียวกัน (3.51) สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง (3.50) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “ปานกลาง” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ได้แก่ สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป (3.47) ชื่อเสียงของตราหือสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส (3.39) ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า (3.09) ชื่อเพราะใครๆ ก็ซื้อ (2.60) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “มากที่สุด” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น ได้แก่ ราคาถูกที่สุด (4.61) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “มาก” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น ได้แก่ คุณภาพที่ดีของสินค้า (4.33) กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ (3.98) เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ (3.93) สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัดใช้เงินคู้มค่า 3.80 สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม (3.71) สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น (3.59) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “ปานกลาง” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น ได้แก่ สถานที่ตั้งของร้านค้า (3.48) ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า (3.42) ชื่อเสียงของตราหือสินค้าตราเฉพาะของ ห้างเทสโก้ โลตัส (3.41) มีป้ายบอกราคาชัดเจน (3.40) บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า (3.37) ราคาเท่าๆกับสินค้าในหมวดเดียวกัน (3.35) สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง (3.16) สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป (3.12) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “น้อย” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ระหว่าง
10,000 - 19,999 บาทนั้น ได้แก่ ชื่อเพราะใครๆ ก็ซื้อ (2.38) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “มาก” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,000
บาทขึ้นไปนั้น ได้แก่ ราคาถูกที่สุด (4.40) เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ (4.31)
คุณภาพที่ดีของสินค้า (4.21) กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ (3.88) สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้อง
ประหยัดใช้เงินคู้มค่า (3.85) สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคม (3.79) ชื่อเสียงของ
โรงงานผู้ผลิตสินค้า (3.77) สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น(3.65) สถานที่ตั้งของ
ร้านค้า (3.60) ชื่อเสียงของตราชื่อสินค้าตราเฉพาะของ ห้างเทสโก้ โลตัส (3.50) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “ปานกลาง” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้
20,000 บาทขึ้นไปนั้น ได้แก่ มีป้ายบอกราคาชัดเจน(3.46) บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า
(3.42) ราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน (3.23) สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง
(3.17) สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป (3.10) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

สำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสในระดับ “น้อย” ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,000
บาทขึ้นไปนั้น ได้แก่ ชื่อเพราะใครๆ ก็ซื้อ (2.45) ตามลำดับค่าเฉลี่ย

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน และร้อยละของความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ ระดับรายได้ต่อเดือน

ยี่ห้อเทสโก้	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 19,999 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พอใจน้อย	0 (0.00)	1 (1.04)	0 (0.00)
พอใจปานกลาง	26 (38.81)	24 (25.00)	13 (27.08)
พอใจมาก	41 (61.19)	71 (73.96)	35 (72.92)
รวม	67 (100.00)	96 (100.00)	48 (100.00)

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจระดับมากต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 61.19 รองลงมาคือพึงพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 38.81 และพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น มีความพึงพอใจระดับมากต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.96 รองลงมาคือพึงพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.00 และพึงพอใจระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ 1.04 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น มีความพึงพอใจระดับมากต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.92 รองลงมาคือพึงพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.08 และพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน และร้อยละของความพึงพอใจที่มีต่อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคัมค่า จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ยี่ห้อคัมค่า	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 19,999 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พอใจน้อย	0 (0.00)	2 (2.56)	3 (7.69)
พอใจปานกลาง	37 (56.92)	45 (57.69)	21 (53.85)
พอใจมาก	28 (43.08)	31 (39.74)	15 (38.46)
รวม	65 (100.00)	78 (100.00)	39 (100.00)

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.92 รองลงมาคือ พึงพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 43.08 และพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.69 รองลงมาคือ พึงพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 39.74 และพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้นมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ต่อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่า มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ พึงพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 38.46 และพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการซื้อสินค้า
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ภายหลังจากเกิดการซื้อในครั้งแรก
จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ยี่ห้อเทสโก้	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ซื้ออีก	53 (79.10)	81 (84.38)	41 (85.42)
อาจซื้อ	14 (20.90)	14 (14.58)	7 (14.58)
ไม่ซื้ออีก	0 (0.00)	1 (1.04)	0 (0.00)
รวม	67 (100.00)	96 (100.00)	48 (100.00)

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทนั้น มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ครายี่ห้อเทสโก้ ภายหลังจากการซื้อในครั้งแรกแล้ว ส่วนมากซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 79.10 รองลงมาคือ อาจซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 20.90 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสภายหลังจากการซื้อในครั้งแรกแล้ว โดยซื้ออีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.38 รองลงมาคือ อาจซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 14.58 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 1.04 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสภายหลังจากการซื้อในครั้งแรกแล้ว ส่วนมากซื้ออีก คิดเป็น

ร้อยละ 85.42 รองลงมาคือ อาจซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 14.58 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ่มค่า ภายหลังจากเกิดการซื้อในครั้งแรก จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ยี่ห้อคุ่มค่า	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 19,999 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ซื้ออีก	48 (73.85)	52 (66.67)	26 (66.67)
อาจซื้อ	17 (26.15)	24 (30.77)	12 (30.77)
ไม่ซื้ออีก	0 (0.00)	2 (2.56)	1 (2.56)
รวม	65 (100.00)	78 (100.00)	39 (100.00)

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทนั้น มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ครายี่ห้อคุ่มค่า ภายหลังจากการซื้อในครั้งแรกแล้ว ส่วนใหญ่ซื้ออีก คิดเป็น 73.85 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 26.15 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ครายี่ห้อคุ่มค่า ภายหลังจากการซื้อในครั้งแรกแล้ว โดยส่วนมากซื้ออีก คิดเป็น ร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ อาจซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 30.77 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 2.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไปนั้น มีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อยี่ห้อค่า ภายหลังจาก การซื้อในครั้งแรกแล้ว โดยส่วนมากซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ อาจซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 30.77 และไม่ซื้ออีก 2.56 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน และร้อยละของบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

บุคลิกภาพ	ระดับรายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 - 19,999 บาท	20,000 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหน ราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	18 (25.00)	32 (31.37)	5 (10.42)
ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ ดีกว่าอีกหน่อย	10 (13.89)	3 (2.94)	1 (2.08)
มีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตาม ราคา	1 (1.39)	6 (5.88)	5 (10.42)
ซื้อเสื้อผ้าเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อเสื้อผ้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	1 (1.39)	3 (2.94)	0 (0.00)
มีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้า ใหม่ๆ	3 (4.17)	0 (0.00)	1 (2.08)
การซื้อสินค้ามักเป็น ไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการ ซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน	4 (5.56)	4 (3.92)	5 (10.42)
พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียง ภาพลักษณ์ ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณา อย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าเป็นคน ฉลาดซื้อ	35 (48.61)	54 (52.94)	31 (64.58)
รวม	72 (100.00)	102 (100.00)	48 (100.00)

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทนั้น มีความคิดเห็นว่า บุคลิกภาพในด้าน พิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียง ภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าเป็นคนฉลาดซื้อ ตรงกับบุคลิกภาพของตนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.61 รองลงมาคือ ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว

สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 25.00 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อยคิดเป็นร้อยละ 13.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 - 19,999 บาทนั้น มีความคิดเห็นว่าบุคลิกภาพในด้านพิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียง ภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าคุณเองเป็นคนฉลาดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 52.94 รองลงมาคือ ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 31.37 และมีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตามราคา คิดเป็นร้อยละ 5.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป นั้นมีความคิดเห็นว่าบุคลิกภาพในด้านพิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียง ภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าคุณเองเป็นคนฉลาดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 64.58 รองลงมาคือค่าเท่ากัน คือชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก และมีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตามราคา และการซื้อสินค้านั้นมักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 10.42 ซึ่งมีค่าเท่ากัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved