

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ระดับการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมลูกค้าในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส สาขาอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำนวน 300 ตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้นำมารวบรวมเพื่อวิเคราะห์และประมวลผล ได้ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน และบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 4-1 – ตารางที่ 4-5)

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้ (ตารางที่ 4-6 – ตารางที่ 4-24)

**ส่วนที่ 3** พฤติกรรมการซื้อสินค้าตราเฉพาะ จำแนกตามบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 4-25)

**ส่วนที่ 4** พฤติกรรมการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 4-26 – ตารางที่ 4-44)

**ส่วนที่ 5** พฤติกรรมการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 4-45 – ตารางที่ 4-63)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	69	23.0
หญิง	231	77.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4-1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 77.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.0

ตารางที่ 4-2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	32	10.6
20 - 29 ปี	73	24.3
30 - 39 ปี	83	27.7
40 - 49 ปี	86	28.7
มากกว่า 50 ปี	26	8.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4-2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 40-49 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.7 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.7 ช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.3 ส่วนช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.6 และช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.7

ตารางที่ 4-3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	230	76.6
ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาตรี	50	16.7
สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษา ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	20	6.7
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4-3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมาคือ ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16.7 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	28	9.3
ข้าราชการ	24	8.0
พนักงานบริษัท	41	13.7
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	61	20.3
อาชีพอิสระ/ค้าขาย	127	42.3
รัฐวิสาหกิจ	6	2.0
อื่นๆ	13	4.3
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

หมายเหตุ: อื่นๆ ได้แก่ เกษียณอายุ 2 คน, เกษตรกร 8 คน, รับจ้างทั่วไป 3 คน

จากตารางที่ 4-4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพอิสระ/ค้าขายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ พ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.7 ส่วนนักเรียน/นักศึกษา และข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 9.3 และ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	199	66.3
10,000 - 19,999 บาท	62	20.7
ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป	39	13.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4-5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาคือ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 19,999 บาท ร้อยละ 20.7 และผู้มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.0

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ  
จำแนกตามยี่ห้อสินค้า

ยี่ห้อสินค้า	ประเภทของการซื้อ		
	เคยซื้อ	ไม่เคยซื้อ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	284 (94.7)	16 (5.3)	300 (100.0)
คุ่มค่า	269 (89.7)	31 (10.3)	300 (100.0)
ออล อะเบอร์ท เฟซ	16 (5.3)	284 (94.7)	300 (100.0)
สกิน วิสคอม	28 (9.3)	272 (90.7)	300 (100.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามยี่ห้อสินค้า ดังนี้

สินค้ายี่ห้อเทสโก้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ คิดเป็นร้อยละ 94.7 ส่วนผู้ที่ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 5.3

สินค้ายี่ห้อคุ่มค่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้ายี่ห้อคุ่มค่า คิดเป็นร้อยละ 89.7 ส่วนผู้ที่ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 10.3

สินค้ายี่ห้อออล อะเบอร์ท เฟซ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อออล อะเบอร์ท เฟซ คิดเป็นร้อยละ 94.7 ส่วนผู้ที่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 5.3

สินค้ายี่ห้อสกิน วิสคอม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อ สกิน วิสคอม คิดเป็นร้อยละ 90.7 ส่วนผู้ที่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 9.3

ตารางที่ 4-7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้าง  
เทสโก้ โลตัส จำแนกตามยี่ห้อสินค้า

ยี่ห้อสินค้า	การซื้อขาย			
	ซื้อประจำ	ซื้อบางครั้ง	เคยซื้อและ เลิกซื้อแล้ว	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	173 (60.9)	108 (38.0)	3 (1.1)	284 (100.0)
คุ่มค่า	151 (56.1)	111 (41.3)	7 (2.6)	269 (100.0)
ออล อะเบาท์ เฟซ	0 (0.0)	7 (43.7)	9 (56.3)	16 (100.0)
สกิน วิสคอม	0 (0.0)	19 (67.9)	9 (32.1)	28 (100.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามยี่ห้อสินค้า ดังนี้

สินค้ายี่ห้อเทสโก้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมาคือซื้อเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.0 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

สินค้ายี่ห้อคุ่มค่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาคือซื้อเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.3 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

สินค้ายี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อและเลิกซื้อแล้วมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.7 ตามลำดับ

สินค้ายี่ห้อสกิน วิสคอม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าเป็นบางครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 32.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อ สินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเอสโก้  
จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทสินค้ายี่ห้อเอสโก้	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องแต่งกาย เช่น ถุงเท้า เสื้อ กางเกง ผ้าอ้อม ชุดเด็กอ่อน เป็นต้น	22	7.7
อาหารสด เช่น เบเกอรี่ เครื่องดื่มพร้อมดื่ม น้ำดื่มบรรจุ ขวด เป็นต้น	0	0
สินค้าบริโภค เช่น กระดาษทิชชู น้ำยาล้างจาน น้ำยา ปรับผ้านุ่ม น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำปลา เป็นต้น	263	92.6
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องใช้สำนักงาน (กระดาษ A4, ดินสอ, ปากกา) อุปกรณ์ทำความสะอาดต่างๆ(ไม้กวาด, กาละมัง, ถัง)	17	6.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อเอสโก้ จำนวน 284 คน

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเอสโก้  
จำแนกตามประเภทของสินค้ายี่ห้อเอสโก้ โดยซื้อประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ  
92.6 รองลงมา คือสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 7.7 และประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็น  
ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-9 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทสินค้าที่คุ้มค่า	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องแต่งกาย เช่น ถุงเท้า เสื้อ กางเกง ผ้าอ้อม ชุดเด็กอ่อน เป็นต้น	9	3.3
อาหารสด เช่น เบเกอรี่ เครื่องดื่มพร้อมดื่ม น้ำดื่ม บรรจุขวด เป็นต้น	25	9.2
สินค้าบริโภค เช่น กระดาษทิชชู น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับ ผ้านุ่ม น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำปลา เป็นต้น	233	89.6
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องใช้สำนักงาน (กระดาษ A4, ดินสอ, ปากกา) อุปกรณ์ทำความสะอาดต่างๆ (ไม้กวาด, กาละมัง, ถัง)	16	5.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าที่คุ้มค่า จำนวน 269 คน

จากตารางที่ 4-9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่า โดย  
จำแนกตามประเภทของสินค้า โดยซื้อประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.6  
รองลงมาคือ สินค้าประเภทประเภทอาหารสด คิดเป็นร้อยละ 9.2 และสินค้าประเภทอุปกรณ์ต่างๆ  
คิดเป็นร้อยละ 5.9 ส่วนสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-10** จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทสินค้ายี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ	จำนวน	ร้อยละ
ลิปสติกแท่ง	3	18.7
บร็ชออน	6	37.5
อายเชโดว์	7	43.8

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ จำนวน 16 คน

จากตารางที่ 4-10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ ประเภทอายเชโดว์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือบร็ชออน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และลิปสติกแท่ง คิดเป็นร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-11** จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ยี่ห้อ สกิน วิสคอม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

ประเภทสินค้ายี่ห้อ สกิน วิสคอม	จำนวน	ร้อยละ
ครีมอาบน้ำ	12	42.9
ครีมบำรุงผิว, มือและเล็บ	9	32.1
โฟมล้างหน้า	3	10.7
ครีมกันแดด	4	14.3

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ยี่ห้อสกิน วิสคอม จำนวน 28 คน

จากตารางที่ 4-11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อสกิน วิสคอม ประเภทครีมอาบน้ำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือครีมบำรุงผิว มือและเล็บ คิดเป็นร้อยละ 32.1 ประเภทครีมกันแดด ร้อยละ 14.3 และประเภทโฟมล้างหน้า ร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเองทั้งหมด	265	88.3
บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ	46	15.3
เพื่อนช่วยตัดสินใจ	13	4.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเองทั้งหมดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.3 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 15.3 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4-13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่น

การซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ซื้อของห้างอื่นๆ	201	67.0
ซื้อของห้างคาร์ฟูร์	7	2.3
ซื้อของห้างบิ๊กซี	92	30.7
อื่นๆ	10	3.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน (อื่นๆ ได้แก่ ร้านวัดสัน 6 คน และร้านบู๊ทส์ 4 คน)

จากตารางที่ 4-13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่นๆมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาคือ ซื้อของซื้อของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 30.7 ส่วนการซื้อของห้างอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4-14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า  
ตราเฉพาะ ยี่ห้อเทสโก้

วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น	264	93.0
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตราอื่น	159	56.0
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น ออย. และมี การระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	98	34.5
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	141	49.6
ตรายี่ห้อที่ต้องการ ไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	113	39.8
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	80	28.2
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	142	50.0
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	85	29.9
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน หาง่าย	95	33.5
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกลงกว่า	177	62.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สินค้ายี่ห้อเทสโก้ จำนวน 284 คน

จากตารางที่ 4-14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้ายี่ห้อ  
เทสโก้ เนื่องจากต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตราอื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ  
93.0 รองลงมาได้แก่ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกลงกว่า  
คิดเป็นร้อยละ 62.3 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 56.0  
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า  
ตราเฉพาะ ยี่ห้อคุ้มค่า

วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้ายี่ห้อคุ้มค่า	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น	227	84.4
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตราอื่น	94	34.9
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น ออย. และมี การระบุวันเดือนปีที่ชัดเจน	72	26.8
เจาะจงยี่ห้อเพราะ เคยใช้แล้วเห็นว่าเป็นตราอื่นที่มีคุณภาพ	57	21.2
ตราอื่นที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	79	29.4
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	75	27.9
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	92	34.2
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	47	17.5
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน หาง่าย	62	23.0
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ ราคาถูกกว่า	104	38.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อคุ้มค่า จำนวน 269 คน

จากตารางที่ 4-15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้ายี่ห้อ  
คุ้มค่า เนื่องจากต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตราอื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ  
84.4 รองลงมาคือ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า  
คิดเป็นร้อยละ 38.7 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 34.9  
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 34.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า  
ตราเฉพาะ ยี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ

วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้ายี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น	16	100.0
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตราอื่น	2	12.5
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมี การระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	2	12.5
เจาะจงยี่ห้อเพราะ เคยใช้แล้วเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	2	12.5
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	4	25.0
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	0	0.0
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	9	56.2
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	9	56.2
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน หา ง่าย	2	12.5
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ ราคาถูกกว่า	0	0.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อ ออล อะเบาท์ เฟซ จำนวน 16 คน

จากตารางที่ 4-16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้ายี่ห้อ  
ออล อะเบาท์ เฟซ เนื่องจากต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตราอื่นมากที่สุด  
คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาคืออยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ และเห็นคนรู้จักใช้  
เลยใช้ตาม ร้อยละ 56.2 เท่ากัน และตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน ร้อยละ  
25.0

ตารางที่ 4-17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า  
ตราเฉพาะ ยี่ห้อสกิน วิสคอม

วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้ายี่ห้อสกิน วิสคอม	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น	15	53.6
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตราอื่น	3	10.7
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น ออย. และมี การระบุวันเดือนปี ที่ชัดเจน	3	10.7
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	0.0	0.0
ตรายี่ห้อที่ต้องการ ไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	5	17.9
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	5	17.9
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	9	32.1
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	5	17.9
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน หาง่าย	0.0	0.0
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า	12	42.9

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อสกิน วิสคอม จำนวน 28 คน

จากตารางที่ 4-17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้ายี่ห้อ  
สกิน วิสคอม เนื่องจากต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตราอื่นมากที่สุด คิดเป็น  
ร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคา  
ถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 42.9 และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 32.1  
ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-18** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการซื้อสินค้า  
ตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

โอกาสในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว	276	92.0
ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส	36	12.0
ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก	8	2.7
ซื้อเฉพาะเมื่อสินค้าที่ต้องการไม่มีจำหน่าย	5	1.7
ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	45	15.0
ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่นงานเลี้ยง งานสังสรรค์	28	9.3
ซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา	28	9.3
อื่นๆ	11	3.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน (อื่นๆ ได้แก่ ซื้อเพื่อใช้ในกิจการ 9 คน และไม่ระบุ 2 คน)

จากตารางที่ 4-18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส คือ เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.0 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 15.0 และซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

การรู้จักสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร	220	73.3
เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์	149	49.7
เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า	94	31.3
พนักงานขายในร้านค้าแนะนำ	0	0.0
ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า	49	16.3
คนรู้จักแนะนำ	9	3.0
อื่นๆ	4	1.3

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน (อื่นๆ ได้แก่ เห็นจากร้านอาหารที่ไปใช้บริการ 3 คน, เห็นจากสถานที่อื่นๆ 1 คน)

จากตารางที่ 4-19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 49.7 และเห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 31.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

การหาข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน	164	54.7
ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม	130	43.3
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้	80	26.7
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิตและการผลิต	46	15.3
สอบถามคนรู้จักที่เคยใช้	43	14.3
สอบถามพนักงานขาย	14	4.7
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม ทดลองซื้อได้เลย	32	10.7

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวิธีหาข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 43.3 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 26.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้า  
ตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส

ความถี่ในการซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
2-3 เดือน/ครั้ง	49	16.3
เดือนละ 1 ครั้ง	55	18.3
เดือนละ 2-3 ครั้ง	114	38.0
เดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง)	23	7.7
เดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง	44	14.7
อื่นๆ (มากกว่า 2 – 3 เดือน/ครั้ง)	15	5.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4-21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของ  
ห้างเทสโก้ โลตัส เดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง  
คิดเป็นร้อยละ 18.3 และ 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.3 ส่วนเดือนละมากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็น  
ร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-22 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก	ระดับความสำคัญ					จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
ชื่อเพราะใครๆ ก็ซื้อ	23 (10.5)	29 (13.3)	48 (22.0)	35 (16.1)	83 (38.1)	218 (100.0)	2.42 น้อย
สถานะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า	156 (54.7)	84 (29.5)	34 (11.9)	5 (1.8)	6 (2.1)	285 (100.0)	4.33 มาก
คุณภาพที่ดีของสินค้า	82 (27.9)	128 (43.5)	73 (24.8)	7 (2.4)	4 (1.4)	294 (100.0)	3.94 มาก
ชื่อเสียงของตราชื่อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	24 (9.7)	81 (32.9)	100 (40.7)	29 (11.8)	12 (4.9)	246 (100.0)	3.31 ปานกลาง
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า	2 (0.9)	21 (9.2)	49 (21.6)	88 (38.8)	67 (29.5)	227 (100.0)	2.13 น้อย
เครื่องหมายรับรองคุณภาพ จากหน่วยงานต่างๆ	20 (7.8)	73 (28.4)	61 (23.7)	54 (21.0)	49 (19.1)	257 (100.0)	2.85 ปานกลาง
กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์	33 (12.6)	133 (50.8)	52 (19.8)	19 (7.3)	25 (9.5)	262 (100.0)	3.50 มาก

ตารางที่ 4-22 (ต่อ) จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก	ระดับความสำคัญ					จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
ราคาถูกที่สุด	185 (62.3)	63 (21.2)	34 (11.4)	7 (2.4)	8 (2.7)	297 (100.0)	4.38 มาก
ราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน	61 (21.9)	98 (35.1)	68 (24.4)	24 (8.6)	28 (10.0)	279 (100.0)	3.50 มาก
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	100 (33.8)	127 (42.9)	46 (15.6)	17 (5.7)	6 (2.0)	296 (100.0)	4.01 มาก
สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น	56 (19.2)	141 (48.5)	61 (21.0)	16 (5.5)	17 (5.8)	291 (100.0)	3.70 มาก
สถานที่ตั้งของร้านค้า	86 (29.4)	135 (46.1)	55 (18.8)	6 (2.0)	11 (3.7)	293 (100.0)	3.95 มาก
บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า	62 (21.3)	162 (55.7)	47 (16.1)	4 (1.4)	16 (5.5)	291 (100.0)	3.86 มาก
สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคม	74 (27.3)	59 (21.8)	68 (25.1)	49 (18.1)	21 (7.7)	271 (100.0)	3.43 ปานกลาง

ตารางที่ 4-22 (ต่อ) จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก	ระดับความสำคัญ					จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		
สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง	54 (21.7)	84 (33.9)	49 (19.8)	36 (14.5)	25 (10.1)	248 (100.0)	3.43 ปานกลาง
สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป	58 (23.2)	84 (33.6)	58 (23.2)	25 (10.0)	25 (10.0)	250 (100.0)	3.50 มาก
รวมเฉลี่ย							3.52 มาก

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 คน นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เฉพาะผู้ตอบปัจจัย ที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะเท่านั้น

จากตารางที่ 4-22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยสามารถแบ่งปัจจัยออกได้เป็น 3 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาถูกที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือสถานะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.33 และมีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.01 สถานที่ตั้งของร้านค้า มีค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนคุณภาพที่ดีของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.94 ต่อมา ได้แก่ บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า มีค่าเฉลี่ย 3.86 สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น มีค่าเฉลี่ย 3.70 ปัจจัยราคาต่างๆ กับสินค้าในหมวดเดียวกัน สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป และกล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน

ปัจจัยที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา/แถม และสินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ของห้าง มีค่าเฉลี่ย 3.43 เท่ากัน รองลงมาคือ ชื่อเสียงของตราหือสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส มีค่าเฉลี่ย 3.31 และเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากหน่วยงานต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.85 ตามลำดับ

ปัจจัยที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ ชื่อเพราะใครก็ชื่อ มีค่าเฉลี่ย 2.42 รองลงมาคือ ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-23 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะห้าง  
เทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับความพึงพอใจ

ยี่ห้อสินค้า	จำนวนผู้ที่	ระดับความพึงพอใจ		
	เคยซื้อ	มาก	ปานกลาง	น้อย
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	284 (100.0)	205 (72.2)	78 (27.5)	1 (0.3)
คุ้มคำ	269 (100.0)	136 (50.6)	132 (49.1)	1 (0.4)
ออล อะเบาท์ เฟซ	16 (100.0)	7 (43.7)	9 (56.3)	0 (0.0)
สกิน วิสดอม	28 (100.0)	5 (17.9)	17 (60.7)	6 (21.4)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน  
300 คน

จากตารางที่ 4-23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในสินค้าตราเฉพาะ ของ  
ห้าง เทสโก้ โลตัส จำแนกออกเป็นยี่ห้อต่างๆ ดังนี้

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 284 คน ที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ มีความพึงพอใจสินค้าใน  
ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาก็คือระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.5

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 269 คน ที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อคุ้มคำ มีความพึงพอใจสินค้าใน  
ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาก็คือระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 49.1

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 16 คน ที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ มีความพึงพอใจ  
สินค้าในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาก็คือระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 43.7

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 28 คน ที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อสกิน วิสดอม มีความพึงพอใจ  
สินค้าในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาก็คือระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.4  
และระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 17.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-24 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้าง เทสโก้ โลตัส จำแนกตามการซื้อซ้ำ

ยี่ห้อสินค้า	จำนวนผู้ที่	การซื้อซ้ำ		
	เคยซื้อ	ซื้อซ้ำอีก	อาจซื้อ	ไม่ซื้ออีก
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	284 (100.0)	242 (85.2)	41 (14.4)	1 (0.4)
คุ้มคำ	269 (100.0)	195 (72.5)	72 (26.8)	2 (0.7)
ออล อะเบาท์ เฟซ	16 (100.0)	9 (56.3)	5 (31.2)	2 (12.5)
สกิน วิสคอม	28 (100.0)	13 (46.4)	10 (35.7)	5 (17.9)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกออกเป็นยี่ห้อต่างๆ ดังนี้

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 284 คน ที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ มีความต้องการในการซื้อซ้ำอีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.2 รองลงมาคืออาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 14.4 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 269 คน ที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อคุ้มคำ มีความต้องการในการซื้อซ้ำอีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาคืออาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 26.8 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 0.7ตามลำดับ

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 16 คน ที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ มีความต้องการในการซื้อซ้ำอีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคืออาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 31.2 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 28 คน ที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อสกิน วิสคอม มีความต้องการในการซื้อซ้ำอีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมาคืออาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 35.7 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 17.9 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าตราเฉพาะ จำแนกตามบุคลิกภาพส่วนบุคคล

ตารางที่ 4-25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคลิกภาพของผู้ซื้อ

บุคลิกภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	96	32.0
ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย	37	12.3
มีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตามราคา	9	3.0
ซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	23	7.7
มีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ	7	2.3
การซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีวางแผนมาก่อน	26	8.7
พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ	102	34.0
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4-25 พบว่า บุคลิกภาพที่ตรงกับผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือชอบซื้อสินค้าราคา

ถูกอย่างเดีว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 32.0 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงยี่ห้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัสที่เคยซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

ยี่ห้อที่เคยซื้อ	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (n=230)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี (n=50)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี (n=20)
เทสโก้	219 (95.2)	45 (90.0)	20 (100.0)
คุ่มค่า	209 (90.9)	14 (75.0)	15 (75.0)
ออล อะเบาท์ เฟซ	14 (6.1)	2 (4.0)	0 (0.0)
สกิน วิสดอม	25 (10.9)	3 (6.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยี่ห้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.2 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ่มค่า คิดเป็นร้อยละ 90.9 และยี่ห้อสกิน วิสดอม คิดเป็นร้อยละ 10.9 ส่วนยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ซื้อสินค้ายี่ห้อ เทสโก้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ่มค่า คิดเป็นร้อยละ 75.0 และยี่ห้อสกิน วิสคอม คิดเป็นร้อยละ 6.0 ส่วน ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ่มค่า คิดเป็นร้อยละ 75.0 และ ยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ และยี่ห้อสกิน วิสคอม นั้นไม่มี

ตารางที่ 4-27 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามถึงลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อเทสโก้)	ระดับการศึกษา จำนวน (ร้อยละ)		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี
ซื้อประจำ	128 (58.5)	31 (68.9)	14 (70.0)
ซื้อบางครั้ง	89 (40.6)	14 (31.1)	5 (25.0)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	2 (0.9)	0 (0.0)	1 (5.0)
<b>รวม</b>	<b>219 (100.0)</b>	<b>45 (100.0)</b>	<b>20 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ เทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.6 ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 68.9 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.1 ส่วนเคยซื้อและเลิกซื้อแล้วนั้น ไม่มี

ผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ เชื่อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ เชื่อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.0 และเคยเชื่อและเลิกเชื่อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงประเภทสินค้าตราเฉพาะ ยี่ห้อเทสโก้ ที่เคยซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อ (ยี่ห้อเทสโก้)	ระดับการศึกษา จำนวน (ร้อยละ)		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี (n=219)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี (n=45)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี (n=20)
เครื่องแต่งกาย เช่น ถุงเท้า เสื้อ กางเกง ผ้าอ้อม ชุดเด็กอ่อน เป็นต้น	15 (6.8)	3 (6.7)	4 (20.0)
อาหารสด เช่น เบเกอรี่ เครื่องดื่ม พร้อมดื่ม น้ำดื่มบรรจุขวด เป็นต้น	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
สินค้าบริโภค เช่น น้ำปลากระชาย ทิชชู น้ำยาล้างจาน ปรึบผ้านุ่ม น้ำยาล้างห้องน้ำ เป็นต้น	199 (90.9)	44 (97.8)	20 (100.0)
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องใช้ สำนักงาน (กระดาษ A4, ดินสอ, ปากกา) อุปกรณ์ทำความสะอาด ต่างๆ (ไม้กวาด, กาละมัง, ถัง)	9 (4.1)	8 (17.8)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้า ยี่ห้อ เทสโก้ จำนวน 284 คน

จากตารางที่ 4-28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ ที่เคยซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เชื่อประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาคือ ประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 6.8 และประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 4.1

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อประเภทสินค้าบริโภคคิดเป็นร้อยละ 97.8 รองลงมาคือ ประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 17.8 และประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีซื้อประเภทสินค้าบริโภคคิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4-29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ คุ่มค่า จำแนกตามระดับการศึกษา

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อคุ่มค่า)	ระดับการศึกษา จำนวน (ร้อยละ)		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี
ซื้อประจำ	120 (57.4)	26 (57.9)	5 (33.3)
ซื้อบางครั้ง	84 (40.2)	18 (40.0)	9 (60.0)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	5 (2.4)	1 (2.2)	1 (6.7)
<b>รวม</b>	<b>209 (100.0)</b>	<b>45 (100.0)</b>	<b>15 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ เทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.2 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 2.4

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-30** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงประเภทสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อที่ซื้อค่าที่ เคยซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อ (ยี่ห้อ/ยี่ห้อ)	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี (n=209)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี (n=45)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี (n=15)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เครื่องแต่งกาย เช่น ถุงเท้า เสื้อ กางเกง ผ้าอ้อม ชุดเด็กอ่อน เป็นต้น	9 (4.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
อาหารสด เช่น เบเกอรี่ เครื่องดื่มพร้อมดื่ม น้ำดื่มบรรจุขวด เป็นต้น	16 (7.7)	9 (20.0)	0 (0.0)
สินค้าบริโภค เช่น น้ำปลากระดาศทิชชู น้ำยาล้างจาน ปรึบผ้านุ่ม น้ำยาล้างห้องน้ำ เป็นต้น	188 (90.0)	30 (66.7)	15 (100.0)
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องใช้สำนักงาน (กระดาษ A4, ดินสอ, ปากกา) อุปกรณ์ทำ ความสะอาดต่างๆ (ไม้กวาด กาละมัง ถัง)	10 (4.8)	6 (13.3)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้า ยี่ห้อ/ยี่ห้อ จำนวน 269 คน

จากตารางที่ 4-30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประเภทสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อที่ซื้อค่าที่ เคยซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซื้อประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุดคิด เป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาคือ ประเภทอาหารสด คิดเป็นร้อยละ 7.7 ประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็น ร้อยละ 4.8 และประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ชื่อประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ประเภทอาหารสด คิดเป็นร้อยละ 20.0 และประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ชื่อสินค้าบริโภคทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4-31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (n=230)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=50)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (n=20)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัดสินใจเองทั้งหมด	204 (88.7)	41 (82.0)	20 (100.0)
บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ	36 (15.7)	10 (20.0)	0 (0.0)
เพื่อนช่วยตัดสินใจ	13 (5.7)	0 (0.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสจำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยตัดสินใจเองทั้งหมดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 15.7 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยตัดสินใจเองทั้งหมดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.0 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนเพื่อนช่วยตัดสินใจ นั้นไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยตัดสินใจเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนบุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ และเพื่อนช่วยตัดสินใจ นั้นไม่มี

**ตารางที่ 4-32** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่น จำแนกตามระดับการศึกษา

การซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่น	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (n=230)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=50)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (n=20)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่ซื้อของห้างอื่นๆ	156 (67.8)	40 (80.0)	5 (25.0)
ซื้อของห้างคาร์ฟูร์	3 (1.3)	0 (0.0)	4 (20.0)
ซื้อของห้างบิ๊กซี	68 (29.6)	9 (18.0)	15 (75.0)
อื่นๆ	3 (1.3)	2 (4.0)	5 (25.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน (อื่น ๆ ได้แก่ ร้านวัตสัน 6 คน และร้านบู๊ทส์ 4 คน)

จากตารางที่ 4-32 พบว่าห้างที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะจำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ไม่ซื้อของห้างอื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือ ซื้อของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 29.6 ส่วนซื้อของห้างคาร์ฟูร์และห้างอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.3 เท่ากัน

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ไม่ซื้อของห้างอื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ ซื้อของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 18.0 และห้างอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.0 ส่วนซื้อของห้างคาร์ฟูร์นั้น ไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซื้อสินค้าตราเฉพาะของซื้อของห้างบิ๊กซีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ไม่ซื้อของห้างอื่นๆ และห้างอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน ส่วนซื้อของห้างคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-33** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษา

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อเทสโก้)	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี (n=219)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี (n=45)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี (n=20)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น	201 (91.8)	43 (95.6)	20 (100.0)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตรายี่ห้ออื่น	127 (58.0)	22 (48.9)	10 (50.0)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุนวันเดือนปีที่ชัดเจน	82 (37.4)	15 (33.3)	1 (5.0)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อมีคุณภาพ	114 (52.1)	26 (57.8)	1 (5.0)
ตรายี่ห้อที่ต้องการ ไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	91 (41.6)	16 (35.6)	6 (30.0)

ตารางที่ 4-33 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษา

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อเทสโก้)	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี (n=219)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี (n=45)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี (n=20)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าที่ยี่ห้อใดก็ได้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	63 (28.8)	17 (37.8)	0 (0.0)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	96 (43.8)	31 (68.9)	15 (75.0)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	75 (34.3)	6 (13.3)	4 (20.0)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้ามองเห็นได้ชัดเจน หาง่าย	68 (31.1)	23 (51.1)	4 (20.0)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า	133 (60.7)	28 (62.2)	16 (80.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 284 คน

จากตารางที่ 4-33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าน่าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.8 รองลงมาได้แก่ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 60.7 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 58.8 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าน่าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.6

รองลงมาได้แก่ อยากรทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 68.9 และต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 62.2

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าน่าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาได้แก่ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 80.0 และอยากรทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 75.0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-34** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามระดับการศึกษา

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อคุ้มค่า)	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี (n=209)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี (n=45)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี (n=15)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าน่าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น	178 (85.2)	39 (86.7)	10 (66.7)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตรายี่ห้ออื่น	74 (35.4)	15 (33.3)	5 (33.3)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุนวันเดือนปีที่ชัดเจน	60 (28.7)	12 (26.7)	0 (0.0)
เจาะจงยี่ห้อเพราะ เคยใช้แล้วเห็นว่าเป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	44 (21.1)	13 (28.9)	0 (0.0)
ตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	60 (28.7)	9 (20.0)	10 (66.7)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	49 (23.4)	22 (48.9)	4 (26.7)

ตารางที่ 4-34 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อุ้มค่า จำแนกตามระดับการศึกษา

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อุ้มค่า)	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี (n=209)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี (n=45)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี (n=15)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	71 (34.0)	20 (44.4)	1 (6.7)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	39 (18.7)	8 (17.8)	0 (0.0)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน หาง่าย	41 (19.6)	17 (37.8)	4 (26.7)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับ สินค้ายี่ห้อมีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า	82 (39.2)	13 (28.9)	9 (60.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า ตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อุ้มค่า จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้านำราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้อื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.2 รองลงมาได้แก่ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อมีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 39.2 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตรายี่ห้อื่น คิดเป็นร้อยละ 35.4 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีมีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้านำราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้อื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาได้แก่ ต้องการสินค้ายี่ห้อะไก็ได้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 48.9 และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 44.4 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น และตรายี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เท่านั้นรองลงมา ได้แก่ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 60.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

โอกาสในการซื้อ	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (n=230)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=50)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (n=20)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว	212 (92.2)	48 (96.0)	16 (80.0)
ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส	26 (11.3)	6 (12.0)	4 (20.0)
ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก	7 (3.0)	1 (2.0)	0 (0.0)
ซื้อเฉพาะเมื่อสินค้าที่ต้องการไม่มีจำหน่าย	4 (1.7)	0 (0.0)	1 (5.0)
ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	37 (16.1)	4 (8.0)	4 (20.0)
ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่นงานเลี้ยง งานสังสรรค์	26 (11.3)	2 (4.0)	0 (0.0)
ซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา	25 (10.9)	3 (6.0)	0 (0.0)
อื่นๆ	10 (4.3)	1 (2.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน (อื่นๆ ได้แก่ ซื้อเพื่อใช้ในกิจการ 9 คน และไม่ระบุ 2 คน)

จากตารางที่ 4-35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.2 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 16.1 ส่วนซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้าง โลตัส และซื้อในโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยง งานสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 11.3 เท่ากัน

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.0 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้าง โลตัส คิดเป็นร้อยละ 12.0 และซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้าง โลตัส และซื้อในโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยง งานสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่ากัน

ตารางที่ 4-36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงการรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

การรู้จักสินค้าตราเฉพาะ	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (n=230)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=50)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (n=20)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร	168 (73.0)	37 (74.0)	15 (75.0)
เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจํารอบเว็บไซต์	125 (54.3)	19 (38.0)	5 (25.0)

ตารางที่ 4-36 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงการรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

การรู้จักสินค้าตราเฉพาะ	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (n=230)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี (n=50)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี (n=20)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า	74 (32.2)	19 (38.0)	1 (5.0)
พนักงานขายในร้านค้าแนะนำ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า	42 (18.3)	6 (12.0)	1 (5.0)
คนรู้จักแนะนำ	9 (3.9)	0 (0.0)	0 (0.0)
อื่นๆ	4 (1.7)	0 (0.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน (อื่นๆ ได้แก่ เห็นจากร้านอาหารที่ไปใช้บริการ 3 คน, เห็นจากสถานที่อื่นๆ 1 คน)

จากตารางที่ 4-36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 54.3 และเห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 32.2 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสารมากที่สุด

คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณา  
ประจำรอบ เว็บไซต์ และเห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 38.0 เท่ากัน

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี รู้จัก  
สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์  
นิตยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ  
หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วน ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า  
และเห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 5.0 เท่ากัน

**ตารางที่ 4-37** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ  
ซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา

การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี (n=230)	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี (n=50)	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี (n=20)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน	121 (52.6)	30 (60.0)	13 (65.0)
ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับ ยี่ห้อเดิม	114 (49.6)	15 (30.0)	1 (5.0)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วน ประสม และวิธีการใช้	62 (27.0)	12 (24.0)	6 (30.0)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิต และการผลิต	34 (14.8)	7 (14.0)	5 (25.0)
สอบถามคนรู้จักที่เคยใช้	36 (15.7)	3 (6.0)	4 (20.0)
สอบถามพนักงานขาย	12 (5.2)	1 (2.0)	1 (5.0)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม ทดลองซื้อได้เลย	24 (10.4)	8 (16.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการหาข้อมูลของสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี หาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ โดย คุปป์ราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาคือ คุปป์ราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 49.6 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ โดย คุปป์ราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ คุปป์ราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 30.0 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 24.0 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ โดย คุปป์ราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 30.0 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิตและการผลิตคิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา

ความถี่	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
2-3 เดือน/ครั้ง	31 (13.5)	9 (18.0)	9 (45.0)
เดือนละ 1 ครั้ง	42 (18.3)	8 (16.0)	5 (25.0)
เดือนละ 2-3 ครั้ง	96 (41.7)	12 (24.0)	6 (30.0)
เดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง)	17 (7.4)	6 (12.0)	0 (0.0)
เดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง	35 (15.2)	9 (18.0)	0 (0.0)
อื่นๆ (มากกว่า 2 – 3 เดือน/ครั้ง)	9 (3.9)	6 (12.0)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>230 (100.0)</b>	<b>50 (100.0)</b>	<b>20 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษาได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะมากที่สุด คือ เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.3 และ เดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะมากที่สุดคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ 2-3 เดือน/ครั้ง และ

เดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.0 เท่ากัน ส่วนเดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะมากที่สุดคือ 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ เดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.0 และเดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-39** แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามถึงปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อ สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อ สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ	2.49 น้อย	2.18 น้อย	2.30 น้อย
สถานะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้จ่าย คุ้มค่า	4.31 มาก	4.44 มาก	4.25 มาก
คุณภาพที่ดีของสินค้า	3.96 มาก	3.84 มาก	3.95 มาก
ชื่อเสียงของตราหือสินค้าตราเฉพาะของ ห้างเทสโก้ โลตัส	3.31 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	2.40 น้อย
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า	1.95 น้อย	2.77 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง
เครื่องหมายรับรองคุณภาพ จากหน่วยงาน ต่างๆ	2.38 น้อย	3.39 มาก	2.00 น้อย
กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์	3.60 มาก	3.11 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
ราคาถูกที่สุด	4.39 มาก	4.36 มาก	4.30 มาก
ราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน	3.53 มาก	3.52 มาก	3.15 ปานกลาง

ตารางที่ 4-39 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามถึงปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อ สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อ สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.06 มาก	4.02 มาก	3.35 ปานกลาง
สินค้าวางสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณ ชั้น	3.77 มาก	3.50 มาก	3.35 ปานกลาง
สถานที่ตั้งของร้านค้า	4.05 มาก	3.71 มาก	3.45 ปานกลาง
บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า	3.91 ปานกลาง	3.79 มาก	3.45 ปานกลาง
สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แถม	3.54 มาก	3.29 ปานกลาง	2.55 ปานกลาง
สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ ของห้าง	3.46 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง
สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป	3.48 ปานกลาง	3.51 มาก	3.73 มาก
รวม	3.51 มาก	3.52 มาก	3.19 ปานกลาง

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ เฉพาะผู้ตอบ  
ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะเท่านั้น

จากตารางที่ 4-39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่จบการศึกษาในแต่ละระดับ ให้  
ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ได้  
ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในระดับมาก คือราคาถูกที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.39 รองลงมาคือ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคู้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.31 และมีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.06 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก ในระดับมาก คือ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคู้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือ ราคาถูกที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 และมีป้ายบอกราคาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.02 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก ในระดับมาก คือราคาถูกที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคู้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.25 และคุณภาพที่ดีของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับตามลำดับ

**ตารางที่ 4-40** แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจ ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเอสโก้ จำแนกตามการศึกษา

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อเอสโก้)	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาก	159 (72.6)	32 (71.1)	14 (70.0)
ปานกลาง	60 (27.4)	13 (28.9)	5 (25.0)
น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.0)
<b>รวม</b>	<b>219 (100.0)</b>	<b>45 (100.0)</b>	<b>20 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 72.6 รองลงมาคือ พึงพอใจ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.4 และพึงพอใจ ระดับน้อย นั้นไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 71.1 รองลงมาคือ พึงพอใจ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.9 ส่วนพึงพอใจระดับน้อย นั้นไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4-41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงความพึงพอใจ ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคู้มค่า จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อคู้มค่า)	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาก	112 (53.6)	19 (42.2)	5 (33.3)
ปานกลาง	97 (46.4)	26 (57.8)	9 (60.0)
น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (6.7)
รวม	209 (100.0)	45 (100.0)	15 (100.0)

จากตารางที่ 4-41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่า จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่าในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ พึงพอใจ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.4 ส่วนความพึงพอใจระดับน้อย นั้นไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่าในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.2 ส่วนพึงพอใจระดับน้อย นั้นไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคุ้มค่า ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.3 และพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษา

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อเทสโก้)	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้ออีก	193 (88.1)	36 (80.0)	13 (65.0)
อาจซื้อ	26 (11.9)	9 (20.0)	5 (30.0)
ไม่ซื้ออีก	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (5.0)
รวม	219 (100.0)	45 (100.0)	20 (100.0)

จากตารางที่ 4-42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้  
จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 88.1 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 11.9 ส่วนไม่ซื้ออีก นั้นไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีการซื้อ  
สินค้ายี่ห้อเทสโก้ซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนไม่ซื้ออีก  
นั้นไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วน  
ใหญ่มีการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 30.0  
และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ  
คัมค่า จำแนกตามระดับการศึกษา

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อคัมค่า)	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับ ปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือ กำลังศึกษาระดับ ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาสูง กว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้ออีก	161 (77.0)	25 (55.6)	9 (60.0)
อาจซื้อ	48 (23.0)	20 (44.4)	4 (26.7)
ไม่ซื้ออีก	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (13.3)
รวม	209 (100.0)	45 (100.0)	15 (100.0)

จากตารางที่ 4-43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่า  
จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่หือคุ่มค่าซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 23.0 ส่วนไม่ซื้ออีก นั้นไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าที่หือคุ่มค่าซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 44.4 ส่วนไม่ซื้ออีก นั้นไม่มี

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้าที่หือคุ่มค่าซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 26.7 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-44** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงบุคลิกภาพในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา

บุคลิกภาพ	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	78 (33.9)	9 (18.0)	9 (45.0)
ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย	29 (12.6)	8 (16.0)	0 (0.0)
มีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตามราคา	6 (2.6)	2 (4.0)	1 (5.0)
ซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	17 (7.4)	0 (0.0)	6 (30.0)
มีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ	2 (0.9)	1 (2.0)	4 (20.0)
การซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน	25 (10.9)	1 (2.0)	0 (0.0)

ตารางที่ 4-44 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงบุคลิกภาพในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับการศึกษา

บุคลิกภาพ	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าเป็นคนฉลาดซื้อ	73 (31.7)	29 (58.0)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>230 (100.0)</b>	<b>50 (100.0)</b>	<b>20 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคลิกภาพในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ คิดเป็นร้อยละ 31.7 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 18.0 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

ผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ ซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้านี้ยี่ห้อเดิมไม่

เปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 30.0 และมีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการซื้อสินค้าตราเฉพาะ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ยี่ห้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัสที่เคยซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ยี่ห้อที่เคยซื้อ	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=199)	10,000 – 19,999 บาท (n=62)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=39)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เทสโก้	189 (95.0)	57 (91.9)	38 (97.4)
คุ่มค่า	182 (91.4)	56 (90.3)	31 (79.5)
ออล อะเบาท์ เฟซ	15 (7.5)	0 (0.0)	1 (2.6)
สกิน วิสดอม	27 (13.6)	1 (1.6)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัสจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.0 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ่มค่า คิดเป็นร้อยละ 91.4 ส่วนยี่ห้อสกิน วิสดอม คิดเป็นร้อยละ 13.6 และยี่ห้อออล อะเบาท์ เฟซ คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท ซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.9 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ้มคำ คิดเป็นร้อยละ 90.3 ยี่ห้อสกิน วิสคอม คิดเป็นร้อยละ 11.6 ส่วนยี่ห้อออลอะเบาท์ เฟซ นั้นไม่มี ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.4 รองลงมาคือ ยี่ห้อคุ้มคำ คิดเป็นร้อยละ 79.5 และยี่ห้อออลอะเบาท์ เฟซ คิดเป็นร้อยละ 2.6 ส่วนยี่ห้อสกิน วิสคอม นั้นไม่มี

**ตารางที่ 4-46** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อเทสโก้)	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000 – 19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้อประจำ	113 (59.8)	36 (63.2)	24 (63.1)
ซื้อบางครั้ง	75 (39.7)	21 (36.8)	12 (31.6)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	1 (0.5)	0 (0.0)	2 (5.3)
<b>รวม</b>	<b>189 (100.0)</b>	<b>57 (100.0)</b>	<b>38 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการซื้อเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.7 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท ส่วนใหญ่มีการซื้อเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.8 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีการซื้อเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.1 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.6 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-47 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงประเภทสินค้าตราเฉพาะ ยี่ห้อเทสโก้ ที่เคยซื้อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อ (ยี่ห้อเทสโก้)	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=189)	10,000 -19,999 บาท (n=57)	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป (n=38)
เครื่องแต่งกาย เช่น ถุงเท้า เสื้อ กางเกง ผ้าอ้อม ชุดเด็กอ่อน เป็นต้น	14 (7.4)	3 (5.3)	5 (13.2)
อาหารสด เช่น เบเกอรี่ เครื่องดื่ม พร้อมดื่ม น้ำดื่มบรรจุขวด เป็นต้น	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
สินค้าบริโภค เช่น น้ำปลา กระดาษ ทิชชู น้ำยาล้างจาน ปรึบผ้านุ่ม น้ำยาล้างห้องน้ำ เป็นต้น	174 (92.7)	52 (91.2)	37 (97.4)
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องใช้ สำนักงาน (กระดาษ A4, ดินสอ, ปากกา) อุปกรณ์ทำความสะอาด ต่างๆ (ไม้กวาด, กาละมัง, ถัง)	5 (2.6)	3 (5.3)	9 (23.7)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ จำนวน 284 คน

จากตารางที่ 4-47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.7 รองลงมาคือ ประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 7.4 และประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 2.6

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท ซื้อประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.2 รองลงมาคือ ประเภทอุปกรณ์ต่างๆ และประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 5.3 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อประเภทสินค้าบริโภคมามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.4 รองลงมาคือ ประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 23.7 และประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 13.2 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-48** จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ/คู้่มค่า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อสินค้า (ยี่ห้อ/คู้่มค่า)	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=182)	10,000 -19,999 บาท (n=56)	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป (n=31)
ซื้อประจำ	98 (53.8)	37 (66.1)	16 (51.6)
ซื้อบางครั้ง	78 (42.9)	19 (33.9)	14 (45.2)
เคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว	6 (3.3)	0 (0.0)	1 (3.2)
<b>รวม</b>	<b>182 (100.0)</b>	<b>56 (100.0)</b>	<b>31 (100.0)</b>

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อ/คู้่มค่าจำนวน 269 คน

จากตารางที่ 4-48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ/เทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการซื้อเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.9 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท มีการซื้อเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.1 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.9 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีการซื้อเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาคือ ซื้อบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.2 และเคยซื้อและเลิกซื้อแล้ว คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-49 จำนวนและร้อยละของการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ/คู้มค่า จำแนกตามรายได้

ประเภทสินค้าที่เคยซื้อ (ยี่ห้อ/คู้มค่า)	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=182)	10,000 -19,999 บาท (n=56)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=31)
เครื่องแต่งกาย เช่น ถุงเท้า เสื้อ กางเกง ผ้าอ้อม ชุดเด็กอ่อน เป็นต้น	6 (3.3)	2 (3.6)	1 (3.2)
อาหารสด เช่น เบเกอรี่ เครื่องดื่ม พร้อมดื่ม น้ำดื่มบรรจุขวด เป็นต้น	19 (10.4)	5 (8.9)	1 (3.2)
สินค้าบริโภค เช่น น้ำปลากระดาศ ทิชชู น้ำยาล้างจาน ปรับฟ้านุ่ม น้ำยา ล้างห้องน้ำ เป็นต้น	156 (85.7)	50 (89.3)	27 (87.1)
อุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องใช้ สำนักงาน (กระดาษ A4, ดินสอ, ปากกา) อุปกรณ์ทำความสะอาด ต่างๆ (ไม้กวาด, กาละมัง, ถัง)	7 (3.8)	7 (12.5)	2 (6.4)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้ายี่ห้อ/คู้มค่า จำนวน 269 คน

จากตารางที่ 4-49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อ/คู้มค่า จำแนกตามประเภทสินค้า ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือ ประเภทอาหารสด คิดเป็นร้อยละ 10.4 ประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 3.8 และประเภทเครื่องแต่งกาย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท ซื้อประเภทสินค้าบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.3 รองลงมาคือ ประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และประเภทอาหารสด คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ซื้อสินค้าบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.1 รองลงมาคือ ประเภทอุปกรณ์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 6.4 ส่วนประเภทเครื่องแต่งกายและอาหารสดมีผู้ซื้อเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 4-50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=199)	10,000 -19,999 บาท (n=62)	20,000 บาทขึ้นไป (n=39)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ตัดสินใจเองทั้งหมด	172 (86.4)	58 (93.5)	35 (89.7)
บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ	29 (14.6)	12 (19.3)	5 (12.8)
เพื่อนช่วยตัดสินใจ	13 (6.5)	0 (0.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจไม่ซื้อของห้างอื่นจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยตัดสินใจเองทั้งหมดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.4 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 14.6 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยตัดสินใจเองทั้งหมดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมาคือ บุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 19.3 ส่วนเพื่อนช่วยตัดสินใจ นั้นไม่มี

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยตัดสินใจเองทั้งหมดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.7 และบุคคลในครอบครัวช่วยตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 12.8 ส่วนเพื่อนช่วยตัดสินใจ นั้นไม่มี

ตารางที่ 4-51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างอื่น จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ห้างที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ	รายได้		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=199)	10,000 -19,999 บาท (n=62)	20,000 บาทขึ้นไป (n=39)
ไม่ซื้อของห้างอื่นๆ	139 (69.8)	36 (58.1)	26 (66.7)
ซื้อของห้างคาร์ฟูร์	1 (0.5)	4 (6.4)	2 (5.1)
ซื้อของห้างบิ๊กซี	54 (27.1)	24 (38.7)	14 (35.9)
อื่นๆ	2 (1.0)	6 (9.7)	2 (5.1)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน (อื่นๆ ได้แก่ ร้านวัตสัน 6 คน และร้านบูทส์ 4 คน)

จากตารางที่ 4-51 พบว่าห้างที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าตราเฉพาะ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ไม่ซื้อของห้างอื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมาคือ ซื้อของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 27.1 ส่วนซื้อห้างอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.0 และซื้อของห้างคาร์ฟูร์คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ซื้อสินค้าตราเฉพาะของซื้อของห้างบิ๊กซีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.1 รองลงมาคือ ไม่ซื้อของห้างอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 25.8 และซื้อห้างอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.7 ส่วนซื้อของห้างคาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ไม่ซื้อของห้างอื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ซื้อของห้างบิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 35.9 ซื้อของห้างคาร์ฟูร์และห้างอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.1 เท่ากัน

ตารางที่ 4-52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อเทสโก้)	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 10,000 บาท (n=189)	10,000-19,999 บาท (n=57)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=38)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น	175 (92.6)	52 (91.2)	37 (97.4)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตรายี่ห้ออื่น	113 (59.8)	26 (48.6)	20 (52.6)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพต่างๆ เช่น ออย. และมีการระบุวันเดือนปีที่ชัดเจน	70 (37.0)	17 (29.8)	11 (28.9)
เจาะจงยี่ห้อนี้เพราะ เคยใช้แล้วเห็นว่า เป็นตรายี่ห้อที่มีคุณภาพ	104 (55.0)	19 (33.3)	18 (47.4)
ตรายี่ห้อที่ต้องการ ไม่มีจำหน่าย ซื้อเป็นสินค้าทดแทน	81 (42.9)	25 (43.9)	7 (18.4)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	55 (29.1)	14 (24.6)	11 (28.9)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้	81 (42.9)	37 (64.9)	24 (63.2)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	61 (32.3)	16 (28.1)	8 (21.1)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน หาง่าย	59 (31.2)	20 (35.1)	16 (42.1)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกลงกว่า	115 (60.8)	46 (80.7)	16 (42.1)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าราคาเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.6 รองลงมาได้แก่ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 60.8 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 59.8 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.2 รองลงมาได้แก่ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 80.7 และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 64.9

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.4 รองลงมาได้แก่ อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 63.2 และต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตรายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 52.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส ยี่ห้อคุ่มค่า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ยี่ห้อคุ่มค่า)	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 10,000 บาท (n=182)	10,000-19,999 บาท (n=56)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=31)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อ เปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น	150 (82.4)	46 (82.1)	31 (100.0)
ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียม กับตราอื่น	55 (30.2)	24 (42.9)	15 (48.4)
ต้องการสินค้ามีเครื่องหมายรับรอง คุณภาพต่างๆ เช่น อย. และมีการระบุ วันเดือนปีที่ชัดเจน	44 (24.2)	16 (28.6)	12 (38.7)
เจาะจงยี่ห้อเพราะ เคยใช้แล้วเห็นว่า เป็นตราอื่นที่มีคุณภาพ	36 (19.8)	10 (17.9)	11 (35.5)
ตราอื่นที่ต้องการ ไม่มีจำหน่าย ซื้อ เป็นสินค้าทดแทน	46 (25.3)	22 (39.3)	11 (35.5)
ต้องการสินค้ายี่ห้อใดก็ได้ มีการ ส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก	44 (24.2)	14 (25.0)	17 (54.8)
อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่ เคยใช้	58 (31.9)	14 (25.0)	20 (64.5)
เห็นคนรู้จักใช้ เลยใช้ตาม	36 (19.8)	5 (8.9)	6 (19.4)
ต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อ สินค้า มองเห็นได้ชัดเจน ง่าย	23 (12.6)	22 (39.3)	17 (54.8)
ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นราย เดียวกับสินค้ายี่ห้อที่มีชื่อเสียง แต่ราคา ถูกกว่า	73 (40.1)	19 (33.9)	12 (38.7)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสยี่ห้อคุ้มคำ จำแนกตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.4 รองลงมา ได้แก่ ต้องการสินค้าจากผู้ผลิตเป็นรายเดียวกับสินค้านี้ที่มีชื่อเสียง แต่ราคาถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 40.1 และอยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 31.9 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.1 รองลงมา ได้แก่ ต้องการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีทัดเทียมกับตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 42.9 และตราอื่นที่ต้องการไม่มีจำหน่ายซื้อเป็นสินค้าทดแทน และต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน ง่าย คิดเป็นร้อยละ 39.3 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีวัตถุประสงค์ในการซื้อคือ ต้องการสินค้าราคาถูกที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา ได้แก่ อยากทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 64.5 และต้องการความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า มองเห็นได้ชัดเจน ง่าย กับต้องการสินค้านี้ยี่ห้อใดก็ได้ มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก คิดเป็นร้อยละ 54.8 เท่ากัน

ตารางที่ 4-54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

โอกาสในการซื้อ	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=199)	10,000-19,999 บาท (n=62)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=39)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัว	193 (97.0)	53 (85.5)	30 (77.0)
ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส	16 (8.0)	10 (16.1)	10 (25.6)
ซื้อเพื่อเป็นของขวัญของฝาก	3 (1.5)	3 (4.8)	2 (5.1)
ซื้อเฉพาะเมื่อสินค้าที่ต้องการไม่มีจำหน่าย	2 (1.0)	1 (1.6)	2 (5.1)
ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ	28 (14.1)	8 (12.9)	9 (23.0)
ซื้อในโอกาสพิเศษ เช่นงานเลี้ยงงานสังสรรค์	21 (10.6)	4 (6.4)	3 (7.7)
ซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา	21 (10.6)	5 (8.1)	2 (5.1)
อื่นๆ	8 (4.0)	2 (3.2)	1 (2.6)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน (อื่นๆ ได้แก่ ซื้อเพื่อใช้ในกิจการ 9 คน และไม่ระบุ 2 คน)

จากตารางที่ 4-54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัสจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมาคือ ซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 14.1 ส่วนซื้อในโอกาสพิเศษ เช่น งานเลี้ยง งานสังสรรค์ และซื้อเฉพาะเมื่อมีการจัดรายการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 10.6 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.5 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 16.1 และซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป เจาะจงซื้อเพื่อใช้เป็นประจำในครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาคือ ซื้อเฉพาะเมื่อได้มีโอกาสไปเดินห้างโลตัส คิดเป็นร้อยละ 25.6 และซื้อเพื่อไปจำหน่ายต่อ คิดเป็นร้อยละ 23.0 เท่ากัน

ตารางที่ 4-55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การรู้จักสินค้าตราเฉพาะ	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=199)	10,000-19,999 บาท (n=62)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=39)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร	153 (76.9)	38 (61.3)	29 (74.4)
เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์	111 (55.8)	23 (11.6)	15 (38.5)
เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า	52 (26.1)	21 (33.9)	21 (53.9)
พนักงานขายในร้านค้าแนะนำ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ได้ยินจากสื่อกระจายเสียงในร้านค้า	41 (20.6)	2 (1.0)	6 (15.4)
คนรู้จักแนะนำ	9 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน (อื่นๆ ได้แก่ เห็นจากร้านอาหารที่ไปใช้บริการ 3 คน, เห็นจากสถานที่อื่นๆ 1 คน)

จากตารางที่ 4-55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือ เห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 55.8 และเห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 26.1 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 33.9 และเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 11.6 เท่ากัน

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป รู้จักสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส โดยเห็นโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมาคือ เห็นสินค้าและป้ายในร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 53.9 และเห็นโฆษณาในสื่อเฉพาะของห้าง เช่น แผ่นพับ หนังสือ โฆษณาประจำรอบ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 38.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-56** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงวิธีการหาข้อมูลถึงผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=199)	10,000-19,999 บาท (n=62)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=39)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน	105 (52.8)	21 (33.9)	28 (71.8)
ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับ ยี่ห้อเดิม	97 (48.8)	18 (29.0)	15 (38.5)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้	46 (23.1)	22 (35.5)	12 (30.8)
อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ผู้ผลิตและการผลิต	22 (11.1)	23 (37.1)	1 (2.6)
สอบถามคนรู้จักที่เคยใช้	36 (18.1)	2 (3.3)	5 (12.8)
สอบถามพนักงานขาย	12 (6.0)	1 (1.6)	1 (2.6)
ไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติม ทดลองซื้อได้เลย	17 (8.6)	12 (19.4)	3 (7.7)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำนวน 300 คน

จากตารางที่ 4-56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการหาข้อมูลของสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท หาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ โดย ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 48.8 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ โดย อ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิตและการผลิตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 33.9 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูล ส่วนประสม และวิธีการใช้ คิดเป็นร้อยละ 35.5 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อ โดย ดูป้ายราคาว่าถูกที่สุดในหมวดเดียวกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมาคือ ดูป้ายราคาและเปรียบเทียบราคากับยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 38.5 และอ่านป้ายฉลากของสินค้าเพื่อหาข้อมูลผู้ผลิตและการผลิต คิดเป็นร้อยละ 30.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความถี่	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=199)	10,000-19,999 บาท (n=62)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=39)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
2-3 เดือน/ครั้ง	24 (12.1)	11 (17.7)	14 (35.9)
เดือนละ 1 ครั้ง	39 (19.6)	9 (14.5)	7 (17.9)
เดือนละ 2-3 ครั้ง	81 (40.7)	27 (43.5)	6 (15.4)
เดือนละ 4 ครั้ง (ซื้ออาทิตย์ละ 1 ครั้ง)	16 (8.0)	2 (3.2)	5 (12.8)
เดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง	32 (16.1)	10 (16.1)	2 (5.1)
อื่นๆ (มากกว่า 2 – 3 เดือน/ครั้ง)	7 (3.5)	3 (4.8)	5 (12.8)
<b>รวม</b>	<b>199</b> <b>(100.0)</b>	<b>62</b> <b>(100.0)</b>	<b>39</b> <b>(100.0)</b>

จากตารางที่ 4-57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามรายได้ต่อเดือนได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะคือ เดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.6 และเดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะคือ เดือนละ 2-3 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.7 และเดือนละ มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.1 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะคือ 2-3 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ เดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.9 และเดือนละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-58 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตส์จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก ไม่ซื้อของห้างอื่น	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=199)	10,000-19,999 บาท (n=62)	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป (n=39)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ซื้อเพราะใครๆ ก็ซื้อ	2.65 ปานกลาง	2.07 น้อย	1.63 น้อย
สถานะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า	4.35 มาก	4.64 มากที่สุด	4.03 มาก
คุณภาพที่ดีของสินค้า	4.03 มาก	3.87 มาก	3.80 มาก
ชื่อเสียงของตราสินค้าตราเฉพาะ ของห้างเทสโก้ โลตส์	3.68 มาก	3.55 มาก	2.68 ปานกลาง
ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิตสินค้า	2.60 ปานกลาง	2.11 น้อย	2.09 น้อย
เครื่องหมายรับรองคุณภาพ จาก หน่วยงานต่างๆ	3.43 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง
กล่อง/หีบห่อ สวยงาม มีเอกลักษณ์	3.00 ปานกลาง	3.60 มาก	2.64 ปานกลาง
ราคาถูกที่สุด	4.44 มาก	4.18 มาก	4.38 มาก
ราคาเท่ากับสินค้าในหมวดเดียวกัน	3.68 มาก	3.43 ปานกลาง	2.64 ปานกลาง

ตารางที่ 4-58 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อ สินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกตามการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าของห้างอื่น	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท (n=199)	10,000-19,999 บาท (n=62)	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป (n=39)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.11 มาก	3.90 มาก	3.64 มาก
สินค้าวางสะดูตาและการตกแต่งบริเวณชั้น	3.61 มาก	4.04 มาก	2.97 ปานกลาง
สถานที่ตั้งของร้านค้า	4.12 มาก	3.89 มาก	3.23 ปานกลาง
บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า	4.58 มากที่สุด	3.97 มาก	3.32 ปานกลาง
สินค้ามีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แคม	3.66 มาก	3.12 ปานกลาง	2.74 ปานกลาง
สินค้ามีการลงโฆษณาในโบรชัวร์ ของห้าง	3.51 มาก	3.35 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
สินค้ามีการโฆษณาในสื่อทั่วไป	3.54 มาก	3.57 มาก	3.21 มาก
<b>รวม</b>	<b>3.69</b> มาก	<b>3.51</b> มาก	<b>3.05</b> ปานกลาง

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ เฉพาะผู้ตอบปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะเท่านั้น

จากตารางที่ 4-58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ในแต่ละระดับ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส ได้ดังนี้ ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะในระดับมากที่สุด คือ บริการและบรรยากาศที่ดีของร้านค้า มีค่าเฉลี่ย 4.58 รองลงมาในระดับมากที่สุดคือ ราคาถูกที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.44 และสถานะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคู้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.35 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก ในระดับมากที่สุด คือ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.64 รองลงมาในระดับมากที่สุด คือ ราคาถูกที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.18 และสินค้าว่างสะดวกตาและการตกแต่งบริเวณชั้น มีค่าเฉลี่ย 4.04 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือก ในระดับมากที่สุด คือราคาถูกที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ สภาวะเศรษฐกิจทำให้ต้องประหยัด ใช้เงินคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ย 4.03 และคุณภาพที่ดีของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-59** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงความพึงพอใจ ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อเทสโก้)	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาก	141 (74.6)	41 (71.9)	23 (60.6)
ปานกลาง	48 (25.4)	16 (28.1)	14 (36.8)
น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.6)
<b>รวม</b>	<b>189</b> <b>(100.0)</b>	<b>57</b> <b>(100.0)</b>	<b>38</b> <b>(100.0)</b>

จากตารางที่ 4-59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.6 รองลงมาคือ พึงพอใจระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.4 ส่วนพึงพอใจในระดับน้อย นั้นไม่มี

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตรา เฉพาะยี่ห้อเทสโก้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 71.9 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.1 และพึงพอใจระดับน้อยส่วนพึงพอใจระดับน้อยนั้นไม่มี

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตรา เฉพาะยี่ห้อเทสโก้ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.8 ส่วนพึงพอใจระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-60** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามถึงความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคู้มค่า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจ (ยี่ห้อคู้มค่า)	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาก	90 (49.5)	35 (62.5)	11 (35.5)
ปานกลาง	92 (50.5)	21 (37.5)	19 (61.3)
น้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.2)
<b>รวม</b>	<b>182 (100.0)</b>	<b>56 (100.0)</b>	<b>31 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคู้มค่า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคู้มค่าในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ พึงพอใจระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 49.5 ส่วนความพึงพอใจระดับน้อย นั้นไม่มี

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตรา เฉพาะยี่ห้อคัมค่าในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็น ร้อยละ 37.5 ส่วนพึงพอใจระดับน้อย นั้นไม่มี

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าตรา เฉพาะยี่ห้อคัมค่าในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ พึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็น ร้อยละ 35.5 และพึงพอใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-61** แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อซ้ำ ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อเทสโก้)	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้ออีก	169 (89.4)	43 (75.4)	30 (79.0)
อาจซื้อ	20 (10.6)	14 (24.6)	7 (18.4)
ไม่ซื้ออีก	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.6)
<b>รวม</b>	<b>189 (100.0)</b>	<b>57 (100.0)</b>	<b>38 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ซ้ำอีก คิดเป็น ร้อยละ 75.1 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 24.9 ส่วนไม่ซื้ออีก นั้นไม่มี

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้ายี่ห้อเทสโก้ซ้ำอีก คิดเป็น ร้อยละ 74.1 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 25.9 ส่วนไม่ซื้ออีก นั้นไม่มี

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้ายี่ห้อเอสโก้ซ่าอีก คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 39.4 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-62 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อซ้ำ ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การซื้อซ้ำ (ยี่ห้อคัมค่า)	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ซื้ออีก	136 (74.7)	41 (73.2)	18 (58.1)
อาจซื้อ	46 (25.3)	14 (25.0)	12 (38.7)
ไม่ซื้ออีก	0 (0.0)	1 (1.8)	1 (3.2)
<b>รวม</b>	<b>182 (100.0)</b>	<b>56 (100.0)</b>	<b>31 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการซื้อซ้ำสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อคัมค่า จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้ายี่ห้อคัมค่าซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 24.0 ส่วนไม่ซื้ออีก นั้นไม่มี

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้ายี่ห้อคัมค่าซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการซื้อสินค้ายี่ห้อคัมค่าซ้ำอีก คิดเป็นร้อยละ 58.1 รองลงมาคือ อาจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 38.7 และไม่ซื้ออีก คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ ส่วนไม่ซื้ออีก นั้นไม่มี

ตารางที่ 4-63 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะของห้างเทสโก้ โลตัส จำแนกรายได้ต่อเดือน

บุคลิกภาพ	รายได้ต่อเดือน		
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-19,999 บาท	ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ชอบซื้อสินค้าราคาถูกอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	62 (31.1)	18 (29.0)	16 (41.1)
ยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย	28 (14.1)	5 (8.1)	4 (10.2)
มีความเชื่อว่าสินค้าราคาแพงจะมีคุณภาพดี ในขณะที่สินค้าราคาถูกจะมีคุณภาพต่ำตามราคา	7 (3.5)	1 (1.6)	1 (2.6)
ซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง)อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	14 (7.0)	8 (12.9)	1 (2.6)
มีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ	1 (0.5)	5 (8.1)	1 (2.6)
การซื้อสินค้ามักเป็นไปแบบไม่ตั้งใจ เป็นการซื้อแบบไม่มีการวางแผนมาก่อน	23 (11.6)	2 (3.2)	1 (2.6)
พิจารณาทุกๆด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าตนเองเป็นคนฉลาดซื้อ	64 (32.2)	23 (37.1)	15 (38.4)
<b>รวม</b>	<b>199 (100.0)</b>	<b>62 (100.0)</b>	<b>39 (100.0)</b>

จากตารางที่ 4-63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคลิกภาพในการซื้อสินค้าตราเฉพาะยี่ห้อเทสโก้ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน ได้ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีบุคลิกภาพแบบพิจารณาทุกๆ ด้านไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผล จนทำให้รู้สึกว่าเป็นคนฉลาดซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมาคือ ชอบซื้อสินค้าราคาถูกลงอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกลงก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.1 และยอมที่จะจ่ายเงินซื้อเพิ่มขึ้นอีกนิดเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอีกหน่อย คิดเป็นร้อยละ 14.1 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000 - 19,999 บาท มีบุคลิกภาพแบบพิจารณาทุกๆ ด้าน ไม่ใช่มองดูเพียงภาพลักษณ์ของตราสินค้าหรือโฆษณา โดยจะพิจารณาอย่างมีเหตุผลจนทำให้รู้สึกว่าเป็นคนฉลาดซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาคือชอบซื้อสินค้าราคาถูกลงอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกลงก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.0 และซื้อยี่ห้อเดิม(ที่มีชื่อเสียง) อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 12.9 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,000 บาทขึ้นไป มีบุคลิกภาพแบบชอบซื้อสินค้าราคาถูกลงอย่างเดียว สินค้าไหนราคาถูกลงก็จะเลือกซื้อเป็นอันดับแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ ซื้อยี่ห้อเดิม (ที่มีชื่อเสียง) อยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยคิดว่าจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมไม่เปลี่ยนแปลง คิดเป็นร้อยละ 38.4 และมีความคิดที่ไม่ชอบเสี่ยงในการทดลองสินค้าใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 10.2 ตามลำดับ