

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญแผนภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
แนวความคิดและทฤษฎี	3
ความหมายของตราสินค้า	3
แนวคิดการสร้างตราสินค้า	4
แนวคิดอัตลักษณ์ของตราสินค้า	5
แนวคิดภาพลักษณ์ของตราสินค้า	9
การศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยศึกษาความเชื่อมโยงของตรา	10
สินค้าในใจของผู้บริโภค	
แนวคิดการสร้างอัตลักษณ์สำหรับตราสินค้า	11
หลักการดำเนินงานของมูลนิธิโครงการหลวงเพื่อเป็นแนวทางสู่	12
ความสำเร็จ	
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
ขอบเขตการศึกษา	16
วิธีการศึกษา	18
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	22
แผนการดำเนินงานและระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	22
บทที่ 4 ผลการศึกษา	24
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	25
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวง	31
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบทางกายภาพ (Physical)	31
ตอนที่ 2 องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ (Personality)	38
ตอนที่ 3 องค์ประกอบด้านความสามารถในการสะท้อนตัวตนของ ผู้ใช้ตราสินค้า (Reflection)	41
ส่วนที่ 3 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลระหว่างข้อมูลทั่วไปของ ผู้ตอบแบบสอบถามกับอัตลักษณ์ของตราสินค้าโครงการหลวง	43
ตอนที่ 1 ข้อมูลองค์ประกอบด้านกายภาพ (Physical) จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล	43
ตอนที่ 2 ข้อมูลองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ (Personality) จำแนก ตามปัจจัยส่วนบุคคล	87
ตอนที่ 3 ข้อมูลองค์ประกอบด้านความสามารถในการสะท้อน ตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้า (Reflection) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	108
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมด้าน ปัญหาหรือข้อเสนอแนะ ภาพลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวง	124
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	126
ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา	127

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	127
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวง ได้แก่ ความคิดที่มีต่อคำว่า “โครงการหลวง” ภาพตราสินค้า และความรู้สึกที่มีต่อ โครงการหลวง สรุปตามองค์ประกอบของตราสินค้า	127
ตอนที่ 3 สรุปข้อมูลระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม กับอัตลักษณ์ของตราสินค้าโครงการหลวง	164
ส่วนที่ 2 อภิปรายผล	178
ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบจากการศึกษา	181
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	184
ส่วนที่ 5 ข้อจำกัดในการศึกษา	186
บรรณานุกรม	187
ภาคผนวก	189
ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่ม	190
การทดสอบแบบสอบถาม	192
แบบสอบถาม	197
ประวัติผู้เขียน	203

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	24
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	25
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	26
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	27
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	27
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่รู้จักโครงการหลวง	28
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการซื้อสินค้าของโครงการหลวงโดยเฉลี่ยต่อหนึ่งเดือน	29
8	แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าโครงการหลวง	30
9	แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในองค์ประกอบทางกายภาพของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามแนวความคิดการสร้างอัตลักษณ์สำหรับตราสินค้าของ David A. Aaker	34
10	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อเปรียบเทียบ “โครงการหลวง” เป็นสี	35
11	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัญลักษณ์ โดยที่ไม่แสดงคำว่าโครงการหลวงจะให้นึกถึง	36
12	แสดงค่าเฉลี่ยจำแนกตามประเด็นความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของตราสินค้าโครงการหลวง	37
13	แสดงค่าเฉลี่ยจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของตราสินค้าโครงการหลวงตามแนวคิดของ Standford’s Jennifer Aaker	39
14	แสดงค่าความถี่ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความสามารถในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าโครงการหลวง	40
15	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามเพศ	43
16	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามอายุ	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกอาชีพ	50
18	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามระดับการศึกษา	54
19	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความของผู้ตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามระดับรายได้	57
20	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความของผู้ตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามระยะเวลาที่รู้จักโครงการหลวง	60
21	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความของผู้ตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามระดับความถี่ในการซื้อต่อเดือน	63
22	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในองค์ประกอบกายภาพด้านสีของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามเพศ	66
23	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในองค์ประกอบกายภาพด้านสีของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามระดับอายุ	67
24	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในองค์ประกอบกายภาพด้านสีของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามอาชีพ	69
25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบกายภาพด้านสีของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามระดับการศึกษา	71
26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบกายภาพด้านสีของตราสินค้าโครงการหลวงจำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน	72
27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามขององค์ประกอบด้านกายภาพเรื่องสีจำแนกตามระดับความถี่ในการซื้อต่อเดือน	74
28	แสดงองค์ประกอบของอัตลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวงตามแนวคิด “Brand Identity system” ของ David A.Aaker จำแนกตามเพศ	75
29	แสดงองค์ประกอบของอัตลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวงตามแนวคิด “Brand Identity system” ของ David A.Aaker จำแนกตามระดับอายุ	76
30	แสดงองค์ประกอบของอัตลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวงตามแนวคิด “Brand Identity system” ของ David A.Aaker จำแนกตามอาชีพ	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
31	แสดงองค์ประกอบของอัตลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวงตามแนวคิด “Brand Identity system” ของ David A.Aaker จำแนกตามระดับการศึกษา	80
32	แสดงองค์ประกอบของอัตลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวงตามแนวคิด “Brand Identity system” ของ David A.Aaker จำแนกตามระดับรายได้	81
33	แสดงองค์ประกอบของอัตลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวงตามแนวคิด “Brand Identity system” ของ David A.Aaker จำแนกตามระยะเวลาที่รู้จักโครงการหลวง	82
34	แสดงองค์ประกอบของอัตลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวงตามแนวคิด “Brand Identity system” ของ David A.Aaker จำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อเดือน	84
35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามเพศ	86
36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามอายุ	88
37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามอาชีพ	92
38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามการศึกษา	96
39	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามรายได้	99
40	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามระยะเวลาที่รู้จักโครงการหลวง	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
41	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อเดือน	104
42	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามเพศ	107
43	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามอายุ	109
44	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามอาชีพ	112
45	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามการศึกษา	115
46	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามรายได้	117
47	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามระยะเวลาที่รู้จักโครงการหลวง	119
48	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามด้านความสามารถของตราสินค้าโครงการหลวงในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อเดือน	121
49	ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นเพิ่มเติมด้าน ปัญหาหรือข้อเสนอด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าโครงการหลวง	123

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	แสดงองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามเพศ	130
2	แสดงองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระดับอายุ	133
3	แสดงองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามอาชีพ	136
4	แสดงองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระดับการศึกษา	138
5	แสดงองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระดับรายได้ต่อเดือน	140
6	แสดงองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระยะเวลาที่รู้จักโครงการหลวง	142
7	แสดงองค์ประกอบด้านกายภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามความถี่ในการซื้อต่อเดือน	144
8	แสดงองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามเพศ	146
9	แสดงองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระดับอายุ	149
10	แสดงองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามอาชีพ	152
11	แสดงองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระดับการศึกษา	154
12	แสดงองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระดับรายได้	156
13	แสดงองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระยะเวลาที่รู้จักโครงการหลวง	159
14	แสดงองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามความถี่ในการซื้อในหนึ่งเดือน	162
15	แสดงองค์ประกอบด้านความสามารถของตราสินค้าในการสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามเพศ	164

สารบัญแผนภาพ (ต่อ)

แผนภาพที่		หน้า
16	แสดงองค์ประกอบด้านความสามารถของตราสินค้าในการสะท้อนตัวตนของ ผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระดับอายุ	166
17	แสดงองค์ประกอบด้านความสามารถของตราสินค้าในการสะท้อนตัวตนของ ผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามอาชีพ	168
18	แสดงองค์ประกอบด้านความสามารถของตราสินค้าในการสะท้อนตัวตนของ ผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระดับการศึกษา	170
19	แสดงองค์ประกอบด้านความสามารถของตราสินค้าในการสะท้อนตัวตนของ ผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระดับรายได้	172
20	แสดงองค์ประกอบด้านความสามารถของตราสินค้าในการสะท้อนตัวตนของ ผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามระยะเวลาที่รู้จักโครงการหลวง	174
21	แสดงองค์ประกอบด้านความสามารถของตราสินค้าในการสะท้อนตัวตนของ ผู้ใช้ตราสินค้าจำแนกเปรียบเทียบตามความถี่ในการซื้อต่อเดือน	176