

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
บทที่ 1      บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2      แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3      ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาในการศึกษา	14
บทที่ 4      ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับ	
สินค้าอุปโภคบริโภคในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	21
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ	64

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	66
สรุปผลการศึกษา	66
อภิปรายผลการศึกษา	73
ข้อค้นพบ	77
ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวก	84
แบบสอบถาม	85
ประวัติผู้เขียน	93

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	16
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	17
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	17
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
7 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลิกภาพของตอบแบบสอบถาม	20
8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเคยซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่แต่ละแห่ง	21
9 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าตราเฉพาะของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ซื้อ	22
10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของตราหือสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ	23
11 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะของความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคตราหือ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือ	24
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ไปใช้บริการเป็นส่วนใหญ่	25
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการไปใช้บริการร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	26
14 แสดงจำนวนและร้อยละของโอกาสในการซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค ของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค	28
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าตราเฉพาะประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคที่เคยซื้อหรือเคยใช้	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคจากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่อครั้ง	30
18 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จากร้านค้าปลีกขนาดใหญ่	31
19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค	31
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค	32
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค	33
22 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค	34
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามระดับความพึงพอใจ	37
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามการซื้อซ้ำ	39
25 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	41
26 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าตราเฉพาะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อหรือเคยใช้จำแนกตามเพศ	42
27 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคลิกภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	45
28 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	47
29 แสดงจำนวน และร้อยละของวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าตราเฉพาะสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	48

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้า ตราเฉพาะ สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	51
31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้า ตราเฉพาะ สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา	54
32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกซื้อสินค้า ตราเฉพาะ สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค จำแนกตามบุคลิกภาพ	57
33 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบปัญหา	64
34 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม	65