

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
กิตติกรรมประกาศ.....	II
สารบัญ	III
สารบัญตาราง.....	V
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ความสำคัญของการศึกษา.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
คำถามในการวิจัย	7
สมมติฐานการวิจัย	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	10
2 วรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	14
แนวคิดเกี่ยวกับการค้าปลีก	16
แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริโภค.....	33
แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์.....	34
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	40
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ และการนี้กเห็นภาพพจน์	46
แนวคิดด้านประชากรศาสตร์	49
แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบร้านค้า.....	50
การตลาดกับสุนทรียภาพ (Marketing and Aesthetics)	58
ประวัติความเป็นมาของร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons)	61
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	63

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีการวิจัย.....	65
ประชากร / กลุ่มตัวอย่าง.....	65
เครื่องมือการวิจัย.....	67
การรวบรวมข้อมูล.....	79
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	81
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	88
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	89
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	114
สรุปผลการวิจัย.....	116
อภิปรายผล.....	124
ข้อเสนอแนะ.....	128
บรรณานุกรม.....	132
ภาคผนวก.....	136
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	137
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่น และค่าอำนาจจำแนกรายชื่อของแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย.....	145
ประวัติผู้วิจัย.....	149

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนประชากรจังหวัดชลบุรี..... 8
2	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการทดลองใช้ 75
3	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อในแบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า 76
4	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการออกแบบร้านค้า 77
5	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อในแบบสอบถามส่วนที่ 4 การรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ 78
6	แจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างแยกตามเพศ..... 89
7	แจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอายุ..... 90
8	แจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างแยกตามระดับ การศึกษาขั้นสูงสุด 91
9	แจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างแยกตามระดับ รายได้ต่อเดือน..... 91
10	แจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอาชีพ 92
11	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี..... 93
12	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกแบบร้านค้า กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านแผนผังร้านค้า..... 94
13	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกแบบร้านค้า กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านการจัดแสดงสินค้า 95
14	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกแบบร้านค้า กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านบรรยากาศภายในร้าน..... 96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
15	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกแบบร้านค้า กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี รวม 3 ด้าน	97
16	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านคุณภาพ.....	98
17	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านการออกแบบ	99
18	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านตราสินค้า.....	100
19	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านการบรรจุภัณฑ์	101
20	ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี รวม 4 ด้าน	102
21	ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านออกแบบร้านค้า กับ การรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี.....	103
22	ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านออกแบบร้านค้าในด้าน แผนผังร้านค้า กับ การรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ในด้าน คุณภาพ, การออกแบบ, ตราสินค้า, บรรจุภัณฑ์	104
23	ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านออกแบบร้านค้าในด้าน การจัดแสดงสินค้า กับ การรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ในด้าน คุณภาพ, การออกแบบ, ตราสินค้า, บรรจุภัณฑ์	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
24	ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านออกแบบร้านค้าในด้าน บรรยากาศภายในร้าน กับ การรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ในด้าน คุณภาพ, การออกแบบ, ตราสินค้า, บรรจุกัณฑ์	106
25	ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า กรณีศึกษาร้านค้าปลีกวัตสัน (Watsons) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี.....	107
26	ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพ กับ การพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านความถี่ และเหตุผลในการซื้อ	108
27	ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ในการออกแบบ กับ การพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านความถี่ และเหตุผลในการซื้อ	109
28	ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ในด้านตราสินค้า กับ การพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านความถี่ และเหตุผลในการซื้อ	110
29	ความสัมพันธ์ของการรับรู้คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุกัณฑ์ กับ การพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านความถี่ และเหตุผลในการซื้อ	112

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1	3
2	6
3	20
4	21
5	22
6	24
7	25
8	26
9	27
10	28
11	29
12	30
13	31
14	36
15	42
16	43
17	44
18	48
19	54
20	55
21	62
22	63