

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง	VI
สารบัญภาพ	VIII
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
คำถามที่ใช้ในการวิจัย	4
สมมติฐานในการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามคำศัพท์	5
2 วรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีในตราสินค้า.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้า.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
3 วิธีการวิจัย.....	32
แหล่งข้อมูล	32
ประชากร	32
กลุ่มตัวอย่าง	32
ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการศึกษาวิจัย	33
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	33
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	34
การวิเคราะห์ข้อมูล	34
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	38
ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตรา สินค้าชั้นซิด	41
การทดสอบสมมติฐาน	46
การทดสอบความสัมพันธ์.....	55
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	57
สรุปผลการวิจัย.....	57
อภิปรายผล	60
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	65
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	65
บรรณานุกรม.....	67
ภาคผนวก	70
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	71
ภาคผนวก ข ค่าอำนาจจำแนกรายข้อและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	76
ภาคผนวก ค ข้อมูลพื้นฐานของบริษัทยูนิลีเวอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และ ผลิตภัณฑ์ชั้นซิด.....	78
ประวัติย่อของผู้วิจัย	87

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ลำดับขั้นของความสัมพันธ์: สิ่งที่ถูกค้าตอบสนองต่อบริษัทในแต่ละขั้น	9
2	ข้อดีและข้อจำกัดของสื่อต่าง ๆ	19
3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	37
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	38
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	38
6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	39
7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการซื้อต่อเดือน	39
8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า ภาพรวมและรายด้าน	40
9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า	41
10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า ด้านนวัตกรรมและคุณภาพของสินค้า	42
11	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า ด้านการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด	43
12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความภักดีต่อตราสินค้า	44
13	การทดสอบความแตกต่างความภักดีที่มีต่อตราสินค้าชั้นซิดิ จำแนกตามเพศ.....	45
14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีต่อตราสินค้าชั้นซิดิ จำแนกตามอายุ	46
15	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความภักดีต่อตราสินค้า ชั้นซิดิ จำแนกตามอายุ.....	47
16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีต่อตราสินค้าชั้นซิดิ จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	48
17	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความภักดีต่อตราสินค้า ชั้นซิดิ จำแนกตามระดับการศึกษา	49
18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีต่อตราสินค้าชั้นซิดิ จำแนกตามอาชีพ	50
19	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความภักดีต่อตราสินค้า ชั้นซิดิ จำแนกตามอาชีพ.....	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความภักดีต่อตราสินค้าชั้นซิด จำแนกตามความ ความถี่ในการซื้อสินค้าชั้นซิด.....	52
21	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความภักดีต่อตราสินค้า ชั้นซิด จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าชั้นซิด.....	53
22	การทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า ในด้าน ภาพลักษณ์ของสินค้า ด้านนวัตกรรมและคุณภาพของสินค้า และด้านการโฆษณา และการส่งเสริมการตลาดของสินค้า.....	54

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4