

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ญ
สารบัญตารางภาคผนวก	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	3
สมมติฐานการศึกษา	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ตราสินค้า	22
แนวคิดเกี่ยวกับบริบท	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
กรอบแนวคิดในการศึกษา	55
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา	57
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	57
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	58
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	59

หัวเรื่อง	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	61
การจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล	62
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	65
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	69
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	69
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	70
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	70
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	89
วัตถุประสงค์การศึกษา	89
สมมติฐานการศึกษา	89
วิธีการดำเนินการศึกษา	90
สรุปผลการศึกษา	91
อภิปรายผล	95
ข้อเสนอแนะ	97
บรรณานุกรม	100
ภาคผนวก	105
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการศึกษา	106
ภาคผนวก ข คุณภาพของแบบสอบถาม	113
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	117
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์	120
ประวัติผู้ศึกษา	125



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	คำอำนาจจำแนกของแบบสอบถามโดยรวมและรายค้าน 60
2	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการร้านค้าปลีก ร้านค้ามินิมาร์ท 71
3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติการต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร 72
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปฏิบัติการต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน ของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผู้ส่งมอบ 73
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปฏิบัติการต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน ของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านศูนย์กระจายสินค้า 74
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับปฏิบัติการต่อองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน ของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านร้านค้ารายย่อยและลูกค้าหรือผู้บริโภคน 75
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์นี้เวีย ของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร... 76
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์นี้เวีย ของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการรู้จักตราสินค้า 77
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์นี้เวีย ของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความสัมพันธ์ต่อตราสินค้า 78
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์นี้เวีย ของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความซาบซึ้งถึงคุณภาพ 79



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่	หน้า
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์นี้เวีย ของศูนย์ กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า 80
12	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์องค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกับการรับรู้ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์นี้เวียของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม 81
13	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์องค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกับการรับรู้ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์นี้เวียของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร รายคู่ 82
14	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์องค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกับการรับรู้ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์นี้เวียของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผู้ส่งมอบ 84
15	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์องค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกับการรับรู้ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์นี้เวียของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านศูนย์กระจายสินค้า 85
16	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์องค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกับการรับรู้ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์นี้เวียของศูนย์กระจายสินค้า บริษัท ไบเออร์สตอร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านร้านค้ารายย่อยและลูกค้าหรือผู้บริโภค 87



สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่

หน้า

1	กระบวนการสื่อสารทางการตลาด	40
2	การแบ่งหน่วยผลิตภัณ์ขั้นนี้เวียของศูนย์กระจายสินค้า	48
3	กรอบแนวคิดในการศึกษา	56



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่	หน้า
1 การหาผลรวมและค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการสอบถามกับ วัตถุประสงค์ของการศึกษา ด้วยค่า IOC	114
2 ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามและค่าความเชื่อมั่นของความสัมพันธ์ องค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกับการรับรู้ตราสินค้าผลิตภัณฑ์นี้เวีย	118



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY