

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญแผนภาพ.....	(7)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของการศึกษา.....	1
ปัญหานำการศึกษา.....	5
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	5
ขอบเขตการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2. แนวคิด และทฤษฎี.....	9
แนวคิดเรื่องการตลาดเชิงบูรณาการ (IMC).....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception) และ การตระหนักรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness).....	24
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้าและเอกลักษณ์ตราสินค้า (Brand Identity) ...	29
แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค.....	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	59

3. ระเบียบวิธีการศึกษา .....	62
วิธีการศึกษา.....	62
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา .....	62
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล .....	65
การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล .....	67
การนำเสนอผลการศึกษา.....	67
4. ผลการศึกษา.....	69
ประเด็นที่ 1 : การตระหนักรู้ (Brand Awareness) ในตราสินค้าของ กลุ่มผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าเสื้อผ้า Zara .....	69
ประเด็นที่ 2 : ปัจจัยการตัดสินใจซื้อสินค้าเสื้อผ้า Zara ของกลุ่มผู้บริโภค.....	79
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	86
สรุปผลการศึกษา.....	86
อภิปรายผลการศึกษา.....	92
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	106
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต.....	107
ภาคผนวก	
ก. แนวคำถาม .....	109
ข. ภาพเกี่ยวกับสินค้าเสื้อผ้า Zara .....	111
บรรณานุกรม .....	117
ประวัติการศึกษา.....	123