

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงความแตกต่างของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ผ่านสื่อมวลชน (Above-the-line Promotions) และการสื่อสารที่ไม่ผ่านสื่อมวลชน (Below-the-line Promotions)	23
2.2	กระบวนการตอบสนอง (Response process) และ โมเดลลำดับขั้น การตอบสนอง (Response hierarchy model)	41
3.1	สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมุติฐานทางสถิติและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	88
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเปียร์ลิงก์ไลท์และเปียร์ชังไลท์ จำแนกตามเพศ	99
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเปียร์ลิงก์ไลท์และเปียร์ชังไลท์ จำแนกตามอายุ.....	99
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเปียร์ลิงก์ไลท์และเปียร์ชังไลท์ จำแนกตามระดับการศึกษา	100
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเปียร์ลิงก์ไลท์และเปียร์ชังไลท์ จำแนกตามอาชีพ	101
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเปียร์ลิงก์ไลท์และเปียร์ชังไลท์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	101
4.6	แสดงระดับการรับรู้เปียร์ลิงก์ไลท์จากเครื่องมือการสื่อสารการตลาด (n=200)	102
4.7	แสดงระดับการรับรู้เปียร์ชังไลท์จากเครื่องมือการสื่อสารการตลาด (n=200)	104
4.8	แสดงระดับความพึงพอใจในตราสินค้า (Brand Appreciation) ของ เปียร์ลิงก์ไลท์ (n=200)	106
4.9	แสดงระดับความพึงพอใจในตราสินค้า (Brand Appreciation) ของ เปียร์ชังไลท์ (n=200)	108
4.10	แสดงระดับความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ของเปียร์ลิงก์ไลท์ (n=200)	110
4.11	แสดงระดับความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ของเปียร์ชังไลท์ (n=200)	112

4.12	แสดงการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการรับรู้การสื่อสาร การตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสิงห์ไลท์และ/หรือช้างไลท์ของกลุ่มเป้าหมาย กับความพึงพอใจในตราสินค้า	115
4.13	แสดงการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการรับรู้การสื่อสาร การตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสิงห์ไลท์และ/หรือช้างไลท์ของกลุ่มเป้าหมาย กับความภักดีในตราสินค้า.....	118
4.14	แสดงความแตกต่างระหว่างเพศที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้าแตกต่างกัน	121
4.15	แสดงความแตกต่างระหว่างอายุที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้าแตกต่างกัน	121
4.16	แสดงความแตกต่างระหว่างการศึกษาที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้า แตกต่างกัน	122
4.17	แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้าแตกต่างกัน	123
4.18	แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้าแตกต่างกัน	124
4.19	แสดงความแตกต่างระหว่างเพศที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้า	124
4.20	แสดงความแตกต่างระหว่างอายุที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้า	125
4.21	แสดงการเปรียบเทียบคู่อายุที่มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในตราสินค้า แตกต่างกัน ด้วยวิธี L.S.D.	126
4.22	แสดงความแตกต่างระหว่างการศึกษาที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้า.....	127
4.23	แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้า.....	128
4.24	แสดงการเปรียบเทียบคู่อาชีพที่มีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจในตราสินค้า แตกต่างกัน ด้วยวิธี L.S.D.	128
4.25	แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ที่มีต่อความพึงพอใจในตราสินค้า.....	130
4.26	แสดงความแตกต่างระหว่างเพศที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า	131
4.27	แสดงความแตกต่างระหว่างอายุที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า.....	131
4.28	แสดงความแตกต่างระหว่างการศึกษาที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า	132
4.29	แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า	133
4.30	แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า	134
4.31	แสดงการเปรียบเทียบคู่รายได้ที่มีคะแนนเฉลี่ยความภักดีในตราสินค้า แตกต่างกัน ด้วยวิธี L.S.D.	135
4.32	แสดงความแตกต่างระหว่างเพศที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า	136

4.33	แสดงความแตกต่างระหว่างอายุที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า.....	136
4.34	แสดงการเปรียบเทียบคู่อายุที่มีคะแนนเฉลี่ยความภักดีในตราสินค้า แตกต่างกัน ด้วยวิธี L.S.D.	137
4.35	แสดงความแตกต่างระหว่างการศึกษาที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า	138
4.36	แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า	139
4.37	แสดงการเปรียบเทียบคู่อาชีพที่มีคะแนนเฉลี่ยความภักดีในตราสินค้า แตกต่างกัน ด้วยวิธี L.S.D.	140
4.38	แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ที่มีต่อความภักดีในตราสินค้า	141
5.1	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	146