

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและแนวคิดในการศึกษา	
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	7
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	8
บทที่ 3 ระเบียบและวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	9
ขอบเขตประชากร	9
การเก็บรวบรวมข้อมูล	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	10
ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย	11
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	12
บทที่ 5 บทสรุป	
สรุป	
อภิปรายผล	
ข้อค้นพบ	
ข้อเสนอแนะ	
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	
ประวัติผู้เขียน	

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ	12
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามอายุ	13
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามสถานภาพสมรส	13
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	14
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามอาชีพ	15
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	16
7	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่ผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	17
8	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	18
9	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านการมีตราสินค้าของบัตรอวยพรและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการมีตราสินค้าที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	19
10	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปแบบการออกแบบและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านรูปแบบการออกแบบที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	20
11	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านโทนสีและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านโทนสีที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	21
12	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านคำอวยพรและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคำอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
13	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านประเภทกระดาษ ของบัตรอวยพรและระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านประเภทกระดาษที่มีผลต่อ การซื้อบัตรอวยพร	23
14	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านสถานที่ผลิตบัตรอวยพรและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านสถานที่ผลิตบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	24
15	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านภาพของบัตรอวยพรและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านภาพที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	25
16	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านรูปทรงของบัตรอวยพรและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านรูปทรงที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	26
17	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านขนาดของบัตรอวยพรและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านขนาดที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	27
18	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านลักษณะของบัตรอวยพรและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านลักษณะที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	28
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านราคาและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	29
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านราคาของบัตรอวยพรและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
21	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านรูปแบบการชำระเงินของบัตรอวยพรและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านรูปแบบการชำระเงินที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	31
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบัตรอวยพรและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	32
23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	33
24	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านส่งเสริมการขายและระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	34
25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านโฆษณาและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านโฆษณา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	35
26	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	36
27	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตาม ปัจจัยด้านจิตวิทยาและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพร	37
28	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	38
29	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	39
30	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
31	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้าน ส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	41
32	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้าน ส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	42
33	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้าน ส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	43
34	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	44
35	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	45
36	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	47
37	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	48
38	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	50
39	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	52
40	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการมีตราสินค้า ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	54
41	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการมีตราสินค้า ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	55
42	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการมีตราสินค้า ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	56
43	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการมีตราสินค้า ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
57	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้าน โทนสี ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	80
58	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านคำอวยพร ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	82
59	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านคำอวยพร ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	83
60	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านคำอวยพร ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	84
61	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านคำอวยพร ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	85
62	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านคำอวยพร ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	87
63	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านคำอวยพร ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	89
64	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านประเภทกระดาษของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	91
65	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านประเภทกระดาษของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	92
66	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านประเภทกระดาษของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	94
67	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านประเภทกระดาษของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	96
68	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านประเภทกระดาษของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	98
69	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านประเภทกระดาษของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
70	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ผลิต บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	102
71	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ผลิต บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	103
72	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ผลิต บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	104
73	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ผลิต บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	105
74	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ผลิต บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	106
75	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่ผลิต บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	107
76	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูป ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	108
77	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูป ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	109
78	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูป ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	111
79	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูป ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	113
80	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูป ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	115
81	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูป ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
82	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปทรงของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและเพศ	119
83	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปทรงของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและอายุ	120
84	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปทรงของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและสถานภาพสมรส	121
85	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปทรงของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	122
86	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปทรงของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและอาชีพ	124
87	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปทรงของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและรายได้ต่อเดือน	125
88	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านขนาด ของบัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและเพศ	126
89	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านขนาด ของบัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและอายุ	127
90	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านขนาด ของบัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและสถานภาพสมรส	128
91	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านขนาด ของบัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	129
92	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านขนาด ของบัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและอาชีพ	131
93	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านขนาด ของบัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและรายได้ต่อเดือน	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
94	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและเพศ	135
95	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและอายุ	136
96	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและสถานภาพสมรส	137
97	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	138
98	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและอาชีพ	140
99	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะของ บัตรรอยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและรายได้ต่อเดือน	141
100	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและเพศ	142
101	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและอายุ	143
102	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและสถานภาพสมรส	144
103	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	145
104	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและอาชีพ	146
105	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรรอยพรและรายได้ต่อเดือน	147

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
106	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	148
107	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	149
108	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	150
109	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	151
110	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	153
111	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านราคาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	155
112	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปแบบการชำระเงิน ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	157
113	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปแบบการชำระเงิน ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	158
114	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปแบบการชำระเงิน ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	159
115	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปแบบการชำระเงิน ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	160
116	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปแบบการชำระเงิน ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	161
117	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านรูปแบบการชำระเงิน ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	162

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
118	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	163
119	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	164
120	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	166
121	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	167
122	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	169
123	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	171
124	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	173
125	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	174
126	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	175
127	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	176
128	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	177
129	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	178

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
130	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	179
131	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	180
132	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	181
133	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	182
134	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	183
135	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ของบัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	184
136	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้าน โฆษณาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	185
137	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้าน โฆษณาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	186
138	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้าน โฆษณาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	187
139	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้าน โฆษณาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	188
140	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้าน โฆษณาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	189
141	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้าน โฆษณาของ บัตรอวยพรที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	190

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
142	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	191
143	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	192
144	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	193
145	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	194
146	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	195
147	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านวัฒนธรรม ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	196
148	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและเพศ	197
149	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอายุ	198
150	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	199
151	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	201
152	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	203
153	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่มีผลต่อการซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	205

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
154	แสดงจำนวนของผู้บริโภครักษาตามแหล่งที่ซื้อบัตรอวยพร	208
155	แสดงจำนวนของผู้บริโภครักษาตามประเภทของบัตรอวยพร	209
156	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามเวลาในการซื้อบัตรอวยพร	210
157	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามจำนวนในการซื้อบัตรอวยพร	210
158	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามแหล่งที่ซื้อบัตรอวยพรและเพศ	211
159	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามแหล่งที่ซื้อบัตรอวยพรและอายุ	212
160	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามแหล่งที่ซื้อบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	213
161	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามแหล่งที่ซื้อบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	214
162	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามแหล่งที่ซื้อบัตรอวยพรและอาชีพ	216
163	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามแหล่งที่ซื้อบัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	218
164	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามประเภทของบัตรอวยพรและเพศ	220
165	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามประเภทของบัตรอวยพรและอายุ	221
166	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามประเภทของบัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	222
167	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามประเภทของบัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	223

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
168	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามประเภทของ บัตรอวยพรและอาชีพ	2239
169	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภครักษาตามประเภทของ บัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	227
170	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามเวลาในการซื้อ บัตรอวยพรและเพศ	229
171	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามเวลาในการซื้อ บัตรอวยพรและอายุ	230
172	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามเวลาในการซื้อ บัตรอวยพรและสถานภาพสมรส	231
173	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามเวลาในการซื้อ บัตรอวยพรและระดับการศึกษาสูงสุด	232
174	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามเวลาในการซื้อ บัตรอวยพรและอาชีพ	233
175	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามเวลาในการซื้อ บัตรอวยพรและรายได้ต่อเดือน	234
176	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามจำนวนบัตรอวยพรที่ซื้อ และเพศ	235
177	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามจำนวนบัตรอวยพรที่ซื้อ และอายุ	236
178	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามจำนวนบัตรอวยพรที่ซื้อ และสถานภาพสมรส	237
179	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาตามจำนวนบัตรอวยพรที่ซื้อ และระดับการศึกษาสูงสุด	238

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
180	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้บริโภคจําแนกตามจํานวนบัตรเครดิตอวพรที่ซื้อ และอาชีพ	240