

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิด และทฤษฎี	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ขอบเขตเนื้อหา	11
ขอบเขตประชากร	11
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือก	11
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	12
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	12
การรวบรวมข้อมูล	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการไปใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่	18
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่	22
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์	25
ส่วนที่ 5 ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจไม่เลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์	39
ส่วนที่ 6 พฤติกรรมของผู้บริโภคในการไปใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	41
ส่วนที่ 7 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน	65
ส่วนที่ 8 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ จำแนกตามเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน	79
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	144
สรุปผลการศึกษา	144
อภิปรายผล	147
ข้อค้นพบ	150
ข้อเสนอแนะ	152
บรรณานุกรม	154
ภาคผนวก	155
แบบสอบถาม	156
ประวัติผู้เขียน	165

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	15
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา ขั้นสูงสุด	16
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	17
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	17
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชุปเปอร์ มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่ที่เคยไป	18
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การไปชุปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่ที่เคยไป	19
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้เวลา ในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะ ไปซื้อที่ชุปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่	20
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันธรรมดา วันที่มักจะไปซื้อที่ชุปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ไป ใช้บริการที่ชุปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่	21
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจใช้บริการชุปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่	22
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จัก สินค้าแฮนด์แบรนด์	22
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อสินค้า แฮนด์แบรนด์ที่เคยซื้อ	23

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์	24
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทอาหาร ได้แก่ อาหารกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง ข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยวอบแห้ง น้ำมันพืช แยม ไข่กรอกและอาหารอบแห้งต่างๆ	25
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ ประเภทของขบเคี้ยว ได้แก่ ข้าวเกรียบกุ้ง ป๊อปคอร์น ถั่ว ลูกเกด เยลลี่	26
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทเบเกอรี่ ได้แก่ เวเฟอร์ บิสกิต	27
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์ ได้แก่ น้ำดื่ม น้ำผลไม้	28
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทเครื่องใช้ภายในบ้าน ได้แก่ ถุงพลาสติก ถุงขยะ แปรรง และภาชนะพลาสติก	29
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทเครื่องใช้ในห้องน้ำ ได้แก่ สบู่ แชมพู ยา ลีฟีน แปรรงลีฟีน มีด โกนหนวด กระจกยชำระ กระจกยเช็ดหน้า น้ำยาดับกลิ่น	30
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ได้แก่ น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน น้ำยาทำความสะอาดพื้นบ้าน น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทเครื่องปรุงอาหาร ได้แก่ เกลือ น้ำปลา ซีอิ๊ว น้ำส้มสายชู ซอสปรุงรส อื่น ๆ	32
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทผลิตภัณฑ์กำจัดแมลง ได้แก่ ยากันยุง ชนิดชด ยาม่าแมลง	33
25	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลำดับความนิยมกลุ่มสินค้าแฮตส์แบรนด์จากมากที่สุด ถึงน้อยที่สุด	34
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจในสินค้าแฮตส์แบรนด์ที่ซื้อ	35
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้สินค้าแฮตส์แบรนด์	35
28	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	36
29	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	37
30	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้าแฮตส์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	38
31	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยการส่งเสริมการตลาด	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์	40
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ราคา	40
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	41
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้าน การส่งเสริมการตลาด	41
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้าน ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ที่เคยไป และจำแนกตาม เพศ	42
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การไปร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ที่เคยไป และ จำแนกตามเพศ	43
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้เวลา ในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง และจำแนกตามเพศ	44
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะ ไปซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ และจำแนกตาม เพศ	45
40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันธรรมดา วันที่มักจะไปซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ และ จำแนกตามเพศ	46
41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ไป ใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ และจำแนก ตามเพศ	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไปใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่ และจำแนกตามเพศ	48
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่ที่เคยไป และจำแนกตามระดับการศึกษา	49
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการไปที่ร้านค้าร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่ที่เคยไป และจำแนกตามระดับการศึกษา	50
45	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง และจำแนกตามระดับการศึกษา	51
46	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะไปซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่ และจำแนกตามระดับการศึกษา	52
47	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันธรรมดาวันที่มักจะไปซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่	53
48	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ไปใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่	54
49	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไปใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งสมัยใหม่ และจำแนกตามระดับการศึกษา	55
50	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก คำส่งที่เคยไป และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
51	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการไปที่ร้านค้าร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ที่เคยไป และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
52	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มักจะไปซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันธรรมดาวันที่มักจะไปซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ไปใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
56	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจไปใช้บริการที่ซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักสินค้าแฮนด์แบรนด์ และจำแนกตามเพศ	64
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ที่เคยซื้อ และจำแนกตามเพศ	66
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ และจำแนกตามเพศ	67
60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทอาหาร ได้แก่ อาหารกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง ข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยวอบแห้ง น้ำมันพืช แยม ไส้กรอกและอาหารอบแห้งต่างๆ และจำแนกตามเพศ	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทของขบเคี้ยว ได้แก่ ข้าวเกรียบกุ้ง ป๊อปคอร์น ถั่ว ลูกเกด เยลลี่ และจำแนกตามเพศ	69
62	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเคอร์รี่ ได้แก่ เวเฟอร์ บิสกิต และจำแนกตามเพศ	70
63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์ ได้แก่ น้ำดื่ม น้ำผลไม้ และจำแนกตามเพศ	71
64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเครื่องใช้ภายในบ้าน ได้แก่ ถุงพลาสติก ถุงขยะ แปรรง และภาชนะพลาสติกและจำแนกตามเพศ	72
65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเครื่องใช้ในห้องน้ำ ได้แก่ สบู่ แชมพู ยา ลีฟีน แปร่งลีฟีน มีด โกนหนวด กระจกยชำระ กระจกยเช็ดหน้า น้ำยาดับกลิ่น และจำแนกตามเพศ	73
66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ได้แก่ น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน น้ำยาทำความสะอาดพื้นบ้าน น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม และจำแนกตามเพศ	74
67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเครื่องปรุงอาหาร ได้แก่ เกลือ น้ำปลา ซีอิ๊ว น้ำส้มสายชู ซอสปรุงรสอื่น ๆ และจำแนกตามเพศ	75
68	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทผลิตภัณฑ์กำจัดแมลง ได้แก่ ยากันยุง ชนิดชด ยาม่าแมลง และจำแนกตามเพศ	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
69	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจ ในสินค้าแฮตส์แบรนด์ที่ซื้อ และจำแนกตามเพศ	78
70	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้สินค้า แฮตส์แบรนด์ และจำแนกตามเพศ	79
71	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จัก สินค้าแฮตส์แบรนด์ และจำแนกตามระดับการศึกษา	80
72	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อสินค้า แฮตส์แบรนด์ที่เคยซื้อ และจำแนกตามระดับการศึกษา	82
73	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อสินค้า แฮตส์แบรนด์ และจำแนกตามระดับการศึกษา	84
74	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทอาหาร ได้แก่ อาหารกระป๋อง ผลไม้ กระป๋อง ข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยวอบแห้ง น้ำมันพืช แยม ไส้กรอกและอาหาร อบแห้งต่างๆ และจำแนกตามระดับการศึกษา	85
75	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทของขบเคี้ยว ได้แก่ ข้าวเกรียบกุ้ง ป๊อป คอร์น ถั่ว ลูกเกด เยลลี่ และจำแนกตามระดับการศึกษา	86
76	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทเกอร์รี่ ได้แก่ เวเฟอร์ บิสกิต จำแนก ตามระดับการศึกษา	87
77	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์ ได้แก่ น้ำดื่ม น้ำผลไม้ จำแนกตามระดับการศึกษา	88
78	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใน การซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทเครื่องใช้ภายในบ้าน ได้แก่ ถุงพลาสติก ถุงขยะ แปรง และภาชนะพลาสติก จำแนกตามระดับการศึกษา	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
79	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทเครื่องใช้ในห้องน้ำ ได้แก่ สบู่ แชมพู ยา ลีฟีน แปรงลีฟีน มีดโกนหนวด กระจกย่นชำระ กระจกย่นเช็ดหน้า น้ำยาดับกลิ่น จำแนกตามระดับการศึกษา	92
80	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ได้แก่ น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน น้ำยาทำความสะอาดพื้นบ้าน น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม จำแนกตามระดับการศึกษา	93
81	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทเครื่องปรุงอาหาร ได้แก่ เกลือ น้ำปลา ซีอิ๊ว น้ำส้มสายชู ซอสปรุงรส อื่น ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา	94
82	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ประเภทผลิตภัณฑ์กำจัดแมลง ได้แก่ ยากันยุง ชนิดขวด ยาม่าแมลง จำแนกตามระดับการศึกษา	96
83	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจในสินค้าแฮตส์แบรนด์ที่ซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา	97
84	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้สินค้าแฮตส์แบรนด์ จำแนกตามระดับการศึกษา	98
85	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักสินค้าแฮตส์แบรนด์ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
86	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ที่เคยซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101
87	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อสินค้าแฮตส์แบรนด์ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
88	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทอาหาร ได้แก่ อาหารกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง ข้าว เส้นก๋วยเตี๋ยวอบแห้ง น้ำมันพืช แยม ไส้กรอกและอาหารอบแห้งต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	104
89	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทของขบเคี้ยว ได้แก่ ข้าวเกรียบกุ้ง ป๊อปคอร์น ถั่ว ลูกเกด เยลลี่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	106
90	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเคอร์รี่ ได้แก่ เวเฟอร์ บิสกิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	108
91	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเครื่องดื่มที่ไม่ผสมแอลกอฮอล์ ได้แก่ น้ำดื่ม น้ำผลไม้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	109
92	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเครื่องใช้ภายในบ้าน ได้แก่ ถูพลาสติก ถูขยะ แปรง และภาชนะพลาสติก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	111
93	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเครื่องใช้ในห้องน้ำ ได้แก่ สบู่ แชมพู ยาตีฟีน แปรงสีฟัน มีดโกนหนวด กระจกชำระ กระจกเช็ดหน้า น้ำยาดับกลิ่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	113
94	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ได้แก่ น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน น้ำยาทำความสะอาดพื้นบ้าน น้ำยาซักผ้า น้ำยาปรับผ้านุ่ม และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	115
95	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเข้าสู่แบรนด์ประเภทเครื่องปรุงอาหาร ได้แก่ เกลือ น้ำปลา ซีอิ๊ว น้ำส้มสายชู ซอสปรุงรส อื่น ๆ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	117

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
96	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ประเภทผลิตภัณฑ์กำจัดแมลง ได้แก่ ยากันยุง ชนิดขวด ยาน้ำแมลง และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	119
97	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจในสินค้าแฮนด์แบรนด์ที่ซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	121
98	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้สินค้าแฮนด์แบรนด์และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	122
99	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	123
101	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	124
102	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	125
103	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	126
104	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	127
105	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรนด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
106	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แฮนด์แบรด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	130
107	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแฮนด์ แบรด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	131
108	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แฮนด์แบรด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	133
109	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แฮนด์แบรด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	135
110	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แฮนด์แบรด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	136
111	แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า แฮนด์แบรด์ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	138
112	แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจใน สินค้าแฮนด์แบรด์ที่ซื้อ จำแนกตามร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ที่เคยไป	140
113	แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้สินค้า แฮนด์แบรด์ และจำแนกตามร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าปลีก ค้าส่ง สมัยใหม่ที่เคยไป	141

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
114	แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่ซื้อ สินค้าแฮนด์แบรนด์ที่เคยซื้อ และจำแนกตามร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือ ร้านค้าปลีก ค้าส่งสมัยใหม่ที่เคยไป	142
115	แสดง จำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจใน สินค้าแฮนด์แบรนด์ ที่เคยซื้อ และจำแนกตามการจะใช้สินค้าแฮนด์แบรนด์ ต่อไป	143
116	แสดงปัจจัยย่อย 10 ลำดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ	151
117	แสดงปัญหา 10 ลำดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ	152