

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับถั่วอะซูกิ (Azuki bean)	4
2.2 การใช้การทดสอบผู้บริโภค (Consumer Tests)	5
2.3 การทดสอบผลิตภัณฑ์ (Product Tests)	6
2.4 การประเมินค่าทางประสาทสัมผัส (Sensory Evaluation)	8
2.5 แนวคิดทางการตลาดเชิงประสาทสัมผัส (Sensory Marketing)	10
2.6 การทดสอบการยอมรับ (Acceptance test)	11
2.7 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค (Analyzing Consumer behavior)	12
2.8 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model)	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.9 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	15
2.10 กรอบแนวคิดในการวิจัย	18
2.11 สมมุติฐานการศึกษา	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ขอบเขตการศึกษา	20
3.2 การเตรียมตัวอะซูกิกวน	20
3.3 ขอบเขตประชากร และขนาดตัวอย่าง	21
3.3.1 ขอบเขตประชากร	21
3.3.2 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	21
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	22
3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	22
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	22
3.6 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	24
3.7 ระยะเวลาในการศึกษา	24
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	26
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์จากถั่วของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
2.1 พฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์จากถั่วของผู้ตอบแบบสอบถาม	27
2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์จากถั่วจำแนกตามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ กลุ่มอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลการทดสอบความชอบและการยอมรับทางประสามสัมผัสต่อ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน	68
3.1 ข้อมูลด้านความชอบผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน	68
3.2 ข้อมูลทิศทางความพอดีของผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน	69
3.3 ข้อมูลด้านการยอมรับและการตัดสินใจซื้อ	70
3.4 การวิเคราะห์การยอมรับ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน	71
3.5 ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับจำแนกตามข้อมูลทั่วไป และ พฤติกรรมกรรการบริโภคผลิตภัณฑ์จากถั่ว	73
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน และ ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	85
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	109
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	120
5.3 ข้อค้นพบ	122
5.4 ข้อเสนอแนะ	124
บรรณานุกรม	125
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ขั้นตอนการทำถั่วอะซูกิกวน	129
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	134
ประวัติผู้เขียน	142

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ กลุ่มอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	26
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์แปรรูปถั่วที่ชอบมากที่สุด	28
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว	28
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว	29
4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วเป็นประจำ	29
4.6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว	30
4.7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้จักถั่วอะซูกิ	30
4.8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลถั่วอะซูกิ	30
4.9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเคยรับประทานถั่วอะซูกิ	31
4.10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสนใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วอะซูกิ	31
4.11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วที่ชอบมากที่สุด จำแนกตามเพศ	32
4.12	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลในการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามเพศ	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วเป็นประจำ จำแนกตามเพศ	34
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งข้อมูลถั่วอะซูกิ จำแนกตามเพศ	35
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความสนใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว อะซูกิ จำแนกตามเพศ	36
4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลในการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามกลุ่มอายุ	37
4.17 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วเป็นประจำ จำแนกตามกลุ่มอายุ	38
4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามกลุ่มอายุ	39
4.19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความรู้จักถั่วอะซูกิ จำแนกตามกลุ่มอายุ	40
4.20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งข้อมูลถั่วอะซูกิ จำแนกตามกลุ่มอายุ	41
4.21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความสนใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วอะซูกิ จำแนกตามกลุ่มอายุ	42
4.22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความถี่ของการรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามระดับการศึกษา	43
4.23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลในการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามระดับการศึกษา	44
4.24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วเป็นประจำ จำแนกตามระดับการศึกษา	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามระดับการศึกษา	46
4.26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความรู้จักถั่วอะซูกิ จำแนกตามระดับการศึกษา	47
4.27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งข้อมูลถั่วอะซูกิ จำแนกตามระดับการศึกษา	48
4.28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามการเคยรับประทานถั่วอะซูกิ จำแนกตามระดับการศึกษา	49
4.29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความสนใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วอะซูกิ จำแนกตามระดับการศึกษา	50
4.30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผลิตภัณฑ์แปรรูปถั่วที่ชอบมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ	51
4.31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความถี่ของการรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามอาชีพ	52
4.32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลในการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามอาชีพ	53
4.33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วเป็นประจำ จำแนกตามอาชีพ	54
4.34 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามอาชีพ	55
4.35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความรู้จักถั่วอะซูกิ จำแนกตามอาชีพ	56
4.36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งข้อมูลถั่วอะซูกิ จำแนกตามอาชีพ	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.37 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามการเคยรับประทานถั่วอะซูกิ จำแนกตามอาชีพ	58
4.38 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความสนใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วอะซูกิ จำแนกตามอาชีพ	59
4.39 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผลิตภัณฑ์แปรรูปถั่วที่ชอบมากที่สุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
4.40 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความถี่ของการรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
4.41 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลในการเลือกรับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
4.42 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วเป็นประจำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
4.43 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่ว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
4.44 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความรู้จักถั่วอะซูกิ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
4.45 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งข้อมูลถั่วอะซูกิ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	66
4.46 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเคยรับประทานถั่วอะซูกิ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
4.47 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความสนใจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วอะซูกิ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.48 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความชอบต่อคุณลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์	69
4.49 จำนวนและร้อยละ ด้านลักษณะประสาทสัมผัสด้านทิศทางการพอดีของผลิตภัณฑ์	70
4.50 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคต่อการยอมรับและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์	70
4.51 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้จากการใช้วิธีโลจิสติกส์เกรสชั่น	71
4.52 ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีโลจิสติกส์เกรสชั่น	72
4.53 ค่าเฉลี่ยของระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	73
4.54 จำนวนและร้อยละการยอมรับผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามเพศ	74
4.55 จำนวนและร้อยละการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามเพศ	74
4.56 ค่าเฉลี่ยของระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มอายุ	75
4.57 จำนวนและร้อยละการยอมรับผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามกลุ่มอายุ	76
4.58 จำนวนและร้อยละการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามกลุ่มอายุ	77
4.59 คะแนนความชอบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	78
4.60 จำนวนและร้อยละการยอมรับผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามระดับการศึกษา	79
4.61 จำนวนและร้อยละการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามระดับการศึกษา	80
4.62 คะแนนความชอบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	81
4.63 จำนวนและร้อยละการยอมรับผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามอาชีพ	82
4.64 จำนวนและร้อยละการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามอาชีพ	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.65	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความชอบของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
4.66	จำนวนและร้อยละการยอมรับผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน	84
4.67	จำนวนและร้อยละการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	85
4.68	คะแนนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิ กวนสามารถนำเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อื่น เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ	86
4.69	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาที่เหมาะสมของ ผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน	86
4.70	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่เหมาะสมในการ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน	86
4.71	คะแนน และอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน ให้เป็นที่รู้จัก เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ	87
4.72	คะแนนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวนสามารถ นำเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อื่น เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนก ตามเพศ	87
4.73	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามราคาที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิ กวน จำแนกตามเพศ	88
4.74	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่เหมาะสมในการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามเพศ	89
4.75	คะแนนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ถั่วอะซูกิกวน ให้เป็นที่รู้จัก เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามเพศ	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.76	คะแนนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวนสามารถนำเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อื่น เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามกลุ่มอายุ	91
4.77	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามราคาที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามกลุ่มอายุ	92
4.78	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่เหมาะสมในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามกลุ่มอายุ	93
4.79	คะแนนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวนให้เป็นที่รู้จัก เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามกลุ่มอายุ	94
4.80	จำนวนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวนสามารถนำเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามระดับการศึกษา	95
4.81	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามราคาผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามระดับการศึกษา	96
4.82	จำนวนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่เหมาะสมในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามระดับการศึกษา	97
4.83	จำนวนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวนให้เป็นที่รู้จัก เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามระดับการศึกษา	98
4.84	จำนวนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวนสามารถนำเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามอาชีพ	100
4.85	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามราคาผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามอาชีพ	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.86	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่เหมาะสมในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามอาชีพ	102
4.87	จำนวนและอันดับแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน ให้เป็นที่รู้จัก เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามอาชีพ	104
4.88	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวนสามารถนำเป็นส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	105
4.89	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามราคาผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	106
4.90	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่ที่เหมาะสมในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	107
4.91	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ถั่วอะซูกิกวน ให้เป็นที่รู้จัก เรียงตามระดับความสำคัญ 3 อันดับ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	108

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1	9
2.2	11
2.3	13
2.4	15
2.5	18