

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสังกัด	36
4.1	ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
4.2	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามประเภทของข้าวที่นิยมรับประทาน	43
4.3	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามยี่ห้อของข้าวที่นิยมซื้อเพื่อบริโภค	44
4.4	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อข้าวยี่ห้อดังกล่าว	45
4.5	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามลักษณะการซื้อข้าวในแต่ละครั้ง	45
4.6	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามปริมาณการซื้อข้าวต่อครั้ง	46
4.7	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามราคาข้าวต่อหน่วยในการซื้อแต่ละครั้ง	46
4.8	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามสถานที่ที่นิยมไปเลือกซื้อข้าว	47
4.9	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อข้าวจากสถานที่ดังกล่าว	47
4.10	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามช่องทางที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้าว	48
4.11	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อข้าว	49
4.12	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามลักษณะการตัดสินใจเลือกซื้อข้าวเพื่อบริโภค	49
4.13	พฤติกรรมการซื้อข้าว จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้เปลี่ยนยี่ห้อข้าวที่บริโภคในปัจจุบัน	50
4.14	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต	51
4.15	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต ด้านผลิตภัณฑ์	52
4.16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต ด้านราคา	53
4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	53
4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต ด้านการส่งเสริมการตลาด	54
4.19	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต จำแนกตามเพศ	55
4.20	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต จำแนกตามอายุ	56
4.21	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่โดยวิธีเซฟเฟ	57
4.22	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต จำแนกตามสถานะ	58
4.23	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต จำแนกตามระดับการศึกษา	59
4.24	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดุสิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.25	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดูลิต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่โดยวิธีเซฟเฟ	61
4.26	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดูลิต จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	64
4.27	เปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวสวนดูลิต จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นรายคู่โดยวิธีเซฟเฟ	65