

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภครู้จักต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้าปลีก ในเขตกรุงเทพมหานครจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์และการแปลความหมายข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และ ข้อมูลทั่วไปในการเลือกใช้บริการร้านค้า และการเลือกซื้อสินค้าประเภทอาหาร ตั้งแต่ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 17

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้าปลีก ตั้งแต่ตารางที่ 18 ถึงตารางที่ 21

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้าปลีก จำแนกตามเพศ รายได้และประสบการณ์ในการซื้อ ตั้งแต่ตารางที่ 22 ถึงตารางที่ 33

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทั่วไปในการเลือกใช้บริการร้านค้า และการเลือกซื้อสินค้าประเภทอาหาร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	208	47.3
หญิง	232	52.7
รวม	440	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.7 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 47.3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	8	1.8
18 - 24 ปี	64	14.5
25 - 34 ปี	132	30.0
35 - 44 ปี	144	32.7
45 - 65 ปี	80	18.2
มากกว่า 65 ปี	12	2.7
รวม	440	100

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 35-44 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาคืออายุระหว่าง 25-34 ปี ร้อยละ 30.0 อายุระหว่าง 45-65 ปี ร้อยละ 18.2 และ อายุต่ำกว่า 18 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	4	0.9
มัธยมศึกษาตอนต้น	20	4.5
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	44	10.0
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	60	13.6
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ	40	9.1
ปริญญาตรี	196	44.5
ปริญญาโท	76	17.3
รวม	440	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือระดับปริญญาโท ร้อยละ 17.3 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 13.6 ระดับศึกษามีเป็นส่วนน้อยที่สุด คือร้อยละ 0.9

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	52	11.8
แม่บ้าน พ่อบ้าน	36	8.2
ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	84	19.1
พนักงานบริษัทเอกชน	156	35.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	108	24.5
รับจ้างทั่วไป	4	0.9
รวม	440	100

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดร้อยละ 35.5 รองลงมาคืออาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 24.5 ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 19.1 และน้อยที่สุดคือ อาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 0.9

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	20	4.5
2 คน	80	18.2
3 คน	76	17.3
4 คน	92	20.9
5 คน	60	13.6
6 คน	48	10.9
7 คน	40	9.1
8 คน	8	1.8
9 คน	8	1.8
ไม่ระบุ	8	1.8
รวม	440	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสมาชิกในครอบครัว 4 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.9 รองลงมา มีสมาชิกในครอบครัว 2 คน และ 3 คน ร้อยละ 18.2 และ 17.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6,000 บาท	4	0.9
6,001 - 10,000บาท	12	2.7
10,001 - 20,000 บาท	32	7.3
20,001 - 30,000 บาท	92	20.9
30,001 - 40,000 บาท	136	30.9
มากกว่า 40,000 บาท	164	37.3
รวม	440	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน มากกว่า 40000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมามีรายได้ในช่วง 30001 – 40000 บาท หรือร้อยละ 30.9 รายได้ในช่วง 20001-30000 บาท ร้อยละ 20.9 รายได้รวมของครอบครัวต่อเดือนน้อยกว่า 6000 บาทมีจำนวนน้อยที่สุด คือร้อยละ 0.9

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด โดยเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	28	6.4
เดือนละ 1 ครั้ง	64	14.5
2 – 3 ครั้งต่อเดือน	144	32.7
4 ครั้งต่อเดือน	164	37.3
มากกว่า 4 ครั้ง	40	9.1
รวม	440	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมอาหารสดโดยเฉลี่ย 4 ครั้งต่อเดือนจำนวนมากที่สุด หรือร้อยละ 37.3 รองลงมา ไปประมาณ 2-3 ครั้งต่อเดือน ร้อย

ละ 32.7 ไปซื้อเดือนละครั้ง ร้อยละ 14.5 และไปซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนมีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 6.4

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด จำแนกตามร้านค้าที่ซื้อบ่อยมากที่สุด

ร้านค้า	จำนวน	ร้อยละ
เม็คโคร	64	14.5
เทสโก้โลตัส	108	24.5
บิ๊กซี	64	14.5
คาร์ฟูร์	80	18.2
ท็อปส์	104	23.6
ร้านขายของชำ (โซว์ห่วย)	4	0.9
ซูเปอร์มาร์เก็ตอื่น ๆ	4	0.9
ตลาดสด	12	2.7
รวม	440	100

จากตารางพบว่า ร้านค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด บ่อยมากที่สุดคือ ร้านเทสโก้ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาคือร้านท็อปส์ ร้อยละ 23.6 คาร์ฟูร์มีผู้นิยมไปซื้อเป็นอันดับ 3 หรือร้อยละ 18.2 ร้านขายของชำ และซูเปอร์มาร์เก็ตอื่น ๆ มีผู้นิยมไปบ่อย น้อยที่สุดเพียงร้อยละ 0.9 เท่ากัน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด จากร้านค้าที่ใช้บริการบ่อยที่สุด โดยเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	16	3.6
เดือนละ 1 ครั้ง	44	10.0
2 – 3 ครั้งต่อเดือน	152	34.5
4 ครั้งต่อเดือน	180	40.9
มากกว่า 4 ครั้ง	48	10.9
รวม	440	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด จากร้านที่ใช้บริการบ่อยที่สุด จำนวน 4 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด ร้อยละ 40.9 รองลงมา ไปซื้อประมาณ 2-3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 34.5 ไปซื้อมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 10.9 ส่วนที่ซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนมีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 3.6

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกร้านค้า*

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ราคาถูก	264	60
มีความหลากหลายของสินค้าให้เลือกมาก	236	53.6
สินค้าที่ขายมีคุณภาพและสภาพดี	236	53.6
ไม่มีปัญหาสินค้าขาด	100	22.7
มีบริการที่ดีจากพนักงาน	120	27.3
มีสินค้าที่หือเฉพาะที่ไม่มีขายในร้านอื่น	0	0
มีการจัดเรียงที่ดี หาสินค้าได้ง่าย	184	41.8
ความสะดวกของร้านค้า	72	16.4
อื่น ๆ (ใกล้บ้าน สะดวก)	80	18.2

*จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 440 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ราคาถูกเป็นเหตุผลที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกในการเลือกร้านค้าที่ไปซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ไม่ใช่อาหารสด โดยมีผู้เลือกสูงถึงร้อยละ 60 รองลงมา คือความหลากหลายของสินค้าให้เลือกมาก มีจำนวนผู้เลือกเท่ากับ เหตุผลสินค้าที่ขายมีคุณภาพและสภาพดี คือร้อยละ 53.6 และ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามใด เลือกเหตุผลที่มีสินค้าที่หือเฉพาะเลย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร โดยไม่รวมถึงอาหารสด โดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ยอดซื้อผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	24	5.5
100 - 300 บาท	100	22.7
301 - 600 บาท	228	51.8
601 - 1,000 บาท	56	12.7
1,001 - 2,000 บาท	32	7.3
มากกว่า 2,000 บาท	0	0
รวม	440	100

จากตารางพบว่า ยอดซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ไม่ใช่อาหารสด โดยเฉลี่ยต่อครั้งส่วนมาก อยู่ในระหว่าง 301-600 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงไป ซื้อเฉลี่ยครั้งละ 100-300 บาทคิดเป็นร้อยละ 22.7 ซื้อเฉลี่ยครั้งละ 601-1000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.7 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามใดซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ไม่ใช่อาหารสด เฉลี่ยครั้งละ มากกว่า 2000 บาท

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารที่ซื้อมากที่สุด*

ผลิตภัณฑ์อาหาร	จำนวน	ร้อยละ
ข้าวสาร	20	4.5
เครื่องดื่สำหรับชง	284	64.5
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	24	5.5
น้ำปลา ซอสปรุงรส ซอสปรุงอาหาร	12	2.7
อาหารกระป๋อง ผลไม้กระป๋อง	88	20.0
น้ำผลไม้	4	0.9
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4	0.9
คุกกี้ ขนมปัง	4	0.9

*จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 440 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า กลุ่ม ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ไม่ใช่อาหารสด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อมากที่สุดคือ เครื่องดื่มสำหรับชง คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ อาหารกระป๋อง ร้อยละ 20.0 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรา ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า

ความรู้จัก	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	412	93.6
ไม่รู้จักเลย	28	6.4
รวม	440	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จัก ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็น ตรา ยี่ห้อ เฉพาะของร้านค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 93.6 ส่วนที่ไม่รู้จักคิดเป็นร้อยละ 6.4

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักหรือเห็นผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรา ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label)*

ตรา ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า	จำนวน	ร้อยละ
แม็คโคร : ยี่ห้อ ARO	164	37.3
เทสโก้โลตัส : ยี่ห้อTESCO	32	7.3
เทสโก้โลตัส : ยี่ห้อSuper Save	308	70
เทสโก้โลตัส : ยี่ห้อ คุ่มค่า	120	27.3
คาร์ฟูร์ : ยี่ห้อ คาร์ฟูร์	196	44.5
บิ๊กซี : ยี่ห้อ ลิตเตอร์ไพรซ์	196	44.5
ท็อปส์ : ยี่ห้อ ท็อปส์	276	62.5

*จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 412 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักยี่ห้อ Super Save ของร้านเทสโก้ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือ ยี่ห้อ TOPs ของร้าน ท็อปส์ คิดเป็นร้อยละ 62.5 ยี่ห้อคาร์ฟูร์และ ลิตเตอร์ไพรซ์ มีผู้รู้จักเท่า ๆ กันคือ ร้อยละ 44.5 ส่วนยี่ห้อ TESCO ของร้านเทสโก้ โลตัส มีผู้รู้จัก น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 7.3

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารที่รู้จักที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) *

กลุ่มสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ข้าวสาร	308	74.8
น้ำตาลทราย	408	99.0
น้ำดื่ม	348	84.5
กาแฟ	400	97.1
ครีมเทียม	380	92.2
น้ำแร่	132	32.0
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	80	19.4
อาหารแช่แข็ง	52	12.6
น้ำปลา	128	31.1
อาหารกระป๋อง	152	36.9
ผลไม้กระป๋อง	32	7.8
ซอสปรุงรส	24	5.8
เบียร์	20	4.9
น้ำอัดลม	280	68.0
ซอสปรุงอาหาร	20	4.9
นมผงเด็ก	88	21.4
แยม	4	1.0
วุ้นเส้น	12	2.9
น้ำส้มสายชู	9	2.2
น้ำมันพืช	16	3.9

*จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักผลิตภัณฑ์ 412 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ไม่ใช่อาหารสด ที่เป็นหือเฉพาะของร้านค้าปลีกที่ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จักมากที่สุดคือ น้ำตาลทราย คิดเป็นร้อยละ 99 รองลงมาคือ กาแฟ และครีมเทียม คิดเป็นร้อยละ 97.1 และ ร้อยละ 92.2 ตามลำดับ และแยม เป็นผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบรู้จักน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า

ประสบการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
เคย	224	54.4
ไม่เคย	188	45.6
รวม	412	100

*จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักผลิตภัณฑ์ 412 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่รู้จัก ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ไม่ใช่อาหารสด ที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้าปลีก ส่วนใหญ่ เคยซื้อ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว คิดเป็นร้อยละ 54.4 ผู้ที่ไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 45.6

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรา
ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label) แยกเป็นรายผลิตภัณฑ์ *

กลุ่มสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ข้าวสาร	112	27.2
น้ำตาลทราย	140	34.0
น้ำดื่ม	156	37.9
เบียร์	0	0
กาแฟ	120	29.1
ครีมเทียม	88	21.4
น้ำอัดลม	68	16.5
น้ำแร่	4	1.0
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	12	2.9
อาหารเช้า ซีเรียล	16	3.9
ซอสปรุงรส	16	3.9
น้ำปลา	20	4.9
อาหารกระป๋อง	40	9.7
ผลไม้กระป๋อง	0	0
ซอสปรุงอาหาร	8	1.9
นมผงเด็ก	16	3.9
แยม	1	0.2
วุ้นเส้น	4	1.0
น้ำส้มสายชู	0	0
น้ำมันพืช	15	3.6

*จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักผลิตภัณฑ์ 412 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่รู้จัก ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ไม่ใช่อาหารสด ที่เป็นตรา
ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้าปลีก เคยชื้อน้ำดื่มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมาคือ น้ำตาลทราย คิด
เป็นร้อยละ 34.0 กาแฟและข้าวสารมีจำนวนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 29.1 และ 27.2 ตามลำดับ ส่วน
ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบไม่เคยซื้อเลยคือ เบียร์ ผลไม้กระป๋องและน้ำส้มสายชู

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นหรือทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์ของร้านค้าปลีก (Private Label)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะของร้านค้า (Private Label)

ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เฉยๆ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ผลิตภัณฑ์ฯ มีคุณภาพสูง	0	0	4	1.0	148	35.9	216	52.4	44	10.7	2.27	ไม่เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความน่าเชื่อถือ	0	0	40	9.7	184	44.7	184	44.7	4	1.0	2.63	เฉยๆ
ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าป็นสินค้าที่มีคุณภาพ	4	1.0	84	20.4	184	44.7	136	33.0	4	1.0	2.87	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความปลอดภัยในการบริโภค	36	8.7	188	45.6	184	44.7	4	1.0	0	0	3.62	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายประเภทให้เลือก	72	17.5	180	43.7	108	26.2	52	12.6	0	0	3.66	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายขนาดให้เลือก	0	0	16	3.9	200	48.5	184	44.7	12	2.9	2.53	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น	200	48.5	96	23.3	76	18.4	40	9.7	0	0	4.11	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	0	0	4	1.0	76	18.4	264	64.1	68	16.5	2.04	ไม่เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีราคาต่ำ	32	7.8	312	75.7	64	15.5	4	1.0	0	0	3.90	เห็นด้วย

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหยั้หือเฉพาะของ
ร้านค้า (Private Label)

ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหยั้หือเฉพาะ ของร้านค้า (Private Label)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เฉย ๆ		ไม่เห็นด้วย ยิ่ง		ค่า เฉลี่ย	ระดับ ความคิดเห็น		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย	8	1.9	96	23.3	256	62.1	52	12.6	0	0	3.15	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ สามารถหาซื้อได้ง่าย	0	0	56	13.6	164	39.8	192	46.6	0	0	2.67	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุด ตา ทำให้ผู้บริโภคเห็น ได้เด่นชัด	60	14.6	216	52.4	100	24.3	36	8.7	0	0	3.73	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการโฆษณาบ่อย	44	10.7	212	51.5	108	26.2	44	10.7	4	1.0	3.60	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการประชาสัมพันธ์บ่อย	84	20.4	220	53.4	60	14.6	44	10.7	4	1.0	3.82	เห็นด้วย
พนักงานขายมีการนำเสนอ ได้นำสนใจ	0	0	40	9.7	196	47.6	160	38.8	16	3.9	2.63	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการลด แลก แจก แถม บ่อย	0	0	32	7.8	72	17.5	216	52.4	92	22.3	2.11	ไม่เห็นด้วย

*จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักผลิตภัณฑ์ 412 คน

จากตารางพบว่า ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) อยู่ในระดับเห็นด้วย ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค (3.62) มีหลายประเภทให้เลือก (3.66) มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบหืออื่น (4.11) มีราคาต่ำ(3.90) มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา ทำให้ผู้บริโภคเห็นได้ชัด(3.73) มีการโฆษณาบ่อย (3.60) มีการประชาสัมพันธ์บ่อย(3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เฉย ๆ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ(2.63) ชื่อเสียงร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ(2.87) ความหลากหลายของขนาดของสินค้า(2.53) ความคุ้มค่าต่อเงิน(3.15) สามารถหาซื้อได้ง่าย(2.67) และพนักงานขายนำเสนอได้น่าสนใจ(2.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ไม่เห็นด้วย ในเรื่องผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพสูง(2.27) มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม(2.04) และมีการลด แลก แจก แถมบ่อย(2.11)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของอาหารที่เป็นตรา
ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label)

ความพอใจต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรา ยี่ห้อเฉพาะ (Private Label)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เฉย ๆ		ไม่เห็นด้วย ยิ่ง		ค่า เฉลี่ย	ระดับ ความคิดเห็น
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ผลิตภัณฑ์ฯ มีคุณภาพสูง	0	0	0	0	124	30.1	236	57.3	2.17	ไม่พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความน่าเชื่อถือ	0	0	20	4.9	156	37.9	216	52.4	2.43	ไม่พอใจ
ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อ ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ	0	0	48	11.7	188	45.6	164	39.8	2.66	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความปลอดภัยในการ บริโภค	16	3.9	136	33.0	260	63.1	0	0	3.41	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายประเภทให้เลือก	52	12.6	132	32.0	160	38.8	68	16.5	3.41	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายขนาดให้เลือก	0	0	8	1.9	192	46.6	212	51.5	2.50	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบ ยี่ห้ออื่น	0	0	4	1.0	96	23.3	244	59.2	2.09	ไม่พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	0	0	0	0	96	23.3	268	65.0	2.12	ไม่พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีราคาถูกมาก	28	6.8	272	66.0	104	25.2	8	1.9	3.78	พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย	4	1.0	16	3.9	112	27.2	252	61.2	3.57	พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ สามารถหาซื้อได้ง่าย	0	0	40	9.7	228	55.3	140	34.0	2.74	เฉย ๆ

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์ของร้านค้า (Private Label)

ความพอใจต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์ของร้านค้า (Private Label)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เฉย ๆ		ไม่เห็นด้วย		ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา ทำให้ผู้บริโภคเห็นได้เด่นชัด	4	1.0	128	31.1	232	56.3	40	9.7	3.19	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการโฆษณาบ่อย	4	1.0	84	20.4	264	64.1	56	13.6	3.07	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการประชาสัมพันธ์บ่อย	4	1.0	100	24.3	252	61.2	48	11.7	3.11	เฉย ๆ
พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ	0	0	24	5.8	236	57.3	144	35.0	2.67	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการลดแลก แจกแถมบ่อย	0	0	20	4.9	108	26.2	176	42.7	2.10	ไม่พอใจ

*จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักผลิตภัณฑ์ 412 คน

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพอใจต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) อยู่ในระดับพอใจ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกลงมาก(3.78) และผลิตภัณฑ์มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย(3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ เฉย ๆ ในเรื่องชื่อเสียงร้านค้าทำให้เชื่อว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ(2.66) ความปลอดภัยในการบริโภค(3.41) ผลิตภัณฑ์มีหลายประเภทให้เลือก(3.41) ความหลากหลายของขนาดของสินค้า(2.50) สามารถหาซื้อได้ง่าย(2.74) มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา ทำให้ผู้บริโภคเห็นได้ชัด(3.19) มีการโฆษณาบ่อย(3.07) มีการประชาสัมพันธ์บ่อย(3.11) พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ(2.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ไม่พอใจ ในเรื่องผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพสูง(2.17) ความน่าเชื่อถือ(2.43) บรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น(2.09) บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สวยงาม(2.12) และไม่ค่อยมีการลด แลก แจก แถมบ่อย(2.10)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดที่จะซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	52	12.6
อาจจะซื้อ	128	31.1
ยังไม่ตัดสินใจ	76	18.4
อาจจะไม่ซื้อ	100	24.3
ไม่ซื้อแน่นอน	56	13.6
รวม	412	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดที่อาจจะซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ไม่ใช่อาหารสด ที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาอาจจะไม่ซื้อ ร้อยละ 24.3 ยังไม่ตัดสินใจ ร้อยละ 18.4 ผู้ที่จะซื้อแน่นอนมีจำนวนน้อยที่สุด 12.6

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะแนะนำผู้อื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคิดที่จะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	16	3.9
อาจจะแนะนำ	96	23.3
ยังไม่ตัดสินใจ	144	35.0
อาจจะไม่แนะนำ	76	18.4
ไม่แนะนำแน่นอน	80	19.4
รวม	412	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ยังไม่ตัดสินใจจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหาร ที่ไม่ใช่อาหารสด ที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้ามากที่สุด ร้อยละ 35.0 รองลงมาอาจจะแนะนำ ร้อยละ 23.3 ไม่แนะนำแน่นอน ร้อยละ 19.4 แนะนำแน่นอนมีผู้ตอบน้อยที่สุด ร้อยละ 3.9

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหมีโดยเฉพาะของร้านค้ำปึก (Private Label) จำนวนตามเพศ ระดับรายได้ และประเภทการสั่งซื้อ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราหมีโดยเฉพาะของร้านค้ำ (Private Label) จำนวนตามเพศ

ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหมีโดยเฉพาะของร้านค้ำ (Private Label)	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
ผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพสูง	2.28	ไม่เห็นด้วย	2.26	ไม่เห็นด้วย	2.27	ไม่เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ มีความน่าเชื่อถือ	2.63	เฉย ๆ	2.63	เฉย ๆ	2.63	เฉย ๆ
ชื่อเสียงของร้านค้ำที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ	2.85	เฉย ๆ	2.89	เฉย ๆ	2.87	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ มีความปลอดภัยในการบริโภค	3.74	เห็นด้วย	3.53	เห็นด้วย	3.62	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ มีหลายประเภทให้เลือก	3.65	เห็นด้วย	3.67	เห็นด้วย	3.66	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ มีหลายขนาดให้เลือก	2.61	เฉย ๆ	2.47	ไม่เห็นด้วย	2.53	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ มีบรรจุภัณฑ์ให้เลือกอื่น	4.15	เห็นด้วย	4.07	เห็นด้วย	4.11	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	2.09	ไม่เห็นด้วย	2.00	ไม่เห็นด้วย	2.04	ไม่เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ มีราคาต่ำ	3.98	เห็นด้วย	3.84	เห็นด้วย	3.90	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย	3.26	เฉย ๆ	3.05	เฉย ๆ	3.15	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ สามารถหาซื้อได้ง่าย	2.65	เฉย ๆ	2.68	เฉย ๆ	2.67	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา ทำให้ผู้บริโภคเห็นได้เด่นชัด	3.93	เห็นด้วย	3.56	เห็นด้วย	3.73	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ มีการโฆษณาบ่อย	3.67	เห็นด้วย	3.54	เห็นด้วย	3.60	เห็นด้วย

ตารางที่ 22 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์เฉพาะของร้านค้า (Private Label)	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
ผลิตภัณฑ์ มีการประชาสัมพันธ์บ่อย	3.65	เห็นด้วย	3.95	เห็นด้วย	3.82	เห็นด้วย
พนักงานขายมีการนำเสนอที่น่าสนใจ	2.61	เฉย ๆ	2.65	เฉย ๆ	2.63	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ มีการลด แลก แจก แถมบ่อย	2.04	ไม่เห็นด้วย	2.16	ไม่เห็นด้วย	2.11	ไม่เห็นด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็น ตราสัญลักษณ์เฉพาะของร้านค้า ในระดับเห็นด้วย ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีราคาต่ำ มีการจัดเรียงสะดวก มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย มีความคิดเห็นในระดับ เฉย ๆ ในด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้ถือว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย หาซื้อได้ง่าย และพนักงานขายมีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยในด้าน ผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพสูง มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม มีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็น ตราสัญลักษณ์เฉพาะของร้านค้า ในระดับเห็นด้วย ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีราคาต่ำ มีการจัดเรียงที่สะดวก มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย มีความคิดเห็นในระดับ เฉย ๆ ในด้าน ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้ถือว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย หาซื้อได้ง่าย และพนักงานขายมีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยในด้าน ผลิตภัณฑ์ มีคุณภาพสูง มีหลายขนาดให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม มีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรา
ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรายี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label)	ชาย		หญิง		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
ผลิตภัณฑ์ฯ มีคุณภาพสูง	2.22	ไม่พอใจ	2.14	ไม่พอใจ	2.17	ไม่พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความน่าเชื่อถือ	2.46	ไม่พอใจ	2.40	ไม่พอใจ	2.43	ไม่พอใจ
ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ	2.72	เฉยๆ	2.61	เฉยๆ	2.66	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความปลอดภัยในการบริโภค	3.48	เฉยๆ	3.35	เฉยๆ	3.41	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายประเภทให้เลือก	3.46	เฉยๆ	3.37	เฉยๆ	3.41	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายขนาดให้เลือก	2.54	เฉยๆ	2.47	ไม่พอใจ	2.50	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น	2.13	ไม่พอใจ	2.05	ไม่พอใจ	2.09	ไม่พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	2.13	ไม่พอใจ	2.11	ไม่พอใจ	2.12	ไม่พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีราคาต่ำ	3.80	พอใจ	3.75	พอใจ	3.78	พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย	3.43	เฉยๆ	3.68	พอใจ	3.57	พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ สามารถหาซื้อได้ง่าย	2.70	เฉยๆ	2.77	เฉยๆ	2.74	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา ทำให้ผู้บริโภคเห็นได้เด่นชัด	3.15	เฉยๆ	3.23	เฉยๆ	3.19	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการโฆษณาบ่อย	3.07	เฉยๆ	3.07	เฉยๆ	3.07	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการประชาสัมพันธ์บ่อย	3.11	เฉยๆ	3.11	เฉยๆ	3.11	เฉยๆ
พนักงานขายมีการนำเสนอที่น่าสนใจ	2.63	เฉยๆ	2.70	เฉยๆ	2.67	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการลด แลก แจก แถมบ่อย	1.93	ไม่พอใจ	2.23	ไม่พอใจ	2.10	ไม่พอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพอใจต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหมีห้อยเฉพาะของร้านค้า ในระดับพอใจ ในด้านที่ผลิตภัณฑ์มีราคาต่ำ มีความพอใจในระดับ เฉย ๆ ในด้านชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีหลายขนาดให้เลือก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย หาซื้อได้ง่าย มีการจัดเรียงสะดวก มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ มีความพอใจในระดับไม่พอใจในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม ไม่มีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพอใจต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหมีห้อยเฉพาะของร้านค้า ในระดับพอใจ ในด้านผลิตภัณฑ์มีราคาต่ำ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย มีความพอใจในระดับ เฉย ๆ ในด้านชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก หาซื้อได้ง่าย มีการจัดเรียงที่สะดวก มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ มีความพอใจในระดับไม่พอใจในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ มีหลายขนาดให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม มีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความคิดที่จะซื้อ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	24	13.0	28	12.3	52	12.6
อาจจะซื้อ	60	32.6	68	29.8	128	31.1
ยังไม่ตัดสินใจ	36	19.6	40	17.5	76	18.4
อาจจะไม่ซื้อ	44	23.9	56	24.6	100	24.3
ไม่ซื้อแน่นอน	20	10.9	36	15.8	56	13.6
รวม	184	100	228	100	412	100

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบว่าอาจจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.6 รองลงมาตอบว่า อาจจะไม่ซื้อ ร้อยละ 23.9 และ ยังไม่ตัดสินใจ ร้อยละ 19.6 ตอบว่าไม่ซื้อแน่นอนเป็นจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 10.9

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตอบว่า อาจจะซื้อมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 29.8 รองลงมาตอบว่าอาจจะไม่ซื้อ ร้อยละ 24.6 และ ยังไม่ตัดสินใจ ร้อยละ 17.5 ตอบว่าซื้อแน่นอน เป็นจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 12.6

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะแนะนำผู้อื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรา
ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความคิดที่จะแนะนำ	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	4	2.2	12	5.3	16	3.9
อาจจะแนะนำ	56	30.4	40	17.5	96	23.3
ยังไม่ตัดสินใจ	64	34.8	80	35.1	144	35.0
อาจจะไม่แนะนำ	36	19.6	40	17.5	76	18.4
ไม่แนะนำแน่นอน	24	13.0	56	24.6	80	19.4
รวม	184	100	228	100	412	100

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบว่ายังไม่ตัดสินใจมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 34.8 รองลงมา
ตอบว่า อาจจะแนะนำ ร้อยละ 30.4 และ อาจจะไม่แนะนำ ร้อยละ 19.6 ตอบว่าแนะนำแน่นอนน้อย
ที่สุด ร้อยละ 2.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตอบว่า ยังไม่ตัดสินใจคิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาตอบว่า
อาจจะแนะนำ ร้อยละ 23.3 และ ไม่แนะนำแน่นอน ร้อยละ 19.4 ตอบว่า แนะนำแน่นอน น้อยที่สุด
ร้อยละ 3.9

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหยัหรือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหยัหรือเฉพาะของร้านค้า (Private Label)	< 6000		6001-10000		10001-20000		20001-30000		30001-40000		>40000		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีคุณภาพสูง	2.00	ไม่เห็นด้วย	2.00	ไม่เห็นด้วย	2.29	ไม่เห็นด้วย	2.32	ไม่เห็นด้วย	2.28	ไม่เห็นด้วย	2.27	ไม่เห็นด้วย	2.27	ไม่เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความน่าเชื่อถือ	2.00	ไม่เห็นด้วย	2.33	ไม่เห็นด้วย	2.86	เลข ๆ	2.64	เลข ๆ	2.66	เลข ๆ	2.63	เลข ๆ	2.63	เลข ๆ
ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ	2.00	ไม่เห็นด้วย	2.33	ไม่เห็นด้วย	3.14	เลข ๆ	3.00	เลข ๆ	2.93	เลข ๆ	2.87	เลข ๆ	2.87	เลข ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความปลอดภัยในการบริโภค	4.00	เห็นด้วย	4.33	เห็นด้วย	4.00	เห็นด้วย	3.55	เห็นด้วย	3.59	เห็นด้วย	3.62	เห็นด้วย	3.62	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายประเภทให้เลือก	4.00	เห็นด้วย	3.67	เห็นด้วย	4.29	เห็นด้วย	3.73	เห็นด้วย	3.76	เห็นด้วย	3.66	เห็นด้วย	3.66	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายขนาดให้เลือก	3.00	เลข ๆ	3.00	เลข ๆ	2.57	เลข ๆ	2.45	ไม่เห็นด้วย	2.52	เลข ๆ	2.53	เลข ๆ	2.53	เลข ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3.67	เห็นด้วย	4.43	เห็นด้วย	4.32	เห็นด้วย	4.14	เห็นด้วย	4.11	เห็นด้วย	4.11	เห็นด้วย

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของอาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะ ของร้านค้า (Private Label)	< 6000		6001-10000		10001-20000		20001-30000		30001-40000		>40000		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	2.00	ไม่เห็น ด้วย	1.33	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	2.29	ไม่เห็น ด้วย	2.09	ไม่เห็น ด้วย	2.03	ไม่เห็น ด้วย	2.02	ไม่เห็น ด้วย	2.04	ไม่เห็น ด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีราคาต่ำ	4.00	เห็น ด้วย	4.67	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	4.14	เห็น ด้วย	4.05	เห็น ด้วย	3.97	เห็น ด้วย	3.68	เห็น ด้วย	3.90	เห็น ด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย	3.00	เฉย ๆ	3.67	เห็น ด้วย	3.86	เห็น ด้วย	3.23	เฉย ๆ	3.21	เฉย ๆ	2.90	เฉย ๆ	3.15	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ สามารถหาซื้อได้ง่าย	3.00	เฉย ๆ	2.33	ไม่เห็น ด้วย	3.00	เฉย ๆ	2.68	เฉย ๆ	2.59	เฉย ๆ	2.68	เฉย ๆ	2.67	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา ทำให้ผู้บริโภคเห็นได้เด่นชัด	5.00	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	3.67	เห็น ด้วย	4.00	เห็น ด้วย	3.95	เห็น ด้วย	3.66	เห็น ด้วย	3.59	เห็น ด้วย	3.73	เห็น ด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการโฆษณาบ่อย	5.00	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	3.67	เห็น ด้วย	4.14	เห็น ด้วย	3.82	เห็น ด้วย	3.34	เฉย ๆ	3.54	เห็น ด้วย	3.60	เห็น ด้วย

ตารางที่ 26 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของอาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะ ของร้านค้า (Private Label)	< 6000		6001-10000		10001-20000		20001-30000		30001-40000		>40000		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ
ผลิตภัณฑ์ มีการประชาสัมพันธ์	5.00	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	3.33	เฉย ๆ	4.29	เห็น ด้วย	3.77	เห็น ด้วย	3.90	เห็น ด้วย	3.71	เห็น ด้วย	3.82	เห็น ด้วย
พนักงานขายมีการนำเสนอ ได้น่าสนใจ	4.00	เห็น ด้วย	2.00	ไม่เห็น ด้วย	2.71	เฉย ๆ	2.77	เฉย ๆ	2.72	เฉย ๆ	2.49	ไม่เห็น ด้วย	2.63	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ มีการลด แลก แจก แถมบ่อย	3.00	เฉย ๆ	1.33	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	2.43	ไม่เห็น ด้วย	2.09	ไม่เห็น ด้วย	2.00	ไม่เห็น ด้วย	2.17	ไม่เห็น ด้วย	2.11	ไม่เห็น ด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 6000 บาท มีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่อง ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราเฉพาะของร้านค้ามีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น และผลิตภัณฑ์มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย เห็นด้วย ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีราคาต่ำ พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ เฉย ๆ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย ผลิตภัณฑ์มีการลด แลก แจก แถมบ่อย ไม่เห็นด้วย ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ ระหว่าง 6001-10000 บาท มีระดับความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในเรื่องผลิตภัณฑ์มีราคาต่ำ เห็นด้วย ในเรื่องผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย และมีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีความเห็นเฉย ๆ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก มีการประชาสัมพันธ์บ่อย ไม่เห็นด้วยในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถหาซื้อได้ง่าย พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในเรื่องผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และมีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ ระหว่าง 10001-20000 บาท มีระดับความคิดเห็นด้วยในเรื่องผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีราคาต่ำ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย มีการจัดเรียงที่สะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย มีความเห็น เฉย ๆ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีหลายขนาดให้เลือก สามารถหาซื้อได้ง่าย และ พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ ไม่เห็นด้วย ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ ระหว่าง 20001-30000 บาท มีระดับความคิดเห็นด้วยในเรื่องผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีราคาต่ำ มีการจัดเรียงที่สะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย มีความเห็น เฉย ๆ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ ไม่เห็นด้วย ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีหลายขนาดให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และมีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ ระหว่าง 30001-40000 บาท มีระดับความคิดเห็นด้วยในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีราคาต่ำ มีการจัดเรียงที่สะดวก มีการประชาสัมพันธ์น้อย มีความเห็น เฉย ๆ ในเรื่องผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีหลายขนาดให้เลือก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย มีการโฆษณาบ่อย และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ ไม่เห็นด้วย ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และมีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 40000 บาท มีระดับความคิดเห็นด้วยในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยในการบริโภค มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีราคาต่ำ มีการจัดเรียงที่สะดวก มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์น้อย มีความเห็น เฉย ๆ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีหลายประเภทให้เลือก มีหลายขนาดให้เลือก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย ไม่เห็นด้วย ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ และมีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรา
ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามระดับรายได้

ความพอใจต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรายี่ห้อเฉพาะ ของร้านค้า (Private Label)	< 6000		6001-10000		10001-20000		20001-30000		30001-40000		>40000		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ ชอบ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความพึงพอใจ	2.00	ไม่พอ ใจ	2.33	ไม่พอ ใจ	2.14	ไม่พอ ใจ	2.27	ไม่พอ ใจ	2.17	ไม่พอ ใจ	2.12	ไม่พอ ใจ	2.17	ไม่พอ ใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความน่าเชื่อถือ	2.00	ไม่พอ ใจ	2.33	ไม่พอ ใจ	2.57	เฉย ๆ	2.55	เฉย ๆ	2.45	ไม่พอ ใจ	2.34	ไม่พอ ใจ	2.43	ไม่พอ ใจ
ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็น สินค้าที่มีคุณภาพ	2.00	ไม่พอ ใจ	3.33	เฉย ๆ	3.14	เฉย ๆ	2.73	เฉย ๆ	2.69	เฉย ๆ	2.49	ไม่พอ ใจ	2.66	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความปลอดภัยในการบริโภค	5.00	พอใจ อย่างยิ่ง	3.67	พอใจ	3.71	พอใจ	3.41	เฉย ๆ	3.38	เฉย ๆ	3.32	เฉย ๆ	3.41	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายประเภทให้เลือก	5.00	พอใจ อย่างยิ่ง	4.33	พอใจ	4.00	พอใจ	3.32	เฉย ๆ	3.38	เฉย ๆ	3.27	เฉย ๆ	3.41	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายขนาดให้เลือก	2.00	ไม่พอ ใจ	2.67	เฉย ๆ	2.57	เฉย ๆ	2.59	เฉย ๆ	2.48	ไม่พอ ใจ	2.46	ไม่พอ ใจ	2.50	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์เปลี่ยนแบบยี่ห้ออื่น	2.00	ไม่พอ ใจ	2.67	เฉย ๆ	2.29	ไม่พอ ใจ	1.91	ไม่พอ ใจ	2.10	ไม่พอ ใจ	2.10	ไม่พอ ใจ	2.09	ไม่พอ ใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	2.00	ไม่พอ ใจ	2.67	เฉย ๆ	2.43	ไม่พอ ใจ	2.00	ไม่พอ ใจ	1.97	ไม่พอ ใจ	2.20	ไม่พอ ใจ	2.12	ไม่พอ ใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีราคาถูกลงมาก	4.00	พอใจ	4.00	พอใจ	4.43	พอใจ	3.86	พอใจ	3.90	พอใจ	3.51	พอใจ	3.78	พอใจ

ตารางที่ 27(ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์ของร้านค้า(PrivateLabel) จำแนกตามระดับรายได้

ความพอใจต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์ของร้านค้า (Private Label)	< 6000		6001-10000		10001-20000		20001-30000		30001-40000		>40000		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความชอบ
ผลิตภัณฑ์ มีความคุ้มค่าเงินที่จ่าย	4.00	พอใจ	4.00	พอใจ	4.00	พอใจ	3.41	พอใจ	3.34	พอใจ	3.71	พอใจ	3.57	พอใจ
ผลิตภัณฑ์ สามารถหาซื้อได้ง่าย	2.00	ไม่พอใจ	2.33	ไม่พอใจ	3.14	เฉยๆ	2.95	เฉยๆ	2.66	เฉยๆ	2.66	เฉยๆ	2.74	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ มีการจัดเรียงที่สะดวกทำให้ผู้บริโภคเห็นเด่นชัด	4.00	พอใจ	3.00	เฉยๆ	4.00	พอใจ	3.50	พอใจ	3.07	เฉยๆ	2.98	เฉยๆ	3.19	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ มีการโฆษณาบ่อย	4.00	พอใจ	3.00	เฉยๆ	3.57	พอใจ	3.18	เฉยๆ	2.97	เฉยๆ	2.98	เฉยๆ	3.07	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ มีการประชาสัมพันธ์บ่อย	4.00	พอใจ	3.00	เฉยๆ	3.71	พอใจ	3.09	เฉยๆ	3.07	เฉยๆ	3.02	เฉยๆ	3.11	เฉยๆ
พนักงานขายมีการนำเสนอที่น่าสนใจ	4.00	พอใจ	2.00	ไม่พอใจ	2.71	เฉยๆ	2.55	เฉยๆ	2.72	เฉยๆ	2.71	เฉยๆ	2.67	เฉยๆ
ผลิตภัณฑ์ มีการลด แลก แจก แถมบ่อย	4.00	พอใจ	1.00	ไม่พอใจ	1.57	ไม่พอใจ	2.05	ไม่พอใจ	1.97	ไม่พอใจ	2.34	ไม่พอใจ	2.10	ไม่พอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 6000 บาท มีระดับความพอใจอย่างยิ่ง ในเรื่อง ผลិតภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีความพอใจ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกลงมาก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ ผลิตภัณฑ์มีการลด แลก แจก แถมบ่อย มีความไม่พอใจ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สามารถหาซื้อได้ง่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ ระหว่าง 6001-10000 บาท มีระดับความพอใจ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีราคาถูกลงมาก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย มีความพอใจในระดับ เฉย ๆ ในเรื่อง ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีหลายขนาดให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย ยังไม่พอใจในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีความน่าเชื่อถือ สามารถหาซื้อได้ง่าย พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ ยังไม่พอใจอย่างยิ่ง ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์ และมีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ ระหว่าง 10001-20000 บาท มีความพอใจ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีราคาถูกลงมาก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย มีการจัดเรียงที่สะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย มีความพอใจในระดับ เฉย ๆ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีหลายขนาดให้เลือก สามารถหาซื้อได้ง่าย และ พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ ยังไม่พอใจในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง บรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และ มีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ ระหว่าง 20001-30000 บาท มีความพอใจในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกลงมาก และ มีการจัดเรียงที่สะดุดตา มีความพอใจในระดับ เฉย ๆ ในเรื่องผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีหลายขนาดให้เลือก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ ยังไม่พอใจในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และมีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ ระหว่าง 30001-40000 บาท มีความพอใจ ในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกลงมาก มีความพอใจในระดับ เฉย ๆ ในเรื่อง ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้

เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีความคุ้มค่า ต่อเงินที่จ่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย การจัดเรียงที่สะอาดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์ บ่อย และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ ยังไม่พอใจในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ มีหลายขนาดให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และมีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ มากกว่า 40000 บาท มีระดับความพอใจในเรื่องผลิตภัณฑ์มี ราคาถูกมาก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย มีความพอใจในระดับ เฉย ๆ ในเรื่อง ความปลอดภัย ในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก สามารถหาซื้อได้ง่าย มีการจัดเรียงที่สะอาดตา มีการโฆษณา บ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ ยังไม่พอใจในเรื่อง ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีหลายขนาดให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และมีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราที่ชื่อเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับรายได้

ความคิดเห็นที่จะซื้อ	< 6000		6001-10000		10001-20000		20001-30000		30001-40000		>40000		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	0	0	0	0	12	42.9	20	22.7	8	6.9	12	7.3	52	12.6
อาจจะซื้อ	0	0	8	66.7	12	42.9	24	27.3	44	37.9	40	24.4	128	31.1
ยังไม่ตัดสินใจ	4	100	4	33.3	4	14.3	28	31.8	8	6.9	28	17.1	76	18.4
อาจจะไม่ซื้อ	0	0	0	0	0	0	12	13.6	36	31.0	52	31.7	100	24.3
ไม่ซื้อแน่นอน	0	0	0	0	0	0	4	4.5	20	17.2	32	19.5	56	13.6
รวม	4	100	12	100	28	100	88	100	116	100	164	100	412	100

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 6000 บาท ทั้งหมด ยังไม่ตัดสินใจว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 6001-10000 ส่วนมากหรือร้อยละ 66.7 ตอบว่า อาจซื้อ ร้อยละ 33.3 ยังไม่ตัดสินใจ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10001-20000 มีความคิดที่จะซื้อแน่นอน เท่ากับ ความคิดที่อาจจะซื้อ คือ ร้อยละ 42.9 อีก ร้อยละ 14.3 ยังไม่ตัดสินใจ ไม่มีผู้ตอบว่าอาจจะไม่ซื้อและไม่ซื้อแน่นอน

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20001-30000 ยังไม่ตัดสินใจมากที่สุด หรือร้อยละ 31.8 อาจจะซื้อ ร้อยละ 27.3 จะซื้อแน่นอน ร้อยละ 22.7 ผู้ที่ตอบว่าไม่ซื้อแน่นอนเป็นส่วนน้อยที่สุด หรือร้อยละ 4.5

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 30001-40000 ตอบว่าอาจจะซื้อ มากที่สุดหรือร้อยละ 37.9 รองลงมาอาจจะไม่ซื้อ ร้อยละ 31.0 ไม่ซื้อแน่นอน ร้อยละ 17.2 ผู้ที่ตอบว่าซื้อแน่นอนมีจำนวนเท่ากับผู้ตอบว่ายังไม่ตัดสินใจ คือ ร้อยละ 6.9

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40000 บาท ตอบว่าอาจจะไม่ซื้อ มากที่สุดหรือร้อยละ 31.7 รองลงมาตอบว่า อาจจะซื้อ ร้อยละ 24.4 ไม่ซื้อแน่นอนร้อยละ 19.5 มีผู้ตอบว่า ซื้อแน่นอนน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 7.3

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะแนะนำผู้อื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตาม จำนวนตามระดับรายได้

ความคิดที่จะแนะนำ	< 6000		6001-10000		10001-20000		20001-30000		30001-40000		>40000		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	0	0	0	0	4	14.3	4	4.5	0	0	8	4.9	16	3.9
อาจจะแนะนำ	0	0	8	66.7	12	42.9	20	22.7	32	27.6	24	14.6	96	23.3
ยังไม่ตัดสินใจ	4	100	4	33.3	8	28.6	48	54.5	32	27.6	48	29.3	144	35.0
อาจจะไม่แนะนำ	0	0	0	0	0	0	12	13.6	28	24.1	36	22.0	76	18.4
ไม่แนะนำแน่นอน	0	0	0	0	4	14.3	4	4.5	24	20.7	48	29.3	80	19.4
รวม	4	100	12	100	28	100	88	100	116	100	164	100	412	100

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 6000 บาท ทั้งหมด ยังไม่ตัดสินใจว่าจะแนะนำผู้อื่นชื่อผลิตภัณฑ์หรือไม่

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 6001-10000 ส่วนมากหรือร้อยละ 66.7 อาจจะแนะนำ ร้อยละ 33.3 ยังไม่ตัดสินใจ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10001-20000 อาจจะแนะนำมากที่สุด ร้อยละ 42.9 รองลงมา ยังไม่ตัดสินใจ ร้อยละ 28.6 แนะนำแน่นอน มีผู้ตอบเท่ากับ ไม่แนะนำแน่นอน คือ ร้อยละ 14.3 ไม่มีผู้ตอบว่าจะจะไม่แนะนำ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20001-30000 ส่วนมากยังไม่ตัดสินใจ คิดเป็น ร้อยละ 54.5 รองลงมา อาจจะแนะนำ ร้อยละ 22.7 อาจจะไม่นำแนะนำ ร้อยละ 13.6 ส่วนผู้ที่ตอบว่าจะแนะนำแน่นอน มีจำนวนเท่ากับผู้ตอบว่า ไม่แนะนำแน่นอน คือร้อยละ 4.5

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 30001-40000 ตอบว่าจะแนะนำเท่ากับยังไม่ตัดสินใจมากที่สุด คือร้อยละ 27.6 รองลงมาอาจจะไม่แนะนำ ร้อยละ 24.1 และไม่มีผู้ตอบว่าจะแนะนำแน่นอน

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40000 บาท ที่ยังไม่ตัดสินใจมีจำนวนเท่ากับที่จะไม่แนะนำแน่นอน คือร้อยละ 29.3 รองลงมาอาจจะไม่แนะนำ ร้อยละ 22.0 อาจจะแนะนำ ร้อยละ 14.6 และมีเพียง ร้อยละ 4.9 เท่านั้น ที่จะแนะนำแน่นอน

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อคุณสมบัติของอาหาร ที่เป็นตราสัญลักษณ์ของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามประเภทการซื้อ

ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราสัญลักษณ์ของร้านค้า (Private Label)	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ		รวม
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	
ผลิตภัณฑ์ฯ มีคุณภาพสูง	2.61	เลข ๆ	1.86	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความน่าเชื่อถือ	3.50	เห็นด้วย	1.59	ไม่เห็นด้วย	เลข ๆ
ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ	3.61	เห็นด้วย	1.99	ไม่เห็นด้วย	เลข ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความปลอดภัยในการบริโภค	3.68	เห็นด้วย	3.55	เห็นด้วย	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายประเภทให้เลือก	3.68	เห็นด้วย	3.64	เห็นด้วย	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายขนาดให้เลือก	2.41	ไม่เห็นด้วย	2.67	เลข ๆ	เลข ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์เลือกแบบอื่นที่อื่น	4.15	เห็นด้วย	4.06	เห็นด้วย	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	2.09	ไม่เห็นด้วย	1.98	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีราคาต่ำ	4.11	เห็นด้วย	3.65	เห็นด้วย	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย	3.27	เลข ๆ	3.01	เลข ๆ	เลข ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ สามารถหาซื้อได้ง่าย	2.70	เลข ๆ	2.63	เลข ๆ	เลข ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา ทำให้ผู้บริโภคเห็นได้เด่นชัด	3.92	เห็นด้วย	3.50	เห็นด้วย	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการโฆษณาบ่อย	3.89	เห็นด้วย	3.25	เลข ๆ	เห็นด้วย
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการประชาสัมพันธ์บ่อย	3.95	เห็นด้วย	3.67	เห็นด้วย	เห็นด้วย
พนักงานขายมีการนำเสนอดีน่าสนใจ	2.53	เลข ๆ	2.75	เลข ๆ	เลข ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการลด แลก แจก แถมบ่อย	1.98	ไม่เห็นด้วย	2.26	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อ มีความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็น ตรายี่ห้อเฉพาะของร้านค้า ในระดับ เห็นด้วยในด้านผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีราคาต่ำ มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย มีความคิดเห็นในระดับ เฉย ๆ ในด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ มีความเห็นในระดับไม่เห็นด้วยในด้าน ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาดให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม มีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อ มีความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็น ตรายี่ห้อเฉพาะของร้านค้า ในระดับเห็นด้วย ในด้านผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีราคาต่ำ มีการจัดเรียงที่สะดุดตา มีการประชาสัมพันธ์บ่อย มีความคิดเห็นในระดับ เฉย ๆ ในด้าน มีหลายขนาดให้เลือก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย หาซื้อได้ง่าย มีการโฆษณาบ่อย และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ มีความเห็นในระดับไม่เห็นด้วยในด้าน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีการลด แลก แจก แถมบ่อย

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรา
ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label) จำแนกตามประสิทธิภาพข้อ

ความพอใจต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรายี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label)	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ		รวม
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	
ผลิตภัณฑ์ฯ มีคุณภาพสูง	2.18	ไม่พอใจ	2.16	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความน่าเชื่อถือ	3.11	เฉย ๆ	1.62	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ
ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ	2.89	เฉย ๆ	2.39	ไม่พอใจ	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความปลอดภัยในการบริโภค	3.69	พอใจ	3.08	เฉย ๆ	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายประเภทให้เลือก	3.77	พอใจ	2.98	เฉย ๆ	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีหลายขนาดให้เลือก	2.27	ไม่พอใจ	2.77	เฉย ๆ	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น	2.12	ไม่พอใจ	2.05	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	2.15	ไม่พอใจ	2.08	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีราคาต่ำ	3.97	พอใจ	3.55	พอใจ	พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย	3.64	พอใจ	3.49	เฉย ๆ	พอใจ
ผลิตภัณฑ์ฯ สามารถหาซื้อได้ง่าย	2.64	เฉย ๆ	2.86	เฉย ๆ	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา ทำให้ผู้บริโภคได้เห็นได้เด่นชัด	3.40	เฉย ๆ	2.94	เฉย ๆ	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการโฆษณาบ่อย	3.02	เฉย ๆ	3.13	เฉย ๆ	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการประชาสัมพันธ์บ่อย	3.00	เฉย ๆ	3.24	เฉย ๆ	เฉย ๆ
พนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ	2.90	เฉย ๆ	2.40	ไม่พอใจ	เฉย ๆ
ผลิตภัณฑ์ฯ มีการลด แลก แจก แถมบ่อย	1.66	ไม่พอใจ	2.62	เฉย ๆ	ไม่พอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อ มีความพอใจต่อคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็น ตรายี่ห้อเฉพาะของร้านค้า ในระดับ พอใจในด้านผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีราคาต่ำ มีความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย มีความพอใจในระดับ เฉย ๆ ในด้าน ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถหาซื้อได้ง่าย มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ และยังไม่พอใจในด้าน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีหลายขนาดให้เลือก มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และมีการลดแลก แจก แถมบ่อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อ มีความพอใจต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรายี่ห้อเฉพาะของร้านค้าในระดับพอใจในด้าน ผลิตภัณฑ์มีราคาต่ำ มีความพอใจในระดับ เฉย ๆ ในด้าน ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยในการบริโภค มีหลายประเภทให้เลือก มีหลายขนาดให้เลือก มีความคุ้มค่าต่อเงินที่จ่าย สามารถหาซื้อได้ง่าย มีการจัดเรียงที่เด่นสะดุดตา มีการโฆษณาบ่อย มีการประชาสัมพันธ์บ่อย มีการลด แลก แจก แถมบ่อย และยังไม่พอใจในด้าน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูง มีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้านค้าที่จำหน่ายทำให้เชื่อว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีบรรจุภัณฑ์เลียนแบบยี่ห้ออื่น มีบรรจุภัณฑ์สวยงาม และพนักงานขายมีการนำเสนอได้น่าสนใจ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตราหือเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ซื้อ

ความคิดที่จะซื้อ	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อแน่นอน	39	17.4	13	6.9	52	12.6
อาจจะซื้อ	85	37.9	43	22.9	128	31.1
ยังไม่ตัดสินใจ	60	26.8	16	8.5	76	18.4
อาจจะไม่ซื้อ	34	15.2	66	35.1	100	24.3
ไม่ซื้อแน่นอน	6	2.7	50	26.6	56	13.6
รวม	224	100	188	100	412	100

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อ ตอบว่าอาจจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมาตอบว่า ยังไม่ตัดสินใจ ร้อยละ 26.8 ซื้อแน่นอน ร้อยละ 17.4 และตอบว่า ไม่ซื้อแน่นอนน้อยที่สุดหรือร้อยละ 2.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อ ตอบว่า อาจจะไม่ซื้อมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 35.1 รองลงมาตอบว่าไม่ซื้อแน่นอน ร้อยละ 26.6 และ อาจจะซื้อ ร้อยละ 22.9 ตอบว่าซื้อแน่นอน เป็นจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 6.9

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดที่จะแนะนำผู้อื่นซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นตรา
ยี่ห้อเฉพาะของร้านค้า (Private Label) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ซื้อ

ความคิดที่จะแนะนำ	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	13	5.8	3	1.6	16	3.9
อาจจะแนะนำ	73	32.6	23	12.2	96	23.3
ยังไม่ตัดสินใจ	99	44.2	45	23.9	144	35.0
อาจจะไม่แนะนำ	33	14.7	43	22.9	76	18.4
ไม่แนะนำแน่นอน	6	2.7	74	39.4	80	19.4
รวม	224	100	188	100	412	100

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อ ตอบว่ายังไม่ตัดสินใจมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 44.2 รองลงมา
ตอบว่า อาจจะแนะนำ ร้อยละ 32.6 และ อาจจะไม่แนะนำ ร้อยละ 14.7 ตอบว่าไม่แนะนำแน่นอน
น้อยที่สุด ร้อยละ 2.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อ ตอบว่า ไม่แนะนำแน่นอน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.4
รองลงมาตอบว่า ยังไม่ตัดสินใจ ร้อยละ 23.9 และ อาจจะไม่แนะนำ ร้อยละ 22.9 ตอบว่าแนะนำ
แน่นอนน้อยที่สุด คือร้อยละ 1.6