

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ค
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับ	4
<b>บทที่ 2 แนวความคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
แนวความคิดเกี่ยวกับตราयीหื้อ	5
แนวความคิดเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ	7
แนวความคิดเกี่ยวกับการวัดความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ	8
งานวิจัยเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ	9
กรอบแนวความคิด	15
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย</b>	<b>16</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	16
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	17
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ	19
การเก็บรวบรวมข้อมูล	20
การวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	25
ผลการศึกษาวิธีการวัดความจงรักภักดีต่อตราฮีตของผู้บริโภค สำหรับธุรกิจบริการด้านอาหาร	27
ผลการศึกษาระดับความจงรักภักดีต่อตราฮีตของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อตราฮีตเคอะ พืชซ่า คอมปะนี และตราฮีตพืชซ่า ฮัท	41
ผลการศึกษาค้นคว้าความแตกต่างของความจงรักภักดีด้านพฤติกรรมและด้านทัศนคติ ระหว่างผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ	82
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลของการศึกษา และข้อเสนอแนะ</b>	94
สรุป	94
อภิปรายผลของการศึกษา	98
ข้อค้นพบ	101
ข้อเสนอแนะ	104
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก	109
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ตรวจสอบความตรงของเนื้อหาของแบบวัด และตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด	110
ภาคผนวก ข ตัวอย่างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	112
ภาคผนวก ค การแบ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามตามระดับความจงรักภักดี ต่อตราฮีตสูง ปานกลาง และต่ำ	117
ภาคผนวก ง ผลการศึกษาค้นคว้าความแตกต่างของความจงรักภักดีด้านพฤติกรรม และด้านทัศนคติ ระหว่างผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ	121
ประวัติผู้เขียน	134

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 หน่วยของความจงรักภักดีต่อตราयीหือ (unit brand loyalty) คัดแปลงจาก Ha. C.L.(1998)	11
3.1 การแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามช่วงอายุ	17
3.2 เกณฑ์การให้คะแนนตามมาตรประเมินค่าของ Likert	18
3.3 แสดงค่าเฉลี่ยของคะแนนของแต่ละระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือ	21
3.4 แสดงการตอบคำถามเรื่องความชอบต่อตราयीหือ ของกลุ่มที่ชื่นชอบพิชซ่าตราयीหือเดอะ พิชซ่า คอมปะนี เพียงตราयीหือเดียว	22
3.5 แสดงการตอบคำถามเรื่องความชอบต่อตราयीหือ ของกลุ่มที่ชื่นชอบพิชซ่าตราयीหือ พิชซ่า ฮัท เพียงตราयीหือเดียว	22
3.6 แสดงการตอบคำถามเรื่องความชอบต่อตราयीหือ ของกลุ่มที่ชื่นชอบพิชซ่าทั้ง 2 ตราयीหือ	23
3.7 แสดงการตอบคำถามเรื่องความชอบต่อตราयीหือ ของกลุ่มที่รู้สึกเฉยๆ ต่อพิชซ่าทั้ง 2 ตราयीหือ	23
3.8 แสดงการตอบคำถามเรื่องความชอบต่อตราयीหือ ของกลุ่มที่รู้สึกเฉยๆ ต่อพิชซ่าตราयीหือเดอะ พิชซ่า คอมปะนี แต่ไม่ชอบพิชซ่าตราयीหือพิชซ่า ฮัท	23
3.9 แสดงการตอบคำถามเรื่องความชอบต่อตราयीหือ ของกลุ่มที่ไม่ชอบพิชซ่าตราयीหือเดอะ พิชซ่า คอมปะนี แต่รู้สึกเฉยๆ ต่อพิชซ่าตราयीหือพิชซ่า ฮัท	24
3.10 แสดงการตอบคำถามเรื่องความชอบต่อตราयीหือ ของกลุ่มที่ไม่ชอบพิชซ่าทั้ง 2 ตราयीหือ	24
4.1 แสดงจำนวนข้อคำถาม และค่าความเชื่อมั่นของมาตรวัดความจงรักภักดีต่อตราयीหือ	28
4.2 แสดงค่าอำนาจจำแนก (discrimination) ของมาตรวัดความจงรักภักดีต่อตราयीหือ	29
4.3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวัดระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือ	31
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	32
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพการสมรส	33
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	34
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	35

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	36
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	37
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการบริโภคพืชฯต่อครั้ง	38
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม การเคยบริโภคพืชฯ ทรายี่หื้อเคอะ พืชฯ คอม่ปะนึ	39
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม การเคยบริโภคพืชฯ ทรายี่หื้อพืชฯ ฮัท	40
4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อทรายี่หื้อ	41
4.14 ตารางแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความจงรักภักดี ต่อทรายี่หื้อด้านพฤติกรรม ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ในภาพรวม	43
4.15 ตารางแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความจงรักภักดี ต่อทรายี่หื้อด้านทัศนคติ ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ในภาพรวม	45
4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อทรายี่หื้อและเพศ	48
4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ และ Chi-square ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อทรายี่หื้อและเพศ	49
4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อทรายี่หื้อ และสถานภาพการสมรส	49
4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และ Chi-square ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อทรายี่หื้อและสถานภาพการสมรส	50
4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อทรายี่หื้อและอายุ	51
4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ และ Chi-square ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อทรายี่หื้อและอายุ	53

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือและระดับการศึกษา	54
4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ และ Chi-square ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือและระดับการศึกษา	56
4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือและอาชีพ	57
4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ และ Chi-square ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือและอาชีพ	59
4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือและรายได้	60
4.27 แสดงจำนวน ร้อยละ และ Chi-square ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือและรายได้	62
4.28 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือ และค่าใช้จ่ายในการรับประทานพิชซ่าต่อครั้ง	63
4.29 แสดงจำนวน ร้อยละ และ Chi-square ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือและค่าใช้จ่าย ในการรับประทานพิชซ่าต่อครั้ง	64
4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความชอบต่อตราयीหือเคอะ พิชซ่า คอมปะนี และ ตราयीหือพิชซ่า ฮัท	65
4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะความชอบที่มีต่อตราयीหือพิชซ่า	66
4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนตราयीหือพิชซ่าที่ชอบ	68
4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชอบพิชซ่าเพียงตราयीหือเดียว จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหือ	69



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.34 ตารางแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความจงรักภักดี ต่อตราयीหื้อด้านพฤติกรรม ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม กลุ่มที่ชอบพิชซ่าเพียงตราयीหื้อเดียว	70
4.35 ตารางแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความจงรักภักดี ต่อตราयीหื้อด้านทัศนคติ ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม กลุ่มที่ชอบพิชซ่าเพียงตราयीหื้อเดียว	72
4.36 แสดงจำนวน ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้บริ โภค ในจังหวัดเชียงใหมที่ชอบพิชซ่าทั้ง 2 ตราयीหื้อ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ	75
4.37 ตารางแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความจงรักภักดี ต่อตราयीหื้อด้านพฤติกรรม ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม กลุ่มที่ชอบพิชซ่าทั้ง 2 ตราयीหื้อ	77
4.38 ตารางแสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความจงรักภักดี ต่อตราयीหื้อด้านทัศนคติ ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม กลุ่มที่ชอบพิชซ่าทั้ง 2 ตราयीหื้อ	79
4.39 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Mean difference และค่า t-test ของความจงรักภักดีด้านพฤติกรรม ระหว่างผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดี ต่อตราयीหื้อในระดับสูงและระดับต่ำ	82
4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหมที่มีความจงรักภักดี ต่อตราयीหื้อในระดับสูงและระดับต่ำ จำแนกตามการเปลี่ยนใจ ไปซื้อพิชซ่าตราयीหื้อที่ไม่ชอบเมื่อราคาลดลง	83
4.41 แสดงจำนวนผู้บริ โภคในจังหวัดเชียงใหมที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ ในระดับสูงกับระดับต่ำ จำแนกตามการเลือก โปร โม่ชั้นที่ทำให้เปลี่ยนใจ ไปซื้อพิชซ่าตราयीหื้อที่ไม่ชอบ	84
4.42 แสดงอิทธิพลของ โปร โม่ชั้นที่มีผลทำให้เปลี่ยนใจไปซื้อพิชซ่าตราयीหื้อที่ไม่ชอบ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ ในระดับสูงและระดับต่ำ ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.43 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Mean difference และค่า t-test ของความจงรักภักดีด้านทัศนคติ ระหว่างผู้บริโภครที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหือในระดับสูงและระดับต่ำ	85
4.44 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Mean difference และค่า t-test ของผู้บริโภครที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหือในระดับสูง จำแนกตามจำนวนตราयीหือพิชช่าที่ชอบ	86
4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหือในระดับสูง จำแนกตามจำนวนตราयीหือที่ชื่นชอบและการเปลี่ยนใจไปซื้อพิชช่าตราयीหือที่ไม่ชอบเมื่อราคาลดลง	87
4.46 แสดงจำนวนผู้บริโภครในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหือในระดับสูง จำแนกตามจำนวนตราयीหือที่ชื่นชอบและการเลือก โปรโมชันที่ทำให้เปลี่ยนใจไปซื้อพิชช่าตราयीหือที่ไม่ชอบ	88
4.47 แสดงอิทธิพลของ โปรโมชันที่มีผลทำให้เปลี่ยนใจไปซื้อพิชช่าตราयीหือที่ไม่ชอบของผู้บริโภครในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหือในระดับสูง จำแนกตามจำนวนตราयीหือที่ชื่นชอบ	88
4.48 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Mean difference และค่า t-test ของผู้บริโภครที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหือในระดับสูง จำแนกตามจำนวนตราयीหือพิชช่าที่ชอบ	89
4.49 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Mean difference และค่า t-test ของผู้บริโภครที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหือในระดับต่ำ จำแนกตามจำนวนตราयीหือพิชช่าที่ชอบ	90
4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหือในระดับต่ำ จำแนกตามจำนวนตราयीหือที่ชื่นชอบและการเปลี่ยนใจไปซื้อพิชช่าตราयीหือที่ไม่ชอบเมื่อราคาลดลง	91
4.51 แสดงจำนวนผู้บริโภครในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीหือในระดับต่ำ จำแนกตามจำนวนตราयीหือที่ชื่นชอบและการเลือก โปรโมชันที่ทำให้เปลี่ยนใจไปซื้อพิชช่าตราयीหือที่ไม่ชอบ	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.52 แสดงอิทธิพลของโปรโมชันที่มีผลทำให้เปลี่ยนใจไปซื้อพืชชำตราयीห่อที่ไม่ชอบของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीห่อในระดับต่ำ จำแนกตามจำนวนตราयीห่อที่ชื่นชอบ	92
4.53 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Mean difference และค่า t-test ของผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीห่อในระดับต่ำ จำแนกตามจำนวนตราयीห่อพืชชำที่ชอบ	93
5.1 จำแนกกลุ่มผู้บริโภคตามระดับความจงรักภักดี เปรียบเทียบระหว่างแนวคิดของ Oliver และข้อค้นพบจากการวิจัย	101
5.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीห่อในระดับสูงเพียงตราयीห่อเดียว กับผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीห่อทั้ง 2 ตราयीห่อ	103
6.1 แสดงจำนวนข้อคำถาม และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความจงรักภักดีต่อตราयीห่อ	111
6.2 แสดงคะแนนเฉลี่ย จำนวน และระดับความจงรักภักดีต่อตราयीห่อของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ตอบแบบสอบถาม	118
6.3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Mean difference และค่า t-test ของความจงรักภักดีด้านพฤติกรรมและด้านทัศนคติ ระหว่างผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीห่อในระดับสูงและระดับต่ำ	122
6.4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Mean difference และค่า t-test ของผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीห่อในระดับสูง จำแนกตามจำนวนตราयीห่อพืชชำที่ชอบ	126
6.5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Mean difference และค่า t-test ของผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีต่อตราयीห่อในระดับต่ำ จำแนกตามจำนวนตราयीห่อพืชชำที่ชอบ	130



## สารบัญญภาพ

รูป	หน้า
2.1 กรอบแนวความคิดเรื่องความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ	15
4.1 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	32
4.2 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพการสมรส	33
4.3 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	34
4.4 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	35
4.5 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	36
4.6 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	37
4.7 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคพืชชาต่อครั้ง	38
4.8 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการบริโภคพืชชา ตราयीหื้อเดอะ พืชชา คอมปะนี	39
4.9 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการเคยบริโภคพืชชา ตราयीหื้อพืชชา ฮัท	40
4.10 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ	41
4.11 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะความชอบ ที่มีต่อตราयीหื้อพืชชา	67
4.12 แสดงร้อยละของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชอบพืชชาเพียงตราयीหื้อเดียว จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ	69
4.13 แสดงร้อยละ ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชอบพืชชาทั้ง 2 ตราयीหื้อ จำแนกตามระดับความจงรักภักดีต่อตราयीหื้อ	75