

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความต้องการของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม สำหรับผู้ที่มีความดันโลหิตสูง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และนำเสนอในรูปแบบของความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสในการปรุงอาหาร และความสนใจที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม ได้แก่ รสชาติ ผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ รสเค็มของผลิตภัณฑ์ และลักษณะปรากฏของผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายที่มีความดันโลหิตสูง ภายในสถานที่ต่างๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ได้ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.1 - 4.7

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	163	40.75
หญิง	237	59.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 35 ปี	9	2.25
35 - 39 ปี	9	2.25
40 - 44 ปี	21	5.25
45 - 49 ปี	42	10.50
50 - 54 ปี	60	15.00
55 - 59 ปี	58	14.50
มากกว่า 60 ปี	201	50.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.25 โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 60 ปี มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 50.25 ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	62	15.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	55	13.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	77	19.25
อนุปริญญา/ปวส.	29	7.25
ปริญญาตรี	143	35.75
สูงกว่าปริญญาตรี	34	8.50
รวม	400	100.00

เมื่อถามถึงระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมา ได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สูงกว่าปริญญาตรี และ ระดับอนุปริญญา/ปวส. ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3)

สำหรับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.25 รองลงมา ได้แก่ แม่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน รับจ้างทั่วไป ข้าราชการ อาชีพอื่นๆ (ว่างงาน) พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ นักเรียน/นักศึกษา ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	1	0.25
ข้าราชการ	39	9.75
พนักงานบริษัทเอกชน	70	17.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	2.00
ธุรกิจส่วนตัว	133	33.25
แม่บ้าน	79	19.75
รับจ้างทั่วไป	49	12.25
อื่นๆ (ว่างงาน)	21	5.25
รวม	400	100.00

ผลการจำแนกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.00 รองลงมา ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 25,000 บาท ไม่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	36	9.00
ไม่เกิน 5,000 บาท	9	2.25
5,001 - 10,000 บาท	57	14.25
10,001 – 15,000 บาท	84	21.00
15,001 – 20,000 บาท	47	11.75
20,001 – 25,000 บาท	43	10.75
25,001 – 30,000 บาท	67	16.75
มากกว่า 30,000 บาท	57	14.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสในการปรุงอาหาร

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรส	315	78.75
ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรส	85	21.25
รวม	400	100.00

เมื่อสอบถามผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 400 คน ถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสในการปรุงอาหาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสในการปรุงอาหาร สูงถึง ร้อยละ 78.75 และไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสในการปรุงอาหารเพียงร้อยละ 21.25 (ตารางที่

4.6)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสในการปรุงอาหาร

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สนใจ	63	74.12
ไม่แน่ใจ	21	24.71
ไม่สนใจ	1	1.17
รวม	85	100.00

เมื่อทำการสอบถามผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสในการปรุงรสอาหาร ได้ผลดังตารางที่ 4.7 พบว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสในการปรุงอาหารทั้งหมด 85 คน ส่วนใหญ่ให้ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมจำนวนคิดเป็นร้อยละ 74.12 และมีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงเล็กน้อยที่ไม่สนใจต่อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมคิดเป็นเพียงร้อยละ 1.17 แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์ปรุงรสได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม

เมื่อทำการสอบถามข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอบถามความต้องการเกี่ยวกับรสชาติของผลิตภัณฑ์ โดยใช้การเรียงลำดับความชอบ (ranking) ดังตารางที่ 4.8 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบลักษณะของผลิตภัณฑ์ และรสเค็มของผลิตภัณฑ์ โดยการใช้การเลือกตอบ (check list) ดังตารางที่ 4.9 - 4.11

ตารางที่ 4.8 คะแนนความชอบ* ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n=400) จำแนกตามระดับความชอบของรสชาติผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือ โซเดียมที่ผู้บริโภคต้องการ

รสชาติ	คะแนนความชอบ			คะแนนรวม
	ชอบมากที่สุด	ชอบปานกลาง	ชอบน้อยที่สุด	
รสหมู	891	50	12	953
รสไก่	78	274	44	396
รสเนื้อ	42	86	30	158
รสทะเลรวม	15	32	29	76
รสกุ้ง	18	78	27	123
รสปลาหมึก	3	16	7	26
รสผักรวม	66	120	57	243
รสกระเทียม	18	24	41	83
รสเห็ดหอม	33	72	88	193
รสสาหร่าย	15	6	15	36
รสหมูน้ำแดง	6	22	8	36
รสคัมย่ำ	15	18	43	76
อื่นๆ	0	0	0	0

* คะแนนความชอบ ได้จากความถี่ของผู้ที่เลือกคูณกับค่าคะแนน โดยให้ ความชอบมากที่สุด = 3 ชอบปานกลาง = 2 และชอบน้อยที่สุด = 1 คะแนน

จากตารางที่ 4.8 เมื่อถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรสชาติของผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมมีรสหมูเป็นอันดับแรก ด้วยคะแนนความชอบรวมสูงถึง 953 คะแนน รองลงมา คือ รสไก่ และรสผักรวม ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมที่ผู้บริโภคต้องการ

รูปแบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ก้อน	103	25.75
ผง	262	65.50
ซอส	35	8.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะปรากฏของผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมที่ผู้บริโภคต้องการ

ส่วนผสมของเนื้อสัตว์ หรือผัก ที่มองเห็นได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มี	111	27.75
ไม่	289	72.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมมีรูปแบบลักษณะเป็นผงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมา คือ ก้อน และซอส ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์ หรือผักที่มองเห็นได้ลงไป ในผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม (ตารางที่ 4.10) ทั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถาม

บอกเหตุผลที่ไม่ต้องการว่า ใช้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสในการหมักเนื้อในการปรุงอาหาร จึงไม่ต้องการให้มองเห็น

เมื่อทำการสอบถามรสชาติเข้มของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการพัฒนาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ผลดังตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือ โซเดียมยังคงมีรสชาติเข้มของผลิตภัณฑ์คงเหมือนเดิมจากผลิตภัณฑ์ที่มีขายตามท้องตลาด โดยการเติมเกลือชนิดอื่น ซึ่งเกลือดังกล่าวไม่มีผลต่อระดับความดันโลหิตแทน คิดเป็นร้อยละ 57.00 และผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการต่อรสชาติเข้มของผลิตภัณฑ์ที่จะทำการพัฒนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรสชาติเข้มของผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมที่ผู้บริโภคต้องการ

รสชาติเข้ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รสชาติเข้มเหมือนกับผลิตภัณฑ์ที่มีขายในท้องตลาด	228 ^a	57.00 ^a
ลดรสชาติเข้มของผลิตภัณฑ์ลง	172 ^b	43.00 ^b
รวม	400	100.00

* $\chi_{cal}^2 = 7.84$, ค่า $P = 0.005$

** ตัวอักษรที่ต่างกันในแนวคอลัมน์ แสดงว่า ความถี่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือ
โซเดียม

เมื่อทำการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม จากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 400 คน ได้ผลดังตารางที่ 4.12 - 4.15

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย* ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือ โซเดียม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	
รสชาติ	188 (47.00)	188 (47.00)	22 (5.50)	2 (0.50)	- (-)	4.40
ตราชื่อ	124 (31.00)	165 (41.20)	85 (21.20)	22 (5.50)	4 (1.00)	3.95
รายละเอียดของวิธีการใช้	101 (25.20)	189 (47.20)	98 (24.50)	11 (2.80)	1 (0.20)	3.95
ความสะดวกในการใช้งาน	114 (28.50)	206 (51.50)	78 (19.50)	2 (0.50)	- (-)	4.08
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะดุดตา	31 (7.80)	113 (28.20)	186 (46.50)	67 (16.80)	3 (0.80)	3.25
เครื่องหมายรับรองความ	272 (68.00)	107 (26.80)	20 (5.00)	1 (0.20)	- (-)	4.63
ปลอดภัยอาหาร	283 (70.75)	96 (24.00)	20 (5.00)	1 (0.20)	- (-)	4.65
ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และ วันหมดอายุกำกับ	283 (70.75)	96 (24.00)	20 (5.00)	1 (0.20)	- (-)	4.65

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย* ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือ โซเดียม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	
ฉลากระบุส่วนผสมชัดเจน	208 (52.00)	147 (36.80)	42 (10.50)	3 (0.80)	- (-)	4.40
ฉลากมีการกล่าวอ้างทางโภชนาการว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ลดโซเดียม	195 (48.80)	154 (38.50)	45 (11.20)	6 (1.50)	- (-)	4.34
ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด	71 (17.80)	198 (49.50)	112 (28.00)	17 (4.20)	2 (0.50)	3.79

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากถึงมากที่สุด ยกเว้น บรรจุน้ำหนักที่สวยงาม สะดุดตา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ (ค่าเฉลี่ย 4.65) และ เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.63) ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ฉลากระบุส่วนผสมชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.40) ฉลากมีการกล่าวอ้างทางโภชนาการว่าเป็นผลิตภัณฑ์ลดโซเดียม (ค่าเฉลี่ย 4.34) ความสะดวกในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ทรายหือ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และรายละเอียดของวิธีการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ และปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุน้ำหนักที่สวยงาม สะดุดตา (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ตารางที่ 4.13 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย* ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสคเคิลือโซเดียม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	83	164	141	11	1	3.79
	(20.80)	(41.00)	(35.20)	(2.80)	(0.20)	
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	129	197	73	1	-	4.13
	(32.20)	(49.20)	(18.20)	(0.20)	(-)	
มีป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน	116	183	89	12	-	4.00
	(29.00)	(45.80)	(22.20)	(3.00)	(-)	

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก

โดยปัจจัยย่อยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย* ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือ โซเดียม จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	
ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก	160 (40.00)	213 (53.20)	27 (6.80)	- (-)	- (-)	4.33
การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่สะดวก	93 (23.20)	161 (40.20)	118 (29.50)	27 (6.80)	1 (0.20)	3.80
ร้านค้ามีสถานที่จอดรถ	98 (24.50)	182 (45.50)	107 (26.80)	13 (3.20)	- (-)	3.91
การตกแต่งร้านค้าสวยงาม	36 (9.00)	105 (26.20)	189 (47.20)	65 (16.20)	5 (1.20)	3.26
ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	91 (22.80)	206 (51.50)	91 (22.80)	11 (2.80)	1 (0.20)	3.93
เวลาเปิด-ปิดของร้านค้า	66 (16.50)	195 (48.80)	114 (28.50)	25 (6.20)	- (-)	3.75
สินค้ามีตลอด ไม่ขาดตลาด	117 (29.20)	180 (45.00)	89 (22.20)	13 (3.20)	1 (0.20)	4.00

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ส่วนใหญ่ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้น การตกแต่งร้านค้าสวยงาม มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.33) สินค้ามีตลอด ไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.00) ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ร้านค้ามีสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.91) การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ เวลาเปิด-ปิดของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตามลำดับ และปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การตกแต่งร้านค้าสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.26)

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ผลดังตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลางถึงมาก ยกเว้นมีบริการข้อมูลเพิ่มเติมทางโทรศัพท์/e-mail มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการแจกสินค้าตัวอย่างใช้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.88) การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.81) การแนะนำการบุคลกรอบข้าง (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีการจัดแสดงสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียดสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีของแถมแจกฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.42) การชิงโชครางวัล (ค่าเฉลี่ย 2.81) และผู้นำเสนอสินค้า หรือฟรีเซนเตอร์ เป็นผู้ที่มิชื่อเสียง (ค่าเฉลี่ย 2.72) ตามลำดับ และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีบริการข้อมูลเพิ่มเติมทางโทรศัพท์/e-mail (ค่าเฉลี่ย 2.49)

ตารางที่ 4.15 จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย* ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยรสดเกลื้อโซเดียม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	
การโฆษณา	81 (20.20)	186 (46.50)	112 (28.00)	21 (5.20)	- (-)	3.81
การแนะนำจากบุคคลรอบข้าง	64 (16.00)	149 (37.20)	156 (39.00)	28 (7.00)	3 (0.80)	3.61
ผู้นำเสนอสินค้า หรือฟรีเซนเตอร์ เป็นผู้ที่มิใช่ชื่อเสียง	23 (5.80)	66 (16.50)	128 (32.00)	141 (35.20)	42 (10.50)	2.72
มีการจัดแสดงสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์	46 (11.50)	178 (44.50)	153 (38.2)	19 (4.80)	4 (1.0)	3.61
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	59 (14.80)	136 (34.00)	155 (38.80)	47 (11.80)	3 (0.80)	3.50
มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียดสินค้า	50 (12.50)	173 (43.20)	149 (37.20)	26 (6.50)	2 (0.50)	3.61
การชิงโชครางวัล	36 (9.00)	69 (17.20)	122 (30.50)	129 (32.20)	44 (11.00)	2.81
มีของแถมแจกฟรี	45 (11.20)	149 (37.20)	148 (37.00)	44 (11.00)	14 (3.50)	3.42
มีการลดราคา	78 (19.50)	221 (55.20)	79 (19.80)	20 (5.00)	2 (0.50)	3.88
มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	101 (25.20)	207 (51.80)	84 (21.00)	6 (1.50)	2 (0.50)	4.00
มีบริการข้อมูลเพิ่มเติมทางโทรศัพท์/e-mail	11 (2.80)	39 (9.80)	155 (38.80)	125 (31.20)	70 (17.50)	2.49

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสคเคื่อโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	
	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.14	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.97	มาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.85	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.41	ปานกลาง

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เกี่ยวกับปัจจัยต่อประสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อโดยรวม ได้ผลตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสคเคื่อโซเดียมอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายตามลำดับ และส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสคเคื่อโซเดียมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมายที่มีความดันโลหิตสูง ภายในสถานที่ต่างๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังตารางที่ 4.17 - 4.36

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
รสชาติ	4.38	4.42	4.40
ตรายี่ห้อ	3.88	4.01	3.95
รายละเอียดของวิธีการใช้	3.96	3.93	3.95
ความสะดวกในการใช้งาน	4.10	4.07	4.08
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะดุดตา	3.21	3.29	3.25
เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร	4.63	4.62	4.63
ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ	4.60	4.69	4.65
ฉลากระบุส่วนผสมชัดเจน	4.36	4.43	4.40
ฉลากมีการกล่าวอ้างทางโภชนาการว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ลดโซเดียม	4.28	4.39	4.34
ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด	3.72	3.85	3.79
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11	4.17	4.14

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

เมื่อถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยย่อยต่างๆด้านผลิตภัณฑ์ ได้ผลดังตารางที่ 4.17 และพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสคเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงอยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มเพศชาย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสคเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่อง เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.63) เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มเพศหญิง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสคเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่อง ผลิตจากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ (ค่าเฉลี่ย 4.69) เป็นอันดับแรก (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	3.77	3.81	3.79
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.09	4.17	4.13
มีป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน	3.93	4.06	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	3.93	4.01	3.97

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

เมื่อถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยย่อยต่างๆ ด้านราคา ได้ผลตามตารางที่ 4.18 และพบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสคเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงอยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มเพศชาย และเพศหญิง ปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสคเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93 และ 4.01

ตามลำดับ) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่อง ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.09 และ 4.17 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก	4.26	4.38	4.33
การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่สะดวก	3.65	3.89	3.80
ร้านค้ามีสถานที่จอดรถสะดวก	3.84	3.96	3.91
การตกแต่งร้านค้าสวยงาม	3.14	3.33	3.26
ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.90	3.96	3.93
เวลาเปิด-ปิดของร้านค้า	3.70	3.79	3.75
สินค้ามีตลอด ไม่ขาดตลาด	3.96	4.02	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	3.90	3.85

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.19 พบว่า เมื่อถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยย่อยต่างๆด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงอยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มเพศชาย และเพศหญิง ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78 และ 3.90 ตามลำดับ) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่อง ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.26 และ 4.38 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
การโฆษณา	3.71	3.89	3.81
การแนะนำจากบุคคลรอบข้าง	3.63	3.59	3.61
ผู้นำเสนอสินค้า หรือพรีเซนเตอร์ เป็นผู้มีชื่อเสียง	2.75	2.69	2.72
มีการจัดแสดงสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์	3.62	3.60	3.61
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3.46	3.53	3.50
มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียดสินค้า	3.57	3.63	3.61
การชิงโชครางวัล	2.88	2.76	2.81
มีของแถมแจกฟรี	3.42	3.41	3.42
มีการลดราคา	3.90	3.87	3.88
มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	4.08	3.94	4.00
มีบริการข้อมูลเพิ่มเติมทางโทรศัพท์/e-mail	2.37	2.57	2.49
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40	3.41	3.41

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยย่อยต่างๆด้านการการจัดจำหน่าย ได้ผลดังตารางที่ 4.20 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิงอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มเพศชาย และเพศหญิง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับปานกลาง

(ค่าเฉลี่ย 3.40 และ 3.41 ตามลำดับ) และให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย เรื่อง มีการแจกสินค้าตัวอย่าง ให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.08 และ 3.94 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						มากกว่า 60 ปี	รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	35-59 ปี				มากกว่า 60 ปี		
		35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-54 ปี			
รสชาติ	4.44	4.22	4.71	4.52	4.42	4.47	4.33	4.40
ตราที่หือ	4.22	3.78	3.81	3.57	3.85	3.97	4.08	3.95
รายละเอียดของวิธีการใช้	3.89	4.22	3.67	4.00	3.85	4.00	3.79	3.95
ความสะดวกในการใช้งาน	4.56	3.77	4.00	4.26	4.03	4.12	4.04	4.08
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะดุดตา	3.22	3.77	3.24	3.31	3.38	3.33	3.16	3.25
เครื่องหมายรับรองความปลอดภัย ของอาหาร	4.89	4.56	4.76	4.67	4.52	4.64	4.62	4.63
ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวัน หมดอายุกำกับ	4.89	4.67	4.67	4.62	4.55	4.64	4.68	4.65
ฉลากระบุส่วนผสมชัดเจน	4.67	4.56	4.57	4.48	4.28	4.40	4.38	4.40
ฉลากมีการกล่าวอ้างทาง	4.67	4.44	4.43	4.29	4.22	4.38	4.36	4.34
โฆษณาการว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ ลดโซเดียม								
ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด	4.00	4.00	3.95	3.90	3.68	3.76	3.79	3.79
ค่าเฉลี่ยรวม	4.48	4.20	4.22	4.26	4.15	4.25	4.21	4.14

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า จำนวนของกลุ่มตัวอย่างน้อยกว่า 35 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 35 – 39 ปี และ กลุ่มอายุระหว่าง 40 – 44 ปี มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย ($n < 30$) ซึ่งในทางสถิติ ถือว่ายังเป็นตัวแทนในกลุ่มตัวอย่างได้ไม่ดี ดังนั้นในการสรุปผลการศึกษา ผู้วิจัยจะไม่ขอก้าวถึงกลุ่มอายุที่กล่าวมาข้างต้น (ตารางที่ 4.2)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ อยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่า ทุกกลุ่มอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26, 4.15, 4.25 และ 4.21 ตามลำดับ)

กลุ่มอายุระหว่าง 45 - 49 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องเครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.67) เป็นอันดับแรก

กลุ่มอายุระหว่าง 50 - 54 ปี และ กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ (ค่าเฉลี่ย 4.55 และ 4.68 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

กลุ่มอายุระหว่าง 55 - 59 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.64) และฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ (ค่าเฉลี่ย 4.64) เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ						รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-54 ปี	55-59 ปี	
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	4.11	3.78	4.05	3.90	3.92	3.78	3.79
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.67	4.00	4.29	3.36	4.08	4.12	4.13
มีป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน	4.33	4.44	4.19	4.09	3.92	3.98	3.97
ค่าเฉลี่ยรวม	4.37	4.07	4.18	3.78	3.97	3.96	3.93

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากข้อมูลจำนวนของกลุ่มตัวอย่างอายุน้อยกว่า 35 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 35 – 39 ปี และ กลุ่มอายุระหว่าง 40 – 44 ปี มีจำนวนตัวอย่างน้อย ($n < 30$) ซึ่งในทางสถิติ ถือว่าเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ดี ดังนั้นในการสรุปผลการศึกษาก็จะไม่กล่าวถึงกลุ่มอายุที่กล่าวมาข้างต้น (ตารางที่ 4.2)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ อยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ดังตารางที่ 4.22 พบว่า ทุกกลุ่มอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37, 4.07, 4.18, 3.78, 3.97, 3.96 และ 3.93 ตามลำดับ)

กลุ่มอายุระหว่าง 50 - 54 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 55 - 59 ปี และ มากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เรื่อง ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.08, 4.12 และ 4.08 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

กลุ่มอายุระหว่าง 45 - 49 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เรื่อง มีป้ายราคาอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09) เป็นอันดับแรก

และเมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ได้ผลดังตารางที่ 4.23 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ อยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามกลุ่ม พบว่า ทุกกลุ่มอายุ ให้ความสำคัญปัจจัยต่อการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94, 3.89, 3.83 และ 3.81 ตามลำดับ) และทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย เรื่อง ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.43, 4.47, 4.35 และ 4.23 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรกเช่นเดียวกัน ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ						รวม	
	น้อยกว่า 35 ปี	35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-54 ปี	55-59 ปี		มากกว่า 60 ปี
ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก	4.44	4.44	4.62	4.43	4.47	4.35	4.23	4.33
การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่สะดวก	3.56	3.78	4.00	3.79	3.85	3.81	3.77	3.80
ร้านค้ามีสถานที่จอดรถสะดวก	4.11	4.00	4.19	4.02	3.87	3.78	3.90	3.91
การตกแต่งร้านค้าสวยงาม	3.22	3.22	3.52	3.40	3.30	3.43	3.13	3.26
ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	4.22	4.33	4.10	3.93	4.00	3.76	3.92	3.93
เวลาเปิด-ปิดของร้านค้า	3.89	3.78	3.71	3.67	3.68	3.72	3.80	3.75
สินค้ามีตลอด ไม่ขาดตลาด	3.89	3.89	4.24	4.33	4.03	3.95	3.92	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	3.92	4.05	3.94	3.89	3.83	3.81	3.85

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	35-59 ปี				มากกว่า 60 ปี	
		35-39 ปี	40-44 ปี	45-49 ปี	50-54 ปี		
การโฆษณา	4.89	3.56	3.86	3.43	4.00	3.98	3.81
การแนะนำจากบุคคลรอบข้าง	4.11	3.44	3.38	3.48	3.57	3.67	3.61
ผู้นำเสนอสินค้า หรือพรีเซนเตอร์ เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง	2.56	2.89	2.71	3.00	3.02	2.74	2.72
มีการจัดแสดงสาธิตวิธีการใช้ ผลิตภัณฑ์	3.44	3.56	3.52	3.52	3.60	3.72	3.61
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	4.11	3.89	3.91	3.55	3.70	3.36	3.50
มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด สินค้า	3.56	3.56	3.62	3.67	3.60	3.40	3.61
การชิงโชครางวัล	2.44	3.78	3.00	2.86	2.93	2.72	2.81
มีของแถมแจกฟรี	3.00	3.36	3.47	3.02	3.37	3.89	3.42
มีการลดราคา	3.78	4.11	3.62	3.55	3.73	3.81	3.88
มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ ทดลองใช้	3.89	4.44	4.05	3.71	3.90	3.83	4.00
มีบริการข้อมูลเพิ่มเติมทาง โทรศัพท์/e-mail	2.44	3.00	3.14	2.74	2.63	2.67	2.49
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47	3.60	3.57	3.32	3.45	3.44	3.41

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

เมื่อถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมด้านการส่งเสริมการตลาดของทุกกลุ่มอายุ ได้ผลดังตารางที่ 4.24 พบว่า จำนวนของกลุ่มตัวอย่างอายุน้อยกว่า 35 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 35 – 39 ปี และ กลุ่มอายุระหว่าง 40 – 44 ปี มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย ($n < 30$) ดังตารางที่ 4.2 ซึ่งในทางสถิติ ถือว่ายังเป็นตัวแทนในกลุ่มตัวอย่างได้ไม่ดี ดังนั้นในการสรุปผลการศึกษา ผู้วิจัยจะไม่บอกกล่าวถึงกลุ่มอายุที่กล่าวมาข้างต้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามกลุ่ม ดังตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มอายุระหว่าง 45 - 49 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 50 - 54 ปี กลุ่มอายุระหว่าง 55 - 49 ปี และ กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยต่อการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32, 3.45, 3.44 และ 3.40 ตามลำดับ)

กลุ่มอายุระหว่าง 50 - 54 ปี และกลุ่มอายุระหว่าง 55 - 59 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 4.00 และ 3.98 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

กลุ่มอายุระหว่าง 45 - 49 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.71 และ 4.11 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย /ปวช.	อนุปริญญา /ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	
รสชาติ	4.32	4.38	4.36	4.45	4.44	4.50	4.40
ตรายี่ห้อ	3.73	3.96	3.84	3.76	4.10	4.18	3.95
รายละเอียดของวิธีการใช้	3.94	3.80	3.88	3.93	3.97	4.24	3.95
ความสะดวกในการใช้งาน	4.15	3.90	4.08	4.14	4.08	4.21	4.08
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะดุดตา	3.31	3.01	3.36	3.28	3.29	3.12	3.25
เครื่องหมายรับรองความ ปลอดภัยของอาหาร	4.53	4.58	4.60	4.66	4.66	4.76	4.63
ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวัน หมดอายุกำกับ	4.53	4.55	4.64	4.64	4.70	4.79	4.65
ฉลากระบุส่วนผสมชัดเจน	3.38	4.26	4.42	4.35	4.45	4.50	4.40
ฉลากมีการกล่าวอ้างทาง โภชนาการว่าเป็น ผลิตภัณฑ์ ลดโซเดียม	4.11	4.28	4.35	4.41	4.39	4.59	4.34
ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด	3.74	3.66	3.70	3.69	3.90	3.97	3.79
ค่าเฉลี่ยรวม	3.97	4.04	4.12	4.13	4.20	4.29	4.14

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

เมื่อสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของทุกกลุ่ม การศึกษา ได้ผลดังตารางที่ 4.25 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา อยู่ในระดับมาก

จากตารางที่ 4.25 ได้จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97, 4.04, 4.12, 4.13, 4.20 และ 4.29 ตามลำดับ)

ระดับประถมศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร และฉลากวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ (ค่าเฉลี่ย 4.53 และ 4.53 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และอนุปริญา/ปวส. ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.58 และ 4.66 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง ฉลากวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ (ค่าเฉลี่ย 4.64, 4.70 และ 4.79 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย /ปวช.	อนุปริญญา /ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	3.81	3.62	3.95	3.57	3.83	3.74	3.79
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.08	3.98	4.29	4.10	4.10	4.32	4.13
มีป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน	4.00	3.84	4.08	3.90	4.04	4.09	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96	3.81	4.11	3.86	3.99	4.05	3.97

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา อยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96, 3.81, 4.11, 3.86, 3.99 และ 4.05 ตามลำดับ) และทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เรื่อง ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.08, 3.98, 4.29, 4.10, 4.10 และ 4.32 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก (ตารางที่ 4.26)

เมื่อทำการสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ได้ผลดังตารางที่ 4.27 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา อยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81, 3.76, 3.90, 3.80, 3.85 และ 3.96 ตามลำดับ) และทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการจัดจำหน่าย เรื่อง ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.19, 4.29, 4.39, 4.07, 4.40 และ 4.47 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก (ตารางที่ 4.27)

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถม ศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย /ปวช.	อนุปริญญา /ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อ ได้ง่าย และสะดวก	4.19	4.29	4.39	4.07	4.40	4.47	4.33
การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่ สะดวก	3.71	3.78	3.87	3.83	3.73	4.06	3.80
ร้านค้ามีสถานที่จอดรถสะดวก	3.77	3.89	4.01	3.86	3.90	4.06	3.91
การตกแต่งร้านค้าสวยงาม	3.26	3.11	3.52	3.21	3.16	3.32	3.26
ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	3.97	3.84	4.09	3.86	3.90	3.94	3.93
เวลาเปิด-ปิดของร้านค้า	3.77	3.65	3.55	3.78	3.76	3.83	3.75
สินค้ามีตลอด ไม่ขาดตลาด	3.98	3.81	3.88	4.00	4.07	4.05	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	3.81	3.76	3.90	3.80	3.85	3.96	3.85

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา ตอนต้น	มัธยมศึกษา ตอนปลาย /ปวช.	อนุปริญญา /ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	
การโฆษณา	3.65	3.84	3.91	3.67	3.88	3.74	3.81
การแนะนำจากบุคคลรอบข้าง	3.62	3.60	3.68	3.41	3.59	3.68	3.61
ผู้นำเสนอสินค้า หรือฟรีเซนเตอร์	2.90	2.44	3.06	2.79	2.60	2.47	2.72
เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง							
มีการจัดแสดงสารคดีวิธีการใช้ ผลิตภัณฑ์	3.56	3.56	3.73	3.58	3.59	3.56	3.61
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3.26	3.36	3.64	3.34	3.60	3.59	3.50
มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียด สินค้า	3.71	3.49	3.71	3.66	3.56	3.53	3.61
การชิงโชครางวัล	3.21	2.93	3.19	2.63	2.41	2.12	2.81
มีของแถมแจกฟรี	3.66	3.58	3.56	3.24	3.31	3.00	3.42
มีการลดราคา	4.08	4.07	4.03	3.76	3.72	3.68	3.88
มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ ทดลองใช้	4.13	4.07	4.07	3.97	3.90	3.94	4.00
มีบริการข้อมูลเพิ่มเติมทาง โทรศัพท์/e-mail	1.79	2.00	2.55	2.72	2.79	2.97	2.49
ค่าเฉลี่ยรวม	3.42	3.36	3.56	3.34	3.36	3.30	3.41

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.28 เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ดังตารางที่ 4.28 พบว่า ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) และทุกระดับการศึกษา ยกเว้นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42, 3.36, 3.34, 3.36 และ 3.30 ตามลำดับ)

ทุกระดับการศึกษา ยกเว้นระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.13, 4.07, 3.97, 3.90 และ 3.94 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก ในขณะที่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง มีการลดราคา และมีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.07 และ 4.07 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ								รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ (ว่างงาน)	
รสชาติ	5.00	4.51	4.53	4.13	4.44	4.35	4.22	4.24	4.40
ตราเครื่องหมาย	5.00	3.92	3.96	3.75	4.12	3.97	3.61	3.76	3.95
รายละเอียดของวิธีการใช้	5.00	4.05	4.06	3.88	3.95	3.90	3.82	3.81	3.95
ความสะดวกในการใช้งาน	5.00	4.00	4.21	4.00	4.17	3.97	3.90	4.00	4.08
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	4.00	3.15	3.43	3.25	3.33	3.09	3.18	3.14	3.25
สะดวก									
เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร	5.00	4.79	4.79	4.50	4.62	4.51	4.43	4.71	4.63
ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุกำกับ	5.00	4.74	4.81	4.25	4.68	4.58	4.41	4.76	4.65
ฉลากระบุส่วนผสม	5.00	4.36	4.60	4.13	4.39	4.38	4.22	4.43	4.40
ชัดเจน									
ฉลากมีการกล่าวอ้างทางโภชนาการว่าเป็นผลิตภัณฑ์ลดโซเดียม	5.00	4.31	4.47	4.13	4.40	4.34	4.08	4.33	4.34
ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลายขนาด	5.00	3.87	3.93	3.88	3.82	3.71	3.61	3.76	3.79
ค่าเฉลี่ยรวม	4.90	4.17	4.28	3.99	4.17	4.08	3.95	4.09	4.14

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากข้อมูลจำนวนของนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพอื่นๆ (ว่างงาน) มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย ($n < 30$) ดังตารางที่ 4.4 ซึ่งในทางสถิติ ถือว่ายังเป็นตัวแทนในกลุ่มตัวอย่างได้ไม่ดี ดังนั้นในการสรุปผลการศึกษา จะไม่ขอกกล่าวถึงกลุ่มอาชีพที่กล่าวมาข้างต้น

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์ของทุกกลุ่มอาชีพ ได้ผลดังตารางที่ 4.29 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ อยู่ในระดับมาก

จากตารางที่ 4.29 เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17, 4.28, 4.17, 4.08 และ 3.95 ตามลำดับ)

กลุ่มข้าราชการ และ รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องเครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.79 และ 4.43 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และ แม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และ วันหมดอายุกำกับ (ค่าเฉลี่ย 4.81, 4.68 และ 4.58 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ								รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ (ว่างงาน)	
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	5.00	3.82	4.07	3.38	3.74	3.68	3.73	3.76	3.79
ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	5.00	4.21	4.26	4.38	4.14	4.05	3.96	4.19	4.13
มีป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน	5.00	4.03	4.24	3.75	3.92	4.01	3.86	4.10	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	5.00	4.02	4.19	3.84	3.93	3.91	3.85	4.02	3.97

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.4 พบว่าจำนวนของกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ กลุ่มอาชีพอื่นๆ (ว่างงาน) มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มอาชีพน้อย ($n < 30$) ซึ่งในทางสถิติถือว่าจำนวนดังกล่าวเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างได้ยังไม่ดี ดังนั้นในการสรุปผลการศึกษาผู้วิจัยจะไม่ขอสรุปผลในกลุ่มอาชีพที่กล่าวมาข้างต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือ โซเดียมอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 4.30)

เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ ดังตารางที่ 4.30 พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรงรสคเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02, 4.19, 3.93, 3.91 และ 3.85 ตามลำดับ)

ทุกกลุ่มอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เรื่อง ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.21, 4.26, 4.14, 4.05 และ 3.96 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

เมื่อสอบถามทุกกลุ่มอาชีพเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้ผลตามตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก

จากตารางที่ 4.31 ได้จำแนกตามกลุ่มอาชีพ ทุกกลุ่มอาชีพ ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรงรสคเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88, 4.06, 3.85, 3.80 และ 3.67 ตามลำดับ) และทุกกลุ่มอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย เรื่อง ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.54, 4.38, 4.35, 4.20 และ 4.08 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพ								รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ (ว่างงาน)	
ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก	5.00	4.54	4.53	4.38	4.35	4.20	4.08	4.24	4.33
การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่สะดวก	5.00	3.87	3.90	3.38	3.82	3.73	3.78	3.52	3.80
ร้านค้ามีสถานที่จอดรถสะดวก	5.00	4.08	4.13	3.75	3.88	3.89	3.69	3.67	3.91
การตกแต่งร้านค้าสวยงาม	5.00	3.16	3.57	2.88	3.19	3.19	3.12	3.42	3.26
ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	5.00	3.82	4.17	4.00	3.91	3.95	3.67	4.05	3.93
เวลาเปิด-ปิดของร้านค้า	5.00	3.72	3.83	3.38	3.75	3.81	3.61	3.81	3.75
สินค้ามีตลอด ไม่ขาดตลาด	5.00	3.95	4.31	3.63	4.03	3.81	3.76	4.19	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	5.00	3.88	4.06	3.63	3.85	3.80	3.67	3.84	3.85

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50-5.00 มากที่สุด 3.50-4.49 มาก 2.50-3.49 ปานกลาง 1.50-2.49 น้อย และ 1.00-1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ								
	นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	รับจ้างทั่วไป	อื่นๆ (ว่างงาน)	รวม
การโฆษณา	5.00	3.87	4.00	3.63	3.85	3.68	3.68	3.76	3.81
การแนะนำจากบุคคลรอบข้าง	5.00	3.64	3.34	4.13	3.69	3.58	3.59	3.76	3.61
ผู้นำเสนอสินค้า หรือ พิรีเซนเตอร์ เป็นผู้ที่มิใช่เสียง	5.00	2.72	2.86	2.50	2.67	2.54	2.84	2.90	2.72
มีการจัดแสดงสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์	5.00	3.59	3.57	3.38	3.64	3.58	3.57	3.76	3.61
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	5.00	3.51	3.79	2.88	3.46	3.39	3.59	3.19	3.50
มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียดสินค้า	5.00	3.46	3.61	3.88	3.65	3.53	3.59	3.76	3.61
การชิงโชครางวัล	5.00	2.44	2.80	2.50	2.75	2.80	4.20	3.05	2.81
มีของแถมแจกฟรี	5.00	3.26	3.26	3.50	3.38	3.58	3.50	3.62	3.42
มีการลดราคา	5.00	3.67	3.67	4.00	3.86	4.09	3.92	4.14	3.88
มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	5.00	4.10	3.76	4.12	4.01	4.08	4.02	4.10	4.00
มีบริการข้อมูลเพิ่มเติมทางโทรศัพท์/e-mail	3.00	2.87	2.91	2.00	2.52	2.08	2.47	1.95	2.49
ค่าเฉลี่ยรวม	4.82	3.38	3.42	3.32	3.41	3.36	3.54	3.45	3.41

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.4 พบว่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพอื่นๆ (ว่างงาน) มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย ($n < 30$) ซึ่งทางสถิติถือว่าเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่างได้ยังไม่ดี ดังนั้นในการสรุปผลการศึกษาผู้วิจัยจะไม่ขอกกล่าวสรุปถึงกลุ่มอาชีพดังที่กล่าวมาข้างต้น

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์ของทุกกลุ่มอาชีพ พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพ อยู่ในระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.32

จากตารางที่ 4.32 เมื่อจำแนกตามกลุ่มอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ในขณะที่ทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไปให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38, 3.32, 3.41, 3.36 และ 3.45 ตามลำดับ)

กลุ่มข้าราชการ และ ธุรกิจส่วนตัว ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.10 และ 4.01 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 4.00) เป็นอันดับแรก

กลุ่มแม่บ้าน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง การลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) เป็นอันดับแรก

กลุ่มรับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง การชิงโชครางวัล (ค่าเฉลี่ย 4.20) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
		รายได้	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	
รสชาติ	4.39	4.22	4.29	4.39	4.43	4.44	4.55	4.42	4.40
ตราชื่อ	3.94	3.56	3.86	3.81	3.89	4.09	4.03	4.19	3.95
รายละเอียดของวิธีการใช้	3.81	4.11	3.88	3.82	3.94	4.02	4.01	4.09	3.95
ความสะดวกในการใช้งาน	4.03	4.11	4.02	4.05	4.15	4.09	4.22	3.98	4.08
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.22	3.22	3.26	3.18	3.47	3.14	3.33	3.18	3.25
สะดวก									
เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยของอาหาร	4.61	4.33	4.63	4.54	4.62	4.65	4.66	4.70	4.63
ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุกำกับ	4.72	4.33	4.60	4.60	4.64	4.77	4.67	4.70	4.65
ฉลากระบุส่วนผสมชัดเจน	4.36	4.44	4.39	4.35	4.53	4.42	4.39	4.37	4.40
ฉลากมีกรรกว่าอ้าง	4.31	4.00	4.30	4.25	4.38	4.53	4.33	4.44	4.34
ทางโภชนาการว่าเป็นผลิตภัณฑ์ลดโซเดียม									
ผลิตภัณฑ์มีให้เลือก	3.72	3.22	3.76	3.70	3.87	3.95	3.82	3.88	3.79
หลายขนาด									
ค่าเฉลี่ยรวม	4.11	3.95	4.10	4.07	4.19	4.21	4.20	4.20	4.14

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย ($n < 30$) ซึ่งในทางสถิติจะถือว่า ข้อมูลที่ได้จากการศึกษายังเป็นตัวแทนในกลุ่มตัวอย่างได้ไม่ดี ดังนั้น ผู้วิจัยจะไม่ขอก้าวสรุปผลการศึกษาดังกล่าวถึงกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนดังกล่าว

เมื่อทำการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ได้ผลดังตารางที่ 4.33 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือ โซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในระดับมาก

จากตารางที่ 4.33 เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือ โซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11, 4.10, 4.07, 4.19, 4.21, 4.20 และ 4.20 ตามลำดับ)

กลุ่มไม่มีรายได้ กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท 15,001 - 20,000 บาท 20,001 - 25,000 บาท และ 25,001 - 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง ฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ (ค่าเฉลี่ย 4.72, 4.60, 4.64, 4.77, และ 4.67 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.63) เป็นอันดับแรก

กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่อง เครื่องหมายรับรองความปลอดภัยอาหาร และฉลากมีวันเดือนปีที่ผลิต และวันหมดอายุกำกับ (ค่าเฉลี่ย 4.70 และ 4.70 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ย* ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	3.81	3.84	3.89	3.81	3.85	3.70	3.65	3.44	3.79
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.14	3.78	4.19	4.09	4.13	4.14	4.12	4.18	4.13
มีป้ายแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน	4.00	4.00	4.06	4.02	4.00	4.00	3.91	4.05	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	3.98	3.87	4.05	3.97	3.99	3.95	3.89	3.89	3.97

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย ($n < 30$) ซึ่งในทางสถิติถือว่า ข้อมูลที่ได้จากการศึกษายังเป็นตัวแทนในกลุ่มตัวอย่างได้ไม่ดี ดังนั้นผู้วิจัยจะไม่ขอก้าวสรุปผลการศึกษาดังกล่าวถึงกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนดังกล่าว

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังตารางที่ 4.34 พบว่า ทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98, 4.05, 3.97, 3.99, 3.95, 3.89 และ 3.89 ตามลำดับ)

ทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เรื่อง ราคาเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.14, 4.19, 4.09, 4.13, 4.14, 4.12 และ 4.18 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	30,001 – มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	ผลิตภัณฑ์หาซื้อได้ง่าย และสะดวก	4.28	4.11	4.31	4.25	4.36	4.35	4.45	4.35
การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่สะดวก	3.61	3.89	3.81	3.75	3.91	3.72	3.72	3.96	3.80
ร้านค้ามีสถานที่จอดรถสะดวก	3.75	3.82	3.89	3.88	3.91	3.96	4.00	4.13	3.91
การตกแต่งร้านค้าสวยงาม	3.27	2.93	3.30	3.25	3.47	3.18	3.31	3.56	3.26
ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน	4.06	3.89	4.01	3.82	4.09	3.95	3.96	3.72	3.93
เวลาเปิด-ปิดของร้านค้า	3.75	3.56	3.76	3.61	3.68	3.67	3.90	3.94	3.75
สินค้ามีตลอด ไม่ขาดตลาด	3.89	3.67	3.94	3.86	4.09	4.05	4.12	4.19	4.00
ค่าเฉลี่ยรวม	3.80	3.70	3.86	3.77	3.93	3.84	3.92	3.98	3.85

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย ($n < 30$) ซึ่งในทางสถิติถือว่า ข้อมูลที่ได้จากการศึกษายังเป็นตัวแทนในกลุ่มตัวอย่างได้ไม่ดี ดังนั้นผู้วิจัยจะไม่ขอก้าวสรุปผลการศึกษาดังกล่าวถึงกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนดังกล่าว

ส่วนปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในระดับมาก ดังตารางที่ 4.35

เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80, 3.86, 3.77, 3.93, 3.84, 3.92 และ 3.98 ตามลำดับ) และในทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย เรื่อง ผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย และสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.28, 4.31, 4.25, 4.36, 4.35, 4.45 และ 4.35 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก (ตารางที่ 4.35)

ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ย* ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								รวม
	ไม่มีรายได้	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	25,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
การโฆษณา	3.86	3.78	3.71	3.86	3.89	3.93	3.79	3.79	3.81
การแนะนำจากบุคคลรอบข้าง	3.69	3.89	3.50	3.44	3.79	3.70	3.72	3.49	3.61
ผู้นำเสนอสินค้า หรือพรีเซนเตอร์ เป็นผู้ที่มีชื่อเสียง	2.75	3.22	2.85	2.75	2.87	2.60	2.63	2.46	2.72
มีการจัดแสดงสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์	3.53	3.78	3.65	3.65	3.72	3.58	3.57	3.49	3.61
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3.17	3.56	3.51	3.68	3.40	3.42	3.49	3.72	3.50
มีพนักงานแนะนำให้รายละเอียดสินค้า	3.61	3.56	3.68	3.70	3.66	3.60	3.53	3.46	3.61
การชิงโชครางวัล	3.02	3.11	3.10	3.13	2.88	2.58	2.55	2.35	2.81
มีของแถมแจกฟรี	3.47	3.31	3.65	3.37	3.57	3.28	3.22	3.21	3.42
มีการลดราคา	4.06	4.11	4.04	3.86	3.94	3.72	3.73	3.79	3.88
มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	4.03	4.22	4.11	3.98	4.09	3.81	4.01	3.84	4.00
มีบริการข้อมูลเพิ่มเติมทางโทรศัพท์ / e-mail	2.19	2.00	2.11	2.44	2.74	2.42	2.96	2.67	2.49
ค่าเฉลี่ยรวม	3.40	3.50	3.45	3.44	3.50	3.33	3.38	3.30	3.41

* ค่าเฉลี่ย มีความหมายดังนี้ 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย และ 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย ($n < 30$) ซึ่งในทางสถิติถือว่า ข้อมูลที่ได้จากการศึกษายังเป็นตัวแทนในกลุ่มตัวอย่างได้ไม่ดี ดังนั้นผู้วิจัยจะไม่ขอก้าวสรุปผลการศึกษาดังกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนดังกล่าว

เมื่อสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ผลดังตารางที่ 4.36 ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางที่ 4.36 เมื่อจำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ปรุงรสลดเกลือโซเดียมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ ทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40, 3.45, 3.44, 3.33, 3.38 และ 3.30 ตามลำดับ)

กลุ่มไม่มีรายได้ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง มีการลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.06) เป็นอันดับแรก ในขณะที่กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง การโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.93) เป็นอันดับแรก และทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้นกลุ่มไม่มีรายได้ และกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่อง มีการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.22, 4.11, 3.98, 4.09, 4.01 และ 3.84 ตามลำดับ) เป็นอันดับแรก (ตารางที่ 4.36)