

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งพร้อมรับประทานของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในพื้นที่ฝั่ง ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 300 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลออกมาเป็น 7 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ สถานภาพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว (ตารางที่ 1-7)

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็ง ประกอบด้วย ยี่ห้อที่ชอบ ยี่ห้อที่เคยซื้อ ประเภทของอาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งที่ชอบซื้อ เหตุผลที่เลือกซื้อ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ วัตถุประสงค์ที่ซื้อ แหล่งที่ซื้อ มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง ราคาต่อกล่องที่ต้องการซื้อ สิ่งที่ต้องการให้มีในบรรจุภัณฑ์ และแหล่งข้อมูลของ (ตารางที่ 8-18)

**ส่วนที่ 3** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 19-23)

**ส่วนที่ 4** ปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง ประกอบด้วย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 24-28)

**ส่วนที่ 5** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ (ตารางที่ 29-48)

**ส่วนที่ 6** ปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ (ตารางที่ 49-68)

**ส่วนที่ 7** ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งพร้อมรับประทาน (ตารางที่ 69)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	76	25.33
หญิง	224	74.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 74.67 และเพศชาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	6	2.00
20-29 ปี	122	40.67
30-39 ปี	130	43.33
40-49 ปี	39	13.00
50-59 ปี	3	1.00
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 30-39 ปีมากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาคือ อายุ 20-29 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 40.67 อายุ 40-49 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และอายุ 50-59 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา / มัธยมศึกษา	28	9.33
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	36	12.00
ปริญญาตรี	175	58.34
สูงกว่าปริญญาตรี	61	20.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 58.34 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.33 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 27 คน และระดับประถมศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	27	9.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2	0.67
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	266	88.66
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	2	0.67
แม่บ้าน/เกษียณอายุ	3	1.00
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 88.66 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 แม่บ้าน/เกษียณอายุ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	17	5.67
5,001-10,000 บาท	35	11.67
10,001-20,000 บาท	76	25.33
20,001-30,000 บาท	74	24.66
30,001-40,000 บาท	53	17.67
มากกว่า 40,000 บาท	45	15.00
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 24.66 รายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.67 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 รายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	185	61.67
สมรส	102	34.00
หย่าร้าง/หม้าย	13	4.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 61.67 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และสถานภาพหย่าร้าง/เป็นหม้าย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-2 คน	49	16.33
3-4 คน	143	47.67
5-6 คน	94	31.33
มากกว่า 6 คน	14	4.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : สมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน ได้แก่ 7 คน และ 8 คน

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสมาชิกในครอบครัว 3-4 คนมากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 47.67 รองลงมาคือ สมาชิกในครอบครัว 5-6 คน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 สมาชิกในครอบครัว 1-2 คน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 16.33 และสมาชิกมากกว่า 6 คน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็ง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่ชอบ

ยี่ห้อที่ชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยี่ห้อสุรพลฟู๊ดส์	28	9.33
ยี่ห้อ S&P Foods	34	11.33
ยี่ห้อพรานทะเล	46	15.33
ยี่ห้ออีชีโก	65	21.67
ยี่ห้อ CP	122	40.67
อื่นๆ	5	1.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : ยี่ห้อที่ชอบอื่นๆ ได้แก่ พรานทะเล MAKRO

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชอบอาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็ง ยี่ห้อ CP มากที่สุด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 40.67 รองลงมาคือ ยี่ห้ออีชีโก จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 ยี่ห้อพรานทะเล จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 ยี่ห้อ S&P Foods จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 ยี่ห้อสุระพลฟู๊ดส์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 และยี่ห้ออื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่เคี้ยว

ยี่ห้อที่เคี้ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยี่ห้อสุระพลฟู๊ดส์	87	29.00
ยี่ห้อ S&P Foods	118	39.33
ยี่ห้อพรานทะเล	148	49.33
ยี่ห้อ ไออิม	14	4.67
ยี่ห้ออีชีโก	154	51.33
ยี่ห้อ CP	231	77.00
อื่นๆ	4	1.33

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 คน

ยี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ MAKRO

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคี้ยวอาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งยี่ห้อ CP Brand จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 รองลงมาคือ ยี่ห้ออีชีโก จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.33 ยี่ห้อพรานทะเล จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 49.33 ยี่ห้อ S&P Foods จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 39.33 ยี่ห้อสุระพลฟู๊ดส์ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ยี่ห้อ ไออิม จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 และยี่ห้ออื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของอาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งที่ชอบซื้อ

ประเภทของอาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งที่ชอบซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกี้ยวกุ้ง	126	42.00
บะหมี่เกี้ยวกุ้ง	39	13.00
ข้าวผัดกุ้ง	25	8.33
ข้าวต้มปลา	18	6.00
ข้าวผัดซีเม็กซิฟูลส์	30	10.00
สปาเก็ตตี้ซีฟูลส์	38	12.67
อื่นๆ	24	8.00
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: ประเภทอาหารที่ชอบซื้อ ได้แก่ กระเพรา กุ้งชุบแป้งทอด ข้าวผัดปู ข้าวแกงเขียวหวาน สะเก๋า สปาเก็ตตี้ผัดซีเม็กซิ

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชอบซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งประเภทเกี้ยวกุ้งมากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ บะหมี่เกี้ยวกุ้ง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 สปาเก็ตตี้ซีฟูลส์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 ข้าวผัดซีเม็กซิฟูลส์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ข้าวผัดกุ้ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ประเภทอื่นๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และข้าวต้มปลา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อ

เหตุผลที่เลือกซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความสะอาด	73	24.33
มีคุณค่าทางโภชนาการ	26	8.67
มีให้เลือกหลากหลาย	81	27.00
มีปริมาณมาก	9	3.00
ตราชี้หือ	35	11.67
รสชาติอร่อย	86	28.67
เชื่อมั่นว่าผู้ผลิตอาหารมีคุณภาพ	84	28.00
บรรจุภัณฑ์ง่ายต่อการรับประทาน	147	49.00
สะดวกง่ายต่อการบริโภค	245	81.67
อื่นๆ	9	3.00

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 คน

เหตุผลที่เลือกซื้ออื่นๆ ได้แก่ เก็บไว้ได้นาน ราคาถูกมีคุณภาพ ไม่มีเวลา ชอบลองสินค้าใหม่

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งเนื่องจากสะดวกง่ายต่อการบริโภค จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 81.67 รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์ง่ายต่อการรับประทาน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รสชาติอร่อย จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.67 เชื่อมั่นว่าผู้ผลิตอาหารมีคุณภาพ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 มีให้เลือกหลากหลาย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีความสะอาด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 24.33 ตราชี้หือ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 มีคุณค่าทางโภชนาการ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.67 มีปริมาณมากและเหตุผลอื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 เท่ากัน ตามลำดับ



ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	264	88.00
คู่สมรส	7	2.33
บุตร/ธิดา	13	4.33
เพื่อน/ญาติ	13	4.33
พนักงานขาย	3	1.00
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คือ ตัวเอง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 88.00 รองลงมาคือ บุตร/ธิดา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 เพื่อน/ญาติ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 คู่สมรส จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.33 และพนักงานขาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ซื้อ

วัตถุประสงค์ที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับประทานเอง	270	90.00
จัดเลี้ยง	14	4.67
ซื้อให้สมาชิกในครอบครัว	128	42.67
อื่นๆ	5	1.67

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 คน  
วัตถุประสงค์อื่นๆ ได้แก่ ซื้อกรณีเร่งด่วน จำเป็นถึงซื้อ เป็นของฝาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อคือ รับประทานเอง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคือ ซื้อให้สมาชิกในครอบครัว จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 42.67 จัดเลี้ยง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 และวัตถุประสงค์อื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อ

แหล่งที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11	265	88.33
ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น โลตัส บิ๊กซี	164	54.67
ร้านค้าปลีกอื่นๆที่อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	33	11.00
อื่นๆ	6	2.00

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 คน

แหล่งที่ซื้ออื่นๆ ได้แก่ CP Fresh Mart

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อจากร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 88.33 รองลงมาคือ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น โลตัส บิ๊กซี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 54.67 ร้านค้าปลีกอื่นๆที่อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และแหล่งที่ซื้ออื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าในการซื้อต่อครั้ง

มูลค่าในการซื้อต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
50-100 บาท	145	48.33
101-150 บาท	57	19.00
151-200 บาท	53	17.67
201-250 บาท	31	10.33
251-300 บาท	14	4.67
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีมูลค่าในการซื้อต่อครั้ง 50-100 บาท มากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมาคือ มูลค่า 101-150 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 มูลค่า 151-200 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 17.67 มูลค่า 201-250 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.33 และมูลค่า 251-300 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาต่อกล่องที่ต้องการซื้อ

ราคาต่อกล่องที่ต้องการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 บาท	22	7.33
30-40 บาท	173	57.67
41-50 บาท	59	19.67
51-60 บาท	24	8.00
มากกว่า 60 บาท	22	7.33
<b>รวม</b>	<b>300</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งมีราคาต่อกล่อง 30-40 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.67 รองลงมาคือ ราคา 41-50 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 19.67 ราคา 51-60 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ราคาต่ำกว่า 30 บาทและมากกว่า 60 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่ต้องการให้มีในบรรจุภัณฑ์

สิ่งที่ต้องการให้มีในบรรจุภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซีล/ส้อม	220	73.33
น้ำปลา/ซอสปรุงรส	144	48.00
เครื่องเทศ เช่น พริกไทย	57	19.00
อื่นๆ	14	4.67

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 คน

สิ่งที่ต้องการให้มีในบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ได้แก่ ทิชชู กระเทียมเจียว ซอสตามเมนู น้ำจิ้มซีฟู้ด ผัก พริกป่น ไม่ต้องการ

จากตารางที่ 17 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการให้ในบรรจุภัณฑ์มีซีล/ส้อม จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมาคือ น้ำปลา/ซอสปรุงรส จำนวน 144 คน คิด

เป็นร้อยละ 48.00 เครื่องเทศ เช่น พริกไทย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และสิ่งที่ต้องการ  
อื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 ตามลำดับ

**ตารางที่ 18** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลของ  
ผลิตภัณฑ์

แหล่งข้อมูลของผลิตภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	248	82.67
วิทยุ	12	4.00
หนังสือพิมพ์	58	19.33
นิตยสาร	24	8.00
แผ่นพับ/ใบปลิว	38	12.67
การบอกต่อโดยบุคคล	46	15.33
เว็บไซต์แนะนำสินค้า	51	17.00
อื่นๆ	20	6.67

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 คน

แหล่งข้อมูลอื่นๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณา สื่อโฆษณา ณ จุดขาย พบบนชั้นวางสินค้า โทรศัพท์มือถือ

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับข้อมูลเกี่ยวกับอาหาร  
ทะเลปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งจากโทรทัศน์ จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 82.67 รองลงมาคือ  
หนังสือพิมพ์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 เว็บไซต์แนะนำสินค้า จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 17.00 การบอกต่อโดยบุคคล จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 แผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 38  
คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 นิตยสาร จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 แหล่งข้อมูลอื่นๆ จำนวน 20  
คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และวิทยุ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. รสชาติอาหาร	171 (57.00)	101 (33.67)	27 (9.00)	1 (0.33)	0 (0.00)	4.47 (มาก)	1
2. คุณภาพอาหาร	167 (55.67)	101 (33.67)	30 (10.00)	2 (0.67)	0 (0.00)	4.44 (มาก)	2
3. ความหลากหลายของอาหาร	79 (26.33)	152 (50.67)	57 (19.00)	11 (3.67)	1 (0.33)	3.99 (มาก)	6
4. ชื่อเสียงตราหือ	66 (22.00)	164 (54.67)	68 (22.67)	2 (0.67)	0 (0.00)	3.98 (มาก)	7
5. ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ	74 (24.67)	161 (53.67)	62 (20.67)	3 (1.00)	0 (0.00)	4.02 (มาก)	5
6. รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค	77 (25.67)	174 (58.00)	46 (15.33)	2 (0.67)	1 (0.33)	4.08 (มาก)	4
7. ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ	71 (23.67)	154 (51.33)	69 (23.00)	6 (2.00)	0 (0.00)	3.97 (มาก)	9
8. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	45 (15.00)	120 (40.00)	116 (38.67)	17 (5.67)	2 (0.67)	3.63 (มาก)	13
9. การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ	172 (57.33)	97 (32.33)	24 (8.00)	4 (1.33)	3 (1.00)	4.44 (มาก)	2
10. ข้อมูลทางโภชนาการ	90 (30.00)	132 (44.00)	62 (20.67)	14 (4.67)	2 (0.67)	3.98 (มาก)	7

ตารางที่ 19 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
11. คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา	74 (24.67)	138 (46.00)	72 (24.00)	14 (4.67)	2 (0.67)	3.89 (มาก)	12
12. มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล	86 (28.67)	128 (42.67)	71 (23.67)	13 (4.33)	2 (0.67)	3.94 (มาก)	10
13. มีหลายยี่ห้อให้เลือก	74 (24.67)	146 (48.67)	69 (23.00)	10 (3.33)	1 (0.33)	3.94 (มาก)	10
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.06</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.47) คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.44) การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.08) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.99) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.94) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.89) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญ ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ราคาต่อกล่อง	140 (46.67)	121 (40.33)	37 (12.33)	2 (0.67)	0 (0.00)	4.33 (มาก)	2
2. มีป้ายราคาคิดไว้ชัดเจน	125 (41.67)	131 (43.67)	38 (12.67)	5 (1.67)	1 (0.33)	4.25 (มาก)	3
3. มีหลายระดับราคาให้ เลือก	88 (29.33)	139 (46.33)	54 (21.33)	8 (2.67)	1 (0.33)	4.02 (มาก)	4
4. มีส่วนลด	90 (30.00)	113 (37.67)	82 (27.33)	14 (4.67)	1 (0.33)	3.92 (มาก)	5
5. ราคาเหมาะสมกับ ปริมาณ	145 (48.33)	126 (42.00)	25 (8.33)	4 (1.33)	0 (0.00)	4.37 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.18</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีป้ายราคาคิดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มี จำหน่ายทั่วไป	160 (53.33)	120 (40.00)	20 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.47 (มาก)	1
2. มีสินค้าวางขาย ตลอดเวลา	129 (43.00)	136 (45.33)	31 (10.33)	4 (1.33)	0 (0.00)	4.30 (มาก)	3
3. มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน	128 (42.67)	142 (47.33)	28 (9.33)	2 (0.67)	0 (0.00)	4.32 (มาก)	2
4. มีสถานที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ	79 (26.33)	131 (43.67)	77 (25.67)	11 (3.67)	2 (0.67)	3.91 (มาก)	6
5. โทรับสั่งได้	52 (17.33)	84 (28.00)	117 (39.00)	37 (12.33)	10 (3.33)	3.44 (ปานกลาง)	7
6. มีจำหน่ายในร้านสะดวก ซื้อ	115 (38.33)	141 (47.00)	39 (13.00)	5 (1.67)	0 (0.00)	4.22 (มาก)	4
7. มีจำหน่ายซูเปอร์มาร์ เก็ต/ห้างสรรพสินค้า	108 (36.00)	151 (50.33)	38 (12.67)	2 (0.67)	1 (0.33)	4.21 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						4.12 (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริษัทจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.47) มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีสินค้าวางขายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.91)ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ โทรับสั่งได้ (ค่าเฉลี่ย 3.44)



ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. มีพนักงานขายแนะนำ สินค้า ณ จุดขาย	59 (19.67)	79 (26.33)	120 (40.00)	34 (11.33)	8 (2.67)	3.49 (ปานกลาง)	8
2. การโฆษณาในสื่อ ต่างๆ	61 (20.33)	146 (48.67)	81 (27.00)	11 (3.67)	1 (0.33)	3.85 (มาก)	2
3. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มี ของแถม	99 (33.00)	122 (40.67)	59 (19.67)	19 (6.33)	1 (0.33)	4.00 (มาก)	1
4. มีสินค้าให้ทดลองชิม ฟรี	74 (24.67)	120 (40.00)	83 (27.67)	19 (6.33)	4 (1.33)	3.80 (มาก)	3
5. มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	73 (24.33)	116 (38.67)	83 (27.67)	22 (7.33)	6 (2.00)	3.76 (มาก)	4
6. มีการแถมสินค้าอื่นโดย ไม่ต้องซื้อ	57 (19.00)	103 (34.33)	104 (34.67)	23 (7.67)	13 (4.33)	3.56 (มาก)	5
7. มีการสาธิตการ ประกอบอาหาร	48 (16.00)	93 (31.00)	107 (35.67)	42 (14.00)	10 (3.33)	3.42 (ปานกลาง)	9
8. มีการแจกเอกสาร แนะนำสินค้า	50 (16.67)	101 (33.67)	105 (35.00)	36 (12.00)	8 (2.67)	3.50 (มาก)	7
9. มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า	55 (18.33)	99 (33.00)	103 (34.33)	32 (10.67)	11 (3.67)	3.52 (มาก)	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.66 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49  
หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.49) และมีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ

**ตารางที่ 23** แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.06	มาก	3
2. ปัจจัยด้านราคา	4.18	มาก	1
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	มาก	2
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.66	มาก	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.00</b>	<b>มาก</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริษัทปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.12) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. รสชาติอาหารไม่อร่อย	171 (57.00)	83 (27.67)	40 (13.33)	6 (2.00)	0 (0.00)	4.40 (มาก)	1
2. คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ	139 (46.33)	109 (36.33)	45 (15.00)	7 (2.33)	0 (0.00)	4.27 (มาก)	2
3. ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย	64 (21.33)	120 (40.00)	91 (30.33)	25 (8.33)	0 (0.00)	3.74 (มาก)	9
4. ไม่รู้จักตราหือ	58 (19.33)	111 (37.00)	105 (35.00)	20 (6.67)	6 (2.00)	3.65 (มาก)	12
5. ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต	53 (17.67)	141 (47.00)	83 (27.67)	17 (5.67)	6 (2.00)	3.73 (มาก)	10
6. บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม	65 (21.67)	141 (47.00)	71 (23.67)	19 (6.33)	4 (1.33)	3.81 (มาก)	8
7. ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	66 (22.00)	120 (40.00)	82 (27.33)	25 (8.33)	7 (2.33)	3.71 (มาก)	11
8. รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน	77 (25.67)	133 (44.33)	67 (22.33)	15 (5.00)	8 (2.67)	3.85 (มาก)	6
9. ฉลากไม่ระบุวันเดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ	143 (47.67)	99 (33.00)	39 (13.00)	11 (3.67)	8 (2.67)	4.19 (มาก)	3
10. ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	84 (28.00)	128 (42.67)	60 (20.00)	23 (7.67)	5 (1.67)	3.88 (มาก)	5

ตารางที่ 24 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
11. ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา	81 (27.00)	135 (45.00)	62 (20.67)	14 (4.67)	8 (2.67)	3.89 (มาก)	4
12. ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล	80 (26.67)	127 (42.33)	70 (23.33)	14 (4.67)	9 (3.00)	3.85 (มาก)	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.91</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหাপานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.40) คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.89) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.85) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.85) บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.81) ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.73) ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.71) และไม่รู้จกตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1.ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	140 (46.67)	111 (37.00)	42 (14.00)	6 (2.00)	1 (0.33)	4.28 (มาก)	1
2.ไม่มีป้ายราคาติดแสดง	114 (38.00)	114 (38.00)	57 (19.00)	13 (4.33)	2 (0.67)	4.08 (มาก)	2
3.ราคาของอาหารมีระดับเดียว	69 (23.00)	125 (41.67)	88 (29.33)	15 (5.00)	3 (1.00)	3.81 (มาก)	4
4.ไม่มีส่วนลดเงินสด	51 (17.00)	115 (38.33)	110 (36.67)	21 (7.00)	3 (1.00)	3.63 (มาก)	5
5.ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น	88 (29.33)	136 (45.33)	65 (21.67)	10 (3.33)	1 (0.33)	4.00 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.96</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหাপานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคา โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ไม่มีป้ายราคาติดแสดง (ค่าเฉลี่ย 4.08) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.81) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป	107 (35.67)	126 (42.00)	49 (16.33)	13 (4.33)	5 (1.67)	4.06 (มาก)	1
2. ขาดสินค้าตามฤดูกาล	68 (22.67)	113 (37.67)	83 (27.67)	33 (11.0)	3 (1.00)	3.70 (มาก)	4
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน	88 (29.33)	132 (44.00)	61 (20.33)	16 (5.33)	3 (1.00)	3.95 (มาก)	2
4. ไม่มีที่จอดรถ หาดที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ	75 (25.00)	98 (32.67)	97 (32.33)	26 (8.67)	4 (1.33)	3.71 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.86</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหาหนัก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.06) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ไม่มีที่จอดรถ หาดที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และขาดสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ไม่มีพนักงานขาย แนะนำสินค้า ณ จุดขาย	44 (14.67)	75 (25.00)	124 (41.33)	49 (16.33)	8 (2.67)	3.33 (ปานกลาง)	5
2. ขาดการโฆษณาสินค้า ผ่านสื่อต่างๆ	64 (21.33)	97 (32.33)	92 (30.67)	36 (12.00)	11 (3.67)	3.56 (มาก)	2
3. ไม่มีสินค้าให้ทดลอง ชิมฟรี	56 (18.67)	88 (29.33)	107 (35.67)	41 (13.67)	8 (2.67)	3.48 (ปานกลาง)	3
4. ไม่มีการแจกสินค้า ตัวอย่าง	52 (17.33)	85 (28.33)	104 (34.67)	49 (16.33)	10 (3.33)	3.40 (ปานกลาง)	4
5. ไม่มีการสาธิตการ ประกอบอาหาร	49 (16.33)	65 (21.67)	128 (42.67)	47 (15.67)	11 (3.67)	3.31 (ปานกลาง)	7
6. ไม่มีการแจกเอกสาร แนะนำสินค้า	44 (14.67)	79 (26.33)	119 (39.67)	44 (14.67)	14 (4.67)	3.32 (ปานกลาง)	6
7. ไม่มีเว็บไซต์แนะนำ สินค้า	42 (14.00)	84 (28.00)	107 (35.67)	46 (15.33)	21 (7.00)	3.27 (ปานกลาง)	8
8. ไม่มีการบริการอุ่น อาหาร	71 (23.67)	118 (39.33)	66 (22.00)	31 (10.33)	14 (4.67)	3.67 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.42</b> (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหาหนัก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.67) ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.48) ไม่มีการแจก

สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.33) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.32) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.31) และไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

**ตารางที่ 28** แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง

ปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญของปัญหา		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	3.91	มาก	2
2. ปัญหาด้านราคา	3.96	มาก	1
3. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.86	มาก	3
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	3.42	ปานกลาง	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.79</b>	<b>มาก</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.42) ตามลำดับ



ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. รสชาติอาหาร	4.49 (มาก)	2	4.47 (มาก)	2
2. คุณภาพอาหาร	4.50 (มากที่สุด)	1	4.42 (มาก)	3
3. ความหลากหลายของอาหาร	4.00 (มาก)	6	3.99 (มาก)	8
4. ชื่อเสียงตราหือ	4.00 (มาก)	6	3.97 (มาก)	11
5. ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ	4.05 (มาก)	5	4.01 (มาก)	7
6. รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค	4.08 (มาก)	4	4.08 (มาก)	4
7. ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ	3.92 (มาก)	8	3.98 (มาก)	10
8. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.75 (มาก)	10	3.59 (มาก)	13
9. การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ	4.22 (มาก)	3	4.51 (มากที่สุด)	1
10. ข้อมูลทางโภชนาการ	3.74 (มาก)	11	4.06 (มาก)	5
11. คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา	3.67 (มาก)	13	3.97 (มาก)	11

ตารางที่ 29 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
12. มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล	3.70 (มาก)	12	4.03 (มาก)	6
13. มีหลายยี่ห้อให้เลือก	3.79 (มาก)	9	3.99 (มาก)	8
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.99 (มาก)</b>		<b>4.08 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.49) การระบุวันเดือนปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.08) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.00) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.70) และคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การระบุวันเดือนปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.51) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.47) คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.42) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.08) ข้อมูล

ทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 4.03) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ชื่อเสียงตรายี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.97) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาต่อกล่อง	4.34 (มาก)	1	4.33 (มาก)	1
2. มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน	4.09 (มาก)	2	4.30 (มาก)	2
3. มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.87 (มาก)	3	4.07 (มาก)	3
4. มีส่วนลด	3.83 (มาก)	4	4.07 (มาก)	3
5. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.83 (มาก)	4	3.96 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.09</b> <b>(มาก)</b>		<b>4.21</b> <b>(มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49

หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.34) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ

(ค่าเฉลี่ย 4.30) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.07) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

**ตารางที่ 31** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของบัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

บัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.45 (มาก)	1	4.47 (มาก)	1
2. มีสินค้าวางขายตลอดเวลา	4.33 (มาก)	2	4.29 (มาก)	3
3. มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.32 (มาก)	3	4.32 (มาก)	2
4. มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.83 (มาก)	6	3.94 (มาก)	6
5. โทรสั่งได้	3.16 (ปานกลาง)	7	3.53 (มาก)	7
6. มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ	4.04 (มาก)	5	4.28 (มาก)	4
7. มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า	4.17 (มาก)	4	4.22 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.04 (มาก)</b>		<b>4.15 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีสินค้าวางขายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.33) มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ โทรสั่งได้ (ค่าเฉลี่ย 3.16) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.47) มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีสินค้าวางขายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ โทรสั่งได้ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย	3.58 (มาก)	5	3.46 (ปานกลาง)	9
2. การโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.84 (มาก)	2	3.85 (มาก)	2
3. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม	3.87 (มาก)	1	4.04 (มาก)	1
4. มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.67 (มาก)	3	3.85 (มาก)	2
5. มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.61 (มาก)	4	3.81 (มาก)	4
6. มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ	3.50 (มาก)	6	3.58 (มาก)	5
7. มีการสาธิตการประกอบอาหาร	3.20 (ปานกลาง)	9	3.50 (มาก)	8
8. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.43 (ปานกลาง)	7	3.52 (มาก)	7
9. มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า	3.42 (ปานกลาง)	8	3.55 (มาก)	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.57</b> (มาก)		<b>3.68</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.87) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.67)

มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.42) และมีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.20) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.04) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.52) มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.99 (มาก)	3	4.08 (มาก)	3
2. ปัจจัยด้านราคา	4.09 (มาก)	1	4.21 (มาก)	1
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.04 (มาก)	2	4.15 (มาก)	2
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57 (มาก)	4	3.68 (มาก)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.92</b> (มาก)		<b>4.03</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ



ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. รสชาติอาหาร	4.44 (มาก)	1	4.54 (มากที่สุด)	1	4.38 (มาก)	2
2. คุณภาพอาหาร	4.42 (มาก)	2	4.50 (มากที่สุด)	2	4.33 (มาก)	3
3. ความหลากหลายของอาหาร	4.02 (มาก)	5	4.00 (มาก)	9	3.86 (มาก)	12
4. ชื่อเสียงตราหือ	3.98 (มาก)	7	4.01 (มาก)	7	3.88 (มาก)	11
5. ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ	4.00 (มาก)	6	4.03 (มาก)	5	4.05 (มาก)	8
6. รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค	4.11 (มาก)	4	4.02 (มาก)	6	4.19 (มาก)	4
7. ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ	3.93 (มาก)	10	4.01 (มาก)	7	3.95 (มาก)	10
8. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.59 (มาก)	13	3.65 (มาก)	13	3.69 (มาก)	13
9. การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ	4.36 (มาก)	3	4.48 (มาก)	3	4.55 (มากที่สุด)	1
10. ข้อมูลทางโภชนาการ	3.86 (มาก)	11	4.06 (มาก)	4	4.10 (มาก)	7
11. คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา	3.77 (มาก)	12	3.92 (มาก)	10	4.17 (มาก)	5
12. มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล	3.96 (มาก)	8	3.87 (มาก)	12	4.12 (มาก)	6

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
13. มีหลายยี่ห้อให้เลือก	3.95 (มาก)	9	3.92 (มาก)	10	3.98 (มาก)	9
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.03</b> (มาก)		<b>4.08</b> (มาก)		<b>4.10</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.44) คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.42) การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.11) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.02) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.77) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.54) คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.03) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.02) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.00) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.92)

มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.87) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.55) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.38) คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.33) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.19) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 4.12) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ชื่อเสียงตรายี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.86) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาต่อกล่อง	4.29 (มาก)	2	4.42 (มาก)	2	4.19 (มาก)	2
2. มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน	4.23 (มาก)	3	4.28 (มาก)	3	4.19 (มาก)	2
3. มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.06 (มาก)	4	4.04 (มาก)	4	3.81 (มาก)	4
4. มีส่วนลด	3.96 (มาก)	5	3.92 (มาก)	5	3.81 (มาก)	4
5. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.35 (มาก)	1	4.43 (มาก)	1	4.26 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.18</b> <b>(มาก)</b>		<b>4.22</b> <b>(มาก)</b>		<b>4.05</b> <b>(มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.81) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.42 (มาก)	1	4.48 (มาก)	1	4.57 (มากที่สุด)	1
2. มีสินค้าวางขายตลอดเวลา	4.30 (มาก)	2	4.31 (มาก)	3	4.26 (มาก)	3
3. มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.28 (มาก)	3	4.32 (มาก)	2	4.43 (มาก)	2
4. มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.68 (มาก)	6	4.12 (มาก)	6	3.98 (มาก)	6
5. โทรสั่งได้	3.30 (ปานกลาง)	7	3.55 (มาก)	7	3.52 (มาก)	7
6. มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ	4.20 (มาก)	5	4.25 (มาก)	4	4.19 (มาก)	4
7. มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า	4.27 (มาก)	4	4.18 (มาก)	5	4.12 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.06 (มาก)</b>		<b>4.17 (มาก)</b>		<b>4.15 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49

หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีสินค้าวางขายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ โทรสั่งได้ (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.48) มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีสินค้าวางขายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และโทรสั่งได้ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.57) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีสินค้าวางขายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.19) มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และโทรสั่งได้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย	3.49 (ปานกลาง)	6	3.49 (ปานกลาง)	9	3.48 (ปานกลาง)	7
2. การโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.86 (มาก)	2	3.85 (มาก)	4	3.83 (มาก)	1
3. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม	4.01 (มาก)	1	4.05 (มาก)	1	3.79 (มาก)	2
4. มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.76 (มาก)	3	3.91 (มาก)	2	3.62 (มาก)	4
5. มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.67 (มาก)	4	3.87 (มาก)	3	3.69 (มาก)	3
6. มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ	3.50 (มาก)	5	3.72 (มาก)	5	3.24 (ปานกลาง)	9
7. มีการสาธิตการประกอบอาหาร	3.32 (ปานกลาง)	9	3.52 (มาก)	8	3.43 (ปานกลาง)	8
8. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.41 (ปานกลาง)	8	3.55 (มาก)	7	3.57 (มาก)	6
9. มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า	3.42 (ปานกลาง)	7	3.58 (มาก)	6	3.60 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.61</b> <b>(มาก)</b>		<b>3.73</b> <b>(มาก)</b>		<b>3.58</b> <b>(มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา

มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.01) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.42) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.41) และมีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.32) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.87) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.49) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อบ้างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.83) การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ



ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.03 (มาก)	3	4.08 (มาก)	3	4.10 (มาก)	2
2. ปัจจัยด้านราคา	4.18 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.05 (มาก)	3
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.06 (มาก)	2	4.17 (มาก)	2	4.15 (มาก)	1
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.61 (มาก)	4	3.73 (มาก)	4	3.58 (มาก)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.97 (มาก)</b>		<b>4.05 (มาก)</b>		<b>3.97 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.18) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.61) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อบริษัทส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.05) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

**ตารางที่ 39** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. รสชาติอาหาร	4.50 (มากที่สุด)	3	4.47 (มาก)	2	4.42 (มาก)	2	4.55 (มากที่สุด)	1	4.44 (มาก)	2
2. คุณภาพอาหาร	4.56 (มากที่สุด)	1	4.37 (มาก)	3	4.45 (มาก)	1	4.40 (มาก)	2	4.49 (มาก)	1
3. ความหลากหลาย ของอาหาร	4.15 (มาก)	6	4.22 (มาก)	4	4.03 (มาก)	5	3.74 (มาก)	11	3.64 (มาก)	12
4. ชื่อเสียงตรียี่ห้อ	4.02 (มาก)	11	4.05 (มาก)	10	3.86 (มาก)	8	3.96 (มาก)	6	4.02 (มาก)	5
5. ผลิตภัณฑ์ที่มี ชื่อเสียงเป็นที่ เชื่อถือ	4.08 (มาก)	10	3.97 (มาก)	12	3.91 (มาก)	7	4.11 (มาก)	5	4.11 (มาก)	4
6. รูปแบบภาชนะที่ บรรจุมีความ สะดวกต่อการ บริโภค	4.10 (มาก)	8	4.09 (มาก)	6	4.09 (มาก)	4	4.15 (มาก)	4	3.93 (มาก)	6
7. ปริมาณอาหาร หรือขนาดบรรจุ	3.98 (มาก)	12	4.07 (มาก)	8	3.92 (มาก)	6	3.96 (มาก)	6	3.87 (มาก)	8
8. ความสวยงามของ บรรจุภัณฑ์	3.75 (มาก)	13	3.76 (มาก)	13	3.54 (มาก)	13	3.64 (มาก)	13	3.40 (ปานกลาง)	13

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
9. การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ	4.54 (มากที่สุด)	2	4.51 (มากที่สุด)	1	4.38 (มาก)	3	4.32 (มาก)	3	4.42 (มาก)	3
10. ข้อมูลทางโภชนาการ	4.12 (มาก)	7	4.13 (มาก)	5	3.81 (มาก)	11	3.91 (มาก)	9	3.93 (มาก)	6
11. คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา	4.10 (มาก)	8	4.07 (มาก)	8	3.74 (มาก)	12	3.83 (มาก)	10	3.69 (มาก)	11
12. มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล	4.23 (มาก)	4	4.08 (มาก)	7	3.82 (มาก)	9	3.74 (มาก)	11	3.82 (มาก)	9
13. มีหลายยี่ห้อให้เลือก	4.19 (มาก)	5	4.01 (มาก)	11	3.82 (มาก)	9	3.94 (มาก)	8	3.71 (มาก)	10
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.18</b> (มาก)		<b>4.14</b> (มาก)		<b>3.98</b> (มาก)		<b>4.02</b> (มาก)		<b>3.96</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49

หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.56) การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.54) รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.15) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวก

ต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.10) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บังคับย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.51) บังคับย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.47) คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.37) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.22) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 4.07) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.07) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีหลายหือให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บังคับย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.45) รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.42) การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.38) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.09) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.03) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีหลายหือให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.74) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบังคับด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บังคับย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.55) บังคับย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.40) การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.32) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.15) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีหลายหือให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.74) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.49) รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.44) การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 4.02) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 3.93) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.71) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.69) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.64) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาต่อกล่อง	4.40 (มาก)	3	4.33 (มาก)	2	4.30 (มาก)	2	4.43 (มาก)	2	4.18 (มาก)	2
2. มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน	4.46 (มาก)	1	4.34 (มาก)	1	4.18 (มาก)	3	4.23 (มาก)	3	3.98 (มาก)	3
3. มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.23 (มาก)	4	4.16 (มาก)	4	3.95 (มาก)	5	4.06 (มาก)	4	3.60 (มาก)	5
4. มีส่วนลด	3.83 (มาก)	5	3.97 (มาก)	5	4.00 (มาก)	4	3.92 (มาก)	5	3.82 (มาก)	4
5. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.42 (มาก)	2	4.32 (มาก)	3	4.35 (มาก)	1	4.49 (มาก)	1	4.31 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.27 (มาก)</b>		<b>4.22 (มาก)</b>		<b>4.15 (มาก)</b>		<b>4.23 (มาก)</b>		<b>3.98 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.46) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.23) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.34) ราคาต่อ

กล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.33) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.16) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อบังคับด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บังคับย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบังคับด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บังคับย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.49) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบังคับด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บังคับย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.82) และมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.50 (มากที่สุด)	1	4.42 (มาก)	1	4.47 (มาก)	1	4.51 (มากที่สุด)	1	4.44 (มาก)	1
2. มีสินค้าวางขายตลอดเวลา	4.40 (มาก)	3	4.36 (มาก)	2	4.24 (มาก)	3	4.23 (มาก)	4	4.27 (มาก)	3
3. มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.38 (มาก)	4	4.22 (มาก)	3	4.31 (มาก)	2	4.40 (มาก)	2	4.33 (มาก)	2
4. มีสถานที่จอดรถ สะดวกและเพียงพอ	3.79 (มาก)	6	3.84 (มาก)	6	3.76 (มาก)	6	4.09 (มาก)	6	4.22 (มาก)	4
5. โทรสั่งได้	3.60 (มาก)	7	3.62 (มาก)	7	3.35 (ปานกลาง)	7	3.25 (ปานกลาง)	7	3.31 (ปานกลาง)	7
6. มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ	4.31 (มาก)	5	4.16 (มาก)	4	4.20 (มาก)	4	4.30 (มาก)	3	4.16 (มาก)	5
7. มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า	4.50 (มากที่สุด)	1	4.16 (มาก)	4	4.16 (มาก)	5	4.19 (มาก)	5	4.07 (มาก)	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.21 (มาก)</b>		<b>4.11 (มาก)</b>		<b>4.07 (มาก)</b>		<b>4.14 (มาก)</b>		<b>4.11 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริษัทจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ หาซื้อได้





(ค่าเฉลี่ย 4.27) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ โทรสั่งได้ (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

**ตารางที่ 42** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย	3.67 (มาก)	6	3.70 (มาก)	6	3.31 (ปานกลาง)	8	3.43 (ปานกลาง)	8	3.29 (ปานกลาง)	6
2. การโฆษณาในสื่อต่างๆ	4.02 (มาก)	1	3.97 (มาก)	2	3.81 (มาก)	4	3.83 (มาก)	2	3.53 (มาก)	4
3. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม	4.00 (มาก)	2	4.05 (มาก)	1	4.03 (มาก)	1	4.08 (มาก)	1	3.76 (มาก)	1
4. มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.85 (มาก)	3	3.72 (มาก)	5	3.93 (มาก)	2	3.79 (มาก)	3	3.69 (มาก)	2
5. มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.81 (มาก)	5	3.75 (มาก)	4	3.85 (มาก)	3	3.66 (มาก)	4	3.69 (มาก)	2
6. มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ	3.46 (ปานกลาง)	9	3.54 (มาก)	9	3.69 (มาก)	5	3.64 (มาก)	5	3.40 (ปานกลาง)	5
7. มีการสาธิตการประกอบอาหาร	3.58 (มาก)	8	3.59 (มาก)	8	3.35 (ปานกลาง)	6	3.38 (ปานกลาง)	9	3.13 (ปานกลาง)	9
8. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.60 (มาก)	7	3.68 (มาก)	7	3.35 (ปานกลาง)	6	3.53 (มาก)	6	3.27 (ปานกลาง)	7

ตารางที่ 42 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
9. มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า	3.85 (มาก)	3	3.78 (มาก)	3	3.23 (ปานกลาง)	9	3.49 (ปานกลาง)	7	3.20 (ปานกลาง)	8
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 (มาก)		3.75 (มาก)		3.62 (มาก)		3.65 (มาก)		3.44 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.02) การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.05) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีการ

สาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.59) และมีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคามีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.85) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.69) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.31) และมีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคามีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.08) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.53) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคามีของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.69) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53) บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.27) มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.20) และมีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.13) ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.18 (มาก)	3	4.14 (มาก)	2	3.98 (มาก)	3	4.02 (มาก)	3	3.96 (มาก)	3
2. ปัจจัยด้านราคา	4.27 (มาก)	1	4.22 (มาก)	1	4.15 (มาก)	2	4.23 (มาก)	1	3.98 (มาก)	2
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.21 (มาก)	2	4.11 (มาก)	3	4.07 (มาก)	1	4.14 (มาก)	2	4.11 (มาก)	1
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76 (มาก)	4	3.75 (มาก)	4	3.62 (มาก)	4	3.65 (มาก)	4	3.44 (ปานกลาง)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.10 (มาก)</b>		<b>4.06 (มาก)</b>		<b>3.96 (มาก)</b>		<b>4.01 (มาก)</b>		<b>3.87 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.27) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.22) ปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.11) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. รสชาติอาหาร	4.46 (มาก)	1	4.50 (มากที่สุด)	1
2. คุณภาพอาหาร	4.43 (มาก)	2	4.46 (มาก)	3
3. ความหลากหลายของอาหาร	3.96 (มาก)	6	4.03 (มาก)	10
4. ชื่อเสียงตราหือ	3.94 (มาก)	7	4.05 (มาก)	9
5. ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ	3.98 (มาก)	5	4.08 (มาก)	5
6. รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค	4.06 (มาก)	4	4.10 (มาก)	4
7. ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ	3.90 (มาก)	11	4.07 (มาก)	6
8. ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.57 (มาก)	13	3.72 (มาก)	13
9. การระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ	4.39 (มาก)	3	4.50 (มากที่สุด)	1
10. ข้อมูลทางโภชนาการ	3.92 (มาก)	9	4.07 (มาก)	6
11. คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา	3.78 (มาก)	12	4.07 (มาก)	6
12. มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล	3.91 (มาก)	10	3.99 (มาก)	11

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
13. มีหลายยี่ห้อให้เลือก	3.93 (มาก)	8	3.96 (มาก)	12
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.02</b> (มาก)		<b>4.12</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.46) คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.43) การระบุนวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.39) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.06) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.96) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.93) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 3.90) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.78) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.12) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.50) การระบุนวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.46) รูปแบบภาชนะที่บรรจุมีความสะดวกต่อการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปริมาณอาหารหรือขนาดบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 4.07) ข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.07) คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.07) ชื่อเสียงตราหือ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ความหลากหลายของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 4.03) มี



เครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.96) และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านราคา	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาต่อกล่อง	4.29 (มาก)	2	4.39 (มาก)	1
2. มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน	4.20 (มาก)	3	4.32 (มาก)	3
3. มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.04 (มาก)	4	3.97 (มาก)	5
4. มีส่วนลด	3.88 (มาก)	5	3.99 (มาก)	4
5. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.37 (มาก)	1	4.38 (มาก)	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.16</b> <b>(มาก)</b>		<b>4.21</b> <b>(มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาต่อกล่อง (ค่าเฉลี่ย 4.39) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีป้ายราคาติดไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.99) และมีหลายระดับราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.97)ตามลำดับ

**ตารางที่ 46** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.42 (มาก)	1	4.55 (มากที่สุด)	1
2. มีสินค้าวางขายตลอดเวลา	4.23 (มาก)	3	4.41 (มาก)	3
3. มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.24 (มาก)	2	4.45 (มาก)	2
4. มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	3.77 (มาก)	6	4.14 (มาก)	6
5. โทรสั่งได้	3.38 (ปานกลาง)	7	3.52 (มาก)	7
6. มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ	4.17 (มาก)	5	4.30 (มาก)	4
7. มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า	4.18 (มาก)	4	4.25 (มาก)	5
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.06 (มาก)</b>		<b>4.23 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีสินค้าวางขายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ โทรสั่งได้ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.55) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีจำหน่ายใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีสินค้าวางขายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีในซูเปอร์มาร์เก็ต/ห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ โทรสั่งได้ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย	3.41 (ปานกลาง)	7	3.63 (มาก)	7
2. การโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.81 (มาก)	22	3.91 (มาก)	4
3. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม	3.96 (มาก)	1	4.06 (มาก)	1
4. มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.73 (มาก)	3	3.92 (มาก)	2
5. มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.66 (มาก)	4	3.92 (มาก)	2
6. มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ	3.50 (มาก)	5	3.66 (มาก)	5
7. มีการสาธิตการประกอบอาหาร	3.31 (ปานกลาง)	9	3.61 (มาก)	8
8. มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.41 (ปานกลาง)	7	3.64 (มาก)	6
9. มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า	3.46 (ปานกลาง)	6	3.60 (มาก)	9
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.58 (มาก)</b>		<b>3.77 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49

หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อบริษัทปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา

มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.96) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.41) มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.41) และมีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.92) การโฆษณาในสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีการแถมสินค้าอื่นโดยไม่ต้องซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.66) มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.61) และมีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

**ตารางที่ 48** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.02 (มาก)	3	4.12 (มาก)	3
2. ปัจจัยด้านราคา	4.16 (มาก)	1	4.21 (มาก)	2
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.06 (มาก)	2	4.23 (มาก)	1
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58 (มาก)	4	3.77 (มาก)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.95 (มาก)</b>		<b>4.08 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีผลมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49

หมายถึง มีผลปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีผลน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.16) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.23) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.21) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.12) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็ง  
จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหาร  
ทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. รสชาติอาหารไม่อร่อย	4.46 (มาก)	1	4.38 (มาก)	1
2. คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ	4.28 (มาก)	2	4.26 (มาก)	3
3. ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย	3.75 (มาก)	8	3.74 (มาก)	9
4. ไม่รู้จักครายี่ห้อ	3.66 (มาก)	12	3.65 (มาก)	12
5. ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต	3.84 (มาก)	6	3.69 (มาก)	11
6. บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม	3.86 (มาก)	5	3.80 (มาก)	8
7. ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	3.72 (มาก)	9	3.71 (มาก)	10
8. รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน	3.91 (มาก)	4	3.83 (มาก)	7

ตารางที่ 49 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
9. ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ	3.93 (มาก)	3	4.28 (มาก)	2
10. ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	3.71 (มาก)	10	3.93 (มาก)	4
11. ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา	3.78 (มาก)	7	3.93 (มาก)	4
12. ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล	3.70 (มาก)	11	3.90 (มาก)	6
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.88 (มาก)</b>		<b>3.92 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.46) คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.28) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.91) บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.84) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.78) ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.72) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.70) และไม่รู้จักตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ



ในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.38) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.28) คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.26) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.93) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.90) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ชนิดของอาหารมิให้เล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.71) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.69) และไม่รู้จักรายชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

**ตารางที่ 50** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	4.24 (มาก)	1	4.29 (มาก)	1
2. ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา	3.93 (มาก)	2	4.13 (มาก)	2
3. ราคาของอาหารมีระดับเดียว	3.71 (มาก)	4	3.84 (มาก)	4
4. ไม่มีส่วนลดเงินสด	3.59 (มาก)	5	3.65 (มาก)	5
5. ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น	3.83 (มาก)	3	4.06 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.86</b> (มาก)		<b>3.99</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหาหมก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 3.93) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.83) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.71) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.13) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.06) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.84) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

**ตารางที่ 51** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป	4.13 (มาก)	1	4.03 (มาก)	1
2. ขาดสินค้าตามฤดูกาล	3.72 (มาก)	3	3.69 (มาก)	4
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน	3.96 (มาก)	2	3.95 (มาก)	2
4. ไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ	3.67 (มาก)	4	3.73 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.87</b> (มาก)		<b>3.85</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหาหนักที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหาหนัก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.13) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ขาดสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.72) และไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.03) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) ไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และขาดสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย	3.37 (ปานกลาง)	3	3.31 (ปานกลาง)	8
2. ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ	3.63 (มาก)	1	3.53 (มาก)	2
3. ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.33 (ปานกลาง)	4	3.53 (มาก)	2
4. ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.24 (ปานกลาง)	6	3.46 (ปานกลาง)	4
5. ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร	3.17 (ปานกลาง)	7	3.36 (ปานกลาง)	5
6. ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.25 (ปานกลาง)	5	3.34 (ปานกลาง)	6
7. ไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า	3.12 (ปานกลาง)	8	3.32 (ปานกลาง)	7
8. ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร	3.55 (มาก)	2	3.71 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.33</b> (ปานกลาง)		<b>3.44</b> (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.37) ไม่มี

สินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.33) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.25) ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.24) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.17) และไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.71) ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.36) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.34) ไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.32) และไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ

**ตารางที่ 53** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัญหาของส่วนประสมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	3.88 (มาก)	1	3.92 (มาก)	2
2. ปัญหาด้านราคา	3.86 (มาก)	3	3.99 (มาก)	1
3. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.87 (มาก)	2	3.85 (มาก)	3
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	3.33 (ปานกลาง)	4	3.44 (ปานกลาง)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.74</b> (มาก)		<b>3.80</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัญหาของส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.86) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.99) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. รสชาติอาหารไม่อร่อย	4.30 (มาก)	1	4.49 (มาก)	1	4.38 (มาก)	1
2. คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ	4.17 (มาก)	2	4.38 (มาก)	2	4.21 (มาก)	2
3. ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย	3.69 (มาก)	9	3.80 (มาก)	10	3.74 (มาก)	7
4. ไม่รู้จักตราชื่อ	3.61 (มาก)	11	3.70 (มาก)	12	3.62 (มาก)	12
5. ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต	3.65 (มาก)	10	3.80 (มาก)	10	3.74 (มาก)	7
6. บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม	3.75 (มาก)	8	3.86 (มาก)	8	3.86 (มาก)	4
7. ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	3.58 (มาก)	12	3.82 (มาก)	9	3.76 (มาก)	6
8. รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน	3.77 (มาก)	6	3.98 (มาก)	5	3.71 (มาก)	10
9. ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ	4.09 (มาก)	3	4.32 (มาก)	3	4.12 (มาก)	3
10. ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	3.82 (มาก)	4	3.98 (มาก)	5	3.74 (มาก)	7
11. ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา	3.80 (มาก)	5	4.00 (มาก)	4	3.81 (มาก)	5
12. ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล	3.77 (มาก)	6	3.98 (มาก)	5	3.69 (มาก)	11
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.83 (มาก)</b>		<b>4.01 (มาก)</b>		<b>3.87 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหาหมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.30) คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.80) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.77) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.77) บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.65) ไม่รู้จักตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และไม่แสดงน้ำหนักรวมของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.49) คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.00) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.98) บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86) ไม่แสดงน้ำหนักรวมของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.82) ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.80) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.80) และไม่รู้จักตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.38) คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.12) บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.86) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.81) ไม่แสดงน้ำหนักรวมของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.76) ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.74) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.74) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.69) และไม่รู้จักตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ



ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านราคา	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	4.29 (มาก)	1	4.32 (มาก)	1	4.10 (มาก)	1
2. ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา	4.09 (มาก)	2	4.14 (มาก)	2	3.90 (มาก)	3
3. ราคาของอาหารมีระดับเดียว	3.84 (มาก)	4	3.84 (มาก)	4	3.62 (มาก)	4
4. ไม่มีส่วนลดเงินสด	3.66 (มาก)	5	3.64 (มาก)	5	3.55 (มาก)	5
5. ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น	4.05 (มาก)	3	3.95 (มาก)	3	3.98 (มาก)	2
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.98</b> <b>(มาก)</b>		<b>3.98</b> <b>(มาก)</b>		<b>3.83</b> <b>(มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหา, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.09) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.05) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.84) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.14) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.95) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.84) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.98) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 3.90) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.62) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

**ตารางที่ 56** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป	3.97 (มาก)	1	4.12 (มาก)	1	4.12 (มาก)	1
2. ขายสินค้าตามฤดูกาล	3.65 (มาก)	3	3.74 (มาก)	4	3.74 (มาก)	4
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน	3.88 (มาก)	2	4.06 (มาก)	2	3.86 (มาก)	2
4. ไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ	3.54 (มาก)	4	3.85 (มาก)	3	3.81 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.76 (มาก)</b>		<b>3.94 (มาก)</b>		<b>3.88 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ขายสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.65) และไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.54) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.12) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยาก และไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และขายสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.12) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยาก และไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และขายสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า จดขาย	3.24 (ปานกลาง)	7	3.38 (ปานกลาง)	5	3.40 (ปานกลาง)	4
2. ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ	3.59 (มาก)	2	3.56 (มาก)	2	3.45 (ปานกลาง)	3
3. ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.42 (ปานกลาง)	3	3.52 (มาก)	3	3.52 (มาก)	2
4. ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.34 (ปานกลาง)	4	3.47 (ปานกลาง)	4	3.38 (ปานกลาง)	6
5. ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร	3.24 (ปานกลาง)	7	3.35 (ปานกลาง)	7	3.40 (ปานกลาง)	4
6. ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.25 (ปานกลาง)	6	3.38 (ปานกลาง)	5	3.31 (ปานกลาง)	7
7. ไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า	3.30 (ปานกลาง)	5	3.25 (ปานกลาง)	8	3.24 (ปานกลาง)	8
8. ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร	3.62 (มาก)	1	3.75 (มาก)	1	3.60 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.37</b> (ปานกลาง)		<b>3.46</b> (ปานกลาง)		<b>3.41</b> (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.62) ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.42) ไม่มีการแจก

สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.30) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.25) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.24) และไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.75) ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.47) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.38) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.38) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.35) และไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.25) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.40) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.40) ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.31) และไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัญหาของส่วนประสมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 30 ปี		30-39 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	3.83 (มาก)	2	4.01 (มาก)	1	3.87 (มาก)	2
2. ปัญหาด้านราคา	3.98 (มาก)	1	3.98 (มาก)	2	3.83 (มาก)	3
3. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.76 (มาก)	3	3.94 (มาก)	3	3.88 (มาก)	1
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	3.37 (ปานกลาง)	4	3.46 (ปานกลาง)	4	3.41 (ปานกลาง)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.74</b> (มาก)		<b>3.85</b> (มาก)		<b>3.75</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาของส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30-39 ปีให้ความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.98) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วน ประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.83) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหาร ทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. รสชาติอาหารไม่อร่อย	4.31 (มาก)	1	4.29 (มาก)	1	4.32 (มาก)	1	4.58 (มากที่สุด)	1	4.58 (มากที่สุด)	1
2. คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ	4.23 (มาก)	2	4.22 (มาก)	2	4.16 (มาก)	3	4.42 (มาก)	2	4.38 (มาก)	2
3. ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย	3.90 (มาก)	5	3.84 (มาก)	7	3.76 (มาก)	9	3.66 (มาก)	10	3.47 (ปานกลาง)	12
4. ไม่รู้จักตราชื่อ	3.69 (มาก)	11	3.53 (มาก)	12	3.72 (มาก)	12	3.74 (มาก)	7	3.60 (มาก)	10
5. ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต	3.65 (มาก)	12	3.54 (มาก)	11	3.78 (มาก)	8	3.91 (มาก)	5	3.82 (มาก)	6
6. บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม	3.77 (มาก)	9	3.75 (มาก)	10	3.85 (มาก)	7	3.87 (มาก)	6	3.84 (มาก)	5
7. ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	3.75 (มาก)	10	3.79 (มาก)	9	3.73 (มาก)	11	3.62 (มาก)	12	3.60 (มาก)	10
8. รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน	3.83 (มาก)	8	3.84 (มาก)	7	3.76 (มาก)	9	3.98 (มาก)	4	3.91 (มาก)	4

ตารางที่ 59 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
9. ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิต และวันหมดอายุ	4.12 (มาก)	3	4.14 (มาก)	3	4.31 (มาก)	2	4.13 (มาก)	3	4.24 (มาก)	3
10. ไม่มีฉลากแสดง ข้อมูลทาง โภชนาการ	3.96 (มาก)	4	4.03 (มาก)	4	3.91 (มาก)	6	3.70 (มาก)	9	3.69 (มาก)	9
11. ไม่มีคำแนะนำใน การบริโภคและ การเก็บรักษา	3.87 (มาก)	6	3.97 (มาก)	5	3.97 (มาก)	4	3.74 (มาก)	7	3.82 (มาก)	6
12. ไม่มีเครื่องหมาย รับรองคุณภาพตาม หลักสากล	3.85 (มาก)	7	3.92 (มาก)	6	3.97 (มาก)	4	3.66 (มาก)	10	3.76 (มาก)	8
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.91 (มาก)</b>		<b>3.91 (มาก)</b>		<b>3.94 (มาก)</b>		<b>3.92 (มาก)</b>		<b>3.89 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.31) คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.23) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.87) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.85) รูปตัวอย่างอาหารบน



บรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.83) บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.77) ไม่แสดง  
 น้ำหนักสุทธิของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.75) ไม่รู้จักตราชี้หือ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และไม่มั่นใจชื่อเสียงของ  
 ผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญ  
 ต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่  
 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.29)  
 คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและ  
 วันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ไม่มีคำแนะนำใน  
 การบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล  
 (ค่าเฉลี่ย 3.92) ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.84) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่  
 น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.84) ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.79) บรรจุภัณฑ์ไม่  
 เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.54) และไม่รู้จักตราชี้หือ (ค่าเฉลี่ย  
 3.53) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญ  
 ต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่  
 ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.32)  
 ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.31) คุณภาพของอาหารไม่ตรงตาม  
 ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.97) ไม่มี  
 เครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.97) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ  
 (ค่าเฉลี่ย 3.91) บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.85) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.78)  
 ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.76) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน  
 (ค่าเฉลี่ย 3.76) ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.73) และไม่รู้จักตราชี้หือ (ค่าเฉลี่ย 3.72)  
 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหา  
 ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบ  
 แบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.58)  
 ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของอาหารไม่ตรงตาม  
 ความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รูป  
 ตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.98) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต  
 (ค่าเฉลี่ย 3.91) บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.87) ไม่รู้จักตราชี้หือ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ไม่มี

คำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.74) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.66) และไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.58) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.24) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.91) บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.84) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.82) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.82) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.76) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ไม่รู้จักตราชี้หือ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.47) ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเล  
ปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านราคา	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาไม่เหมาะสม กับปริมาณ	4.27 (มาก)	1	4.30 (มาก)	1	4.30 (มาก)	1	4.32 (มาก)	1	4.16 (มาก)	1
2. ไม่มีป้ายราคาติด แสดงราคา	4.12 (มาก)	2	4.16 (มาก)	2	4.18 (มาก)	2	4.00 (มาก)	2	3.87 (มาก)	2
3. ราคาของอาหารมี ระดับเดียว	3.87 (มาก)	4	4.11 (มาก)	3	3.78 (มาก)	4	3.64 (มาก)	4	3.47 (ปานกลาง)	4
4. ไม่มีส่วนลดเงินสด	3.69 (มาก)	5	3.80 (มาก)	5	3.62 (มาก)	5	3.55 (มาก)	5	3.40 (ปานกลาง)	5
5. ราคาสูงกว่าอาหาร ประเภทอื่น	4.10 (มาก)	3	4.05 (มาก)	4	4.12 (มาก)	3	3.87 (มาก)	3	3.76 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.01 (มาก)</b>		<b>4.08 (มาก)</b>		<b>4.00 (มาก)</b>		<b>3.88 (มาก)</b>		<b>3.73 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหาหนักที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหาหนัก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49  
หมายถึง มีปัญหাপานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.12) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.10) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.87) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ไม่มี

ป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.16) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 4.11) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.05) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.18) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.12) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.78) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.87) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.64) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.16) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 3.87) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.47) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.40) ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป	4.06 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1	4.04 (มาก)	1	4.09 (มาก)	1	4.13 (มาก)	1
2. ขาดสินค้าตามฤดูกาล	3.83 (มาก)	3	3.74 (มาก)	3	3.68 (มาก)	3	3.68 (มาก)	4	3.56 (มาก)	4
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน	4.00 (มาก)	2	3.92 (มาก)	2	3.99 (มาก)	2	3.91 (มาก)	2	3.96 (มาก)	2
4. ไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ	3.63 (มาก)	4	3.71 (มาก)	4	3.66 (มาก)	4	3.85 (มาก)	3	3.73 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.88 (มาก)</b>		<b>3.84 (มาก)</b>		<b>3.84 (มาก)</b>		<b>3.88 (มาก)</b>		<b>3.84 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหาหนักที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหาหนัก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.06) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขาดสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.83) และไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า

ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวงจำหน่าย  
ในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ขาดสินค้าตาม  
ฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.74) และไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อ  
ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า  
ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวงจำหน่าย  
ในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.04) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.99) ขาดสินค้าตาม  
ฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.68) และไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อ  
ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า  
ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวงจำหน่าย  
ในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.09) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.91) ไม่มีที่จอดรถ  
หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และขาดสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อ  
ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า  
ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวงจำหน่าย  
ในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.13) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) ไม่มีที่จอดรถ  
หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และขาดสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย	3.56 (มาก)	8	3.53 (มาก)	5	3.19 (ปานกลาง)	7	3.28 (ปานกลาง)	5	3.00 (ปานกลาง)	4
2. ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ	3.65 (มาก)	3	3.74 (มาก)	1	3.53 (มาก)	2	3.57 (มาก)	2	3.18 (ปานกลาง)	2
3. ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.79 (มาก)	1	3.57 (มาก)	3	3.42 (ปานกลาง)	3	3.43 (ปานกลาง)	3	3.11 (ปานกลาง)	3
4. ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.60 (มาก)	6	3.55 (มาก)	4	3.38 (ปานกลาง)	4	3.40 (ปานกลาง)	4	2.96 (ปานกลาง)	5
5. ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร	3.65 (มาก)	3	3.46 (ปานกลาง)	8	3.24 (ปานกลาง)	6	3.23 (ปานกลาง)	6	2.89 (ปานกลาง)	6
6. ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.62 (มาก)	5	3.47 (ปานกลาง)	7	3.32 (ปานกลาง)	5	3.21 (ปานกลาง)	7	2.82 (ปานกลาง)	7
7. ไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า	3.60 (มาก)	6	3.49 (ปานกลาง)	6	3.15 (ปานกลาง)	8	3.17 (ปานกลาง)	8	2.82 (ปานกลาง)	7
8. ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร	3.73 (มาก)	2	3.72 (มาก)	2	3.76 (มาก)	1	3.70 (มาก)	1	3.33 (ปานกลาง)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.65 (มาก)</b>		<b>3.57 (มาก)</b>		<b>3.37 (ปานกลาง)</b>		<b>3.37 (ปานกลาง)</b>		<b>3.01 (ปานกลาง)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหาหมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.79) ไม่มีบริการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.73) ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.65) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62) ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.60) ไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) และไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ไม่มีบริการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.72) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.57) ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.55) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.49) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.47) และไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีบริการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.76) ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.42) ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.38) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.32) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.24) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.19) และไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.15) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีบริการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.70) ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.43) ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.40) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.28) ไม่มีการ



สาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.23) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.21) และไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.17) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.33) ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.18) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.11) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.00) ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 2.96) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 2.89) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.82) และไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ

**ตารางที่ 63** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาของส่วน ประสมการตลาด	รายได้ต่อเดือน									
	น้อยกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัญหาด้าน ผลิตภัณฑ์	3.91 (มาก)	2	3.91 (มาก)	2	3.94 (มาก)	2	3.92 (มาก)	1	3.89 (มาก)	1
2. ปัญหาด้านราคา	4.01 (มาก)	1	4.08 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1	3.88 (มาก)	2	3.73 (มาก)	3
3. ปัญหาด้านช่อง ทางการจัด จำหน่าย	3.88 (มาก)	3	3.84 (มาก)	3	3.84 (มาก)	3	3.88 (มาก)	2	3.84 (มาก)	2
4. ปัญหาด้านการ ส่งเสริม การตลาด	3.65 (มาก)	4	3.57 (มาก)	4	3.37 (ปานกลาง)	4	3.37 (ปานกลาง)	4	3.01 (ปานกลาง)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.86 (มาก)</b>		<b>3.85 (มาก)</b>		<b>3.79 (มาก)</b>		<b>3.76 (มาก)</b>		<b>3.62 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาของส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.01) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.08) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.00) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. รสชาติอาหารไม่อร่อย	4.31 (มาก)	1	4.53 (มากที่สุด)	1
2. คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ	4.18 (มาก)	2	4.40 (มาก)	2
3. ชนิดของอาหารมีให้เลือกน้อย	3.65 (มาก)	9	3.90 (มาก)	9
4. ไม่รู้จักตราหือ	3.55 (มาก)	12	3.81 (มาก)	12
5. ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต	3.64 (มาก)	10	3.87 (มาก)	11
6. บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม	3.70 (มาก)	8	3.99 (มาก)	7
7. ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	3.60 (มาก)	11	3.89 (มาก)	10
8. รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน	3.76 (มาก)	7	4.01 (มาก)	6
9. ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ	4.15 (มาก)	3	4.27 (มาก)	3
10. ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	3.77 (มาก)	6	4.04 (มาก)	5
11. ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา	3.78 (มาก)	4	4.06 (มาก)	4
12. ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล	3.78 (มาก)	4	3.96 (มาก)	8
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.82 (มาก)</b>		<b>4.06 (มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.31) คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.78) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.78) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 3.76) บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.70) ชนิดของอาหารมีให้เล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.65) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.64) ไม่แสดงน้ำหนักรวมของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.60) และไม่รู้จักรายี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติอาหารไม่อร่อย (ค่าเฉลี่ย 4.53) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของอาหารไม่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) ฉลากไม่ระบุวัน เดือน ปี วันผลิตและวันหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.27) ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.06) ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รูปตัวอย่างอาหารบนบรรจุภัณฑ์ไม่น่ารับประทาน (ค่าเฉลี่ย 4.01) บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99) ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามหลักสากล (ค่าเฉลี่ย 3.96) ชนิดของอาหารมีให้เล็กน้อย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ไม่แสดงน้ำหนักรวมของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.89) ไม่มั่นใจชื่อเสียงของผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 3.87) และไม่รู้จักรายี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเล  
ปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านราคา	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ	4.25 (มาก)	1	4.31 (มาก)	1
2. ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา	4.03 (มาก)	2	4.17 (มาก)	2
3. ราคาของอาหารมีระดับเดียว	3.78 (มาก)	4	3.84 (มาก)	4
4. ไม่มีส่วนลดเงินสด	3.57 (มาก)	5	3.73 (มาก)	5
5. ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น	3.95 (มาก)	3	4.09 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.92</b> <b>(มาก)</b>		<b>4.03</b> <b>(มาก)</b>	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.03) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.95) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.78) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณ (ค่าเฉลี่ย 4.31) ไม่มีป้ายราคาติดแสดงราคา (ค่าเฉลี่ย 4.17) ราคาสูงกว่าอาหารประเภทอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.09) ราคาของอาหารมีระดับเดียว (ค่าเฉลี่ย 3.84) และไม่มีส่วนลดเงินสด (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป	3.91 (มาก)	1	4.30 (มาก)	1
2. ขายสินค้าตามฤดูกาล	3.55 (มาก)	3	3.94 (มาก)	4
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน	3.82 (มาก)	2	4.17 (มาก)	2
4. ไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ	3.51 (มาก)	4	4.04 (มาก)	3
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.70</b> (มาก)		<b>4.11</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.91) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.82) ขายสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.55) และไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อได้ยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.30) สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) ไม่มีที่จอดรถ หาที่จอดรถยากและไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และขายสินค้าตามฤดูกาล (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า จดขาย	3.24 (ปานกลาง)	5	3.47 (ปานกลาง)	7
2. ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ	3.46 (ปานกลาง)	2	3.70 (มาก)	1
3. ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.37 (ปานกลาง)	3	3.65 (มาก)	3
4. ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.29 (ปานกลาง)	4	3.57 (มาก)	4
5. ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร	3.19 (ปานกลาง)	7	3.50 (มาก)	5
6. ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า	3.22 (ปานกลาง)	6	3.48 (ปานกลาง)	6
7. ไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า	3.18 (ปานกลาง)	8	3.41 (ปานกลาง)	8
8. ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร	3.65 (มาก)	1	3.70 (มาก)	1
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.33</b> (ปานกลาง)		<b>3.56</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.37) ไม่มีการแจก

สินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.29) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.24) ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.22) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.19) และไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ขาดการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ไม่มีการบริการอุ่นอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.70) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.65) ไม่มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (ค่าเฉลี่ย 3.57) ไม่มีการสาธิตการประกอบอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการแจกเอกสารแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) ไม่มีพนักงานขายแนะนำสินค้า ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.47) และไม่มีเว็บไซต์แนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ

**ตารางที่ 68** แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัญหาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

ปัญหาของส่วนประสมการตลาด	สถานภาพ			
	โสด		สมรส/หย่าร้าง/หม้าย	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	3.82 (มาก)	2	4.06 (มาก)	2
2. ปัญหาด้านราคา	3.92 (มาก)	1	4.03 (มาก)	3
3. ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.70 (มาก)	3	4.11 (มาก)	1
4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	3.33 (ปานกลาง)	4	3.56 (มาก)	4
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.69</b> (มาก)		<b>3.94</b> (มาก)	

หมายเหตุ : การแปลผล ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีปัญหาหมาก, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีปัญหามาก, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีปัญหาน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด



จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญต่อปัญหาของส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง/หม้ายให้ความสำคัญต่อปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.11) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ปัญหาด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.03) และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งพร้อมรับประทาน

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ควรมีร้านจำหน่ายในหมู่บ้านและชุมชนในเขตพื้นที่ห่างไกลจากตลาด ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือห้างสรรพสินค้า	1	0.33

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอาหารทะเลปรุงสำเร็จแช่แข็งพร้อมรับประทาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.33 คือ ควรมีร้านจำหน่ายในหมู่บ้านและชุมชนในเขตพื้นที่ห่างไกลจากตลาด ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือห้างสรรพสินค้า