

บทที่ 4
การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษานำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2 – ตารางที่ 13)
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร (ตารางที่ 14 – ตารางที่ 17)
- ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร (ตารางที่ 18 – ตารางที่ 22)
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามเพศ (ตารางที่ 23 – ตารางที่ 26)
- ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามอายุ (ตารางที่ 27 – ตารางที่ 30)
- ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับการศึกษา (ตารางที่ 31 – ตารางที่ 34)
- ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามรายได้ (ตารางที่ 35 – ตารางที่ 38)
- ส่วนที่ 8 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	134	44.7
หญิง	166	55.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 166 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.7

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	149	49.7
สมรสแล้ว	134	44.7
แยกกันอยู่	4	1.3
หย่าร้าง	2	0.6
ม่าย	11	3.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพเป็นโสดมากที่สุด จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาเป็น สมรสแล้ว จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.7 ม่าย จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 แยกกันอยู่ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3 และน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	24	8.0
21 – 30 ปี	97	32.4
31 – 40 ปี	108	36.0
41 – 50 ปี	46	15.3
สูงกว่า 50 ปี	25	8.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.4 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.3 อายุสูงกว่า 50 ปี จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 และน้อยที่สุดมีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	33	11.0
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	53	17.7
อนุปริญญา หรือ ปวส.	31	10.3
ปริญญาตรี	146	48.7
สูงกว่าปริญญาตรี	37	12.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมามีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.7 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 และน้อยที่สุดมีระดับการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.3

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	29	9.7
รับราชการ	42	14.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	21	7.0
พนักงานเอกชน	111	37.0
ธุรกิจส่วนตัว	84	28.0
พ่อบ้าน แม่บ้าน	13	4.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มากที่สุด จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.0 มีอาชีพรับราชการ จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.7 มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 และน้อยที่สุด มีอาชีพเป็นพ่อบ้าน แม่บ้าน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	39	13.0
5,001 - 10,000 บาท	59	19.7
10,001 - 15,000 บาท	65	21.7
15,001 - 20,000 บาท	36	12.0
20,001 - 25,000 บาท	26	8.6
สูงกว่า 25,000 บาท	75	25.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท มากที่สุด จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมา มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.7 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7 มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0 และน้อยที่สุดมีรายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.6

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพและปริมณฑล	194	64.7
จังหวัดอื่นในภาคกลาง	62	20.7
จังหวัดในภาคเหนือ	11	3.7
จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17	5.6
จังหวัดในภาคตะวันออก	7	2.3
จังหวัดในภาคใต้	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล มากที่สุด จำนวน 194 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาอยู่จังหวัดอื่นในภาคกลาง จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 อยู่จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 อยู่จังหวัดในภาคเหนือ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 อยู่จังหวัดในภาคใต้ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และน้อยที่สุดมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภาคตะวันออก จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทอาหารทะเลแปรรูปที่เลือกซื้อบ่อยที่สุด

ประเภทอาหารทะเลแปรรูป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหารทะเลตากแห้ง	141	47.0
กะปิ น้ำปลา	62	20.7
อาหารทะเลกระป๋อง	22	7.3
ลูกชิ้นปลา ปูอัด (แช่เย็น)	47	15.7
ทอดมันปลา ห่อหมก (อุ่นร้อน)	28	9.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปประเภท อาหารทะเลตากแห้ง มากที่สุด จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ กะปิ น้ำปลา จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 ลูกชิ้นปลา ปูอัด (แช่เย็น) จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.7 ทอดมันปลา ห่อหมก (อุ่นร้อน) จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3 และอาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อน้อยที่สุด คือ อาหารทะเลกระป๋อง จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากสถานที่ต่างๆ

ความถี่ในการซื้อต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ครั้ง	108	36.0
2 ครั้ง	93	31.0
3 ครั้ง	43	14.3
4 ครั้ง	25	8.4
5 ครั้ง	13	4.3
มากกว่า 5 ครั้ง	18	6.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปมากที่สุด ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 มากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 และน้อยที่สุด คือ 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าการซื้อต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	43	14.3
101 - 200 บาท	83	27.7
201 - 300 บาท	68	22.7
301 - 400 บาท	26	8.7
401 - 500 บาท	22	7.3
มากกว่า 500 บาท	58	19.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 101-200 บาท มากที่สุด จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมาคือ 201-300 บาท จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.7 มากกว่า 500 บาท จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 ไม่เกิน 100 บาท จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 301-400 บาท จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และน้อยที่สุดคือ 401- 500 บาท จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งต่าง ๆ ที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปบ่อยที่สุด

แหล่งที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ในตลาดสด	100	33.3
ร้านในตัวเมือง	43	14.3
ร้านริมทางหลวง	13	4.3
ร้านในแหล่งท่องเที่ยว	60	20.0
ร้านในงานแสดงสินค้า	5	1.7
ในซูเปอร์มาร์เก็ต	79	26.4
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้ออาหารทะเลแปรรูปในตลาดสด มากที่สุด จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ซื้อในซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.4 ซื้อในแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.0 ซื้อที่ร้านในตัวเมือง จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 ซื้อที่ร้านริมทางหลวง จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 และ น้อยที่สุดคือ ซื้อในงานแสดงสินค้า จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดมุ่งหมายในการซื้อ
อาหารทะเลแปรรูป

จุดมุ่งหมายในการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริโภคเอง	209	69.7
ผู้อื่นฝากซื้อ	19	6.3
ซื้อฝากผู้อื่น	38	12.7
นำไปจำหน่ายต่อ	25	8.3
นำไปเป็นวัตถุดิบร้านอาหาร	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจุดมุ่งหมายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป
เพื่อบริโภคเอง มากที่สุด จำนวน 209 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมาคือ ซื้อฝากผู้อื่น จำนวน
38 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.7 นำไปจำหน่ายต่อ จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ผู้อื่นฝากซื้อ
จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 และน้อยที่สุด คือ ซื้อเพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบของร้านอาหาร
จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของ
นักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รสชาติความอร่อย	166 (55.3)	119 (39.7)	12 (4.0)	2 (0.7)	1 (0.3)	4.49 (มาก)	4
ความสดใหม่	216 (72.0)	77 (25.7)	7 (2.3)	-	-	4.70 (มากที่สุด)	2
ความสะอาด	232 (77.3)	59 (19.7)	8 (2.7)	1 (0.3)	-	4.74 (มากที่สุด)	1
คุณค่าทาง โภชนาการ	142 (47.3)	123 (41.0)	30 (10.0)	4 (1.3)	1 (0.3)	4.34 (มาก)	7
ชื่อเสียงของตรา สินค้าหรือยี่ห้อ	33 (11.0)	118 (39.3)	109 (36.3)	14 (4.7)	26 (8.7)	3.39 (น้อย)	11
มีเลขทะเบียน อาหารและยา(อ.ย.)	138 (46.0)	108 (36.0)	38 (12.6)	8 (2.7)	8 (2.7)	4.20 (มาก)	9
การบรรจุหีบห่อ มั่นคง	121 (40.3)	131 (43.7)	41 (13.7)	4 (1.3)	3 (1.0)	4.21 (มาก)	8
ตัวสินค้ามีความ แปลกใหม่	34 (11.3)	94 (31.3)	116 (38.7)	27 (9.0)	29 (9.7)	3.26 (น้อย)	12
ปลอดภัยหาย	213 (71.0)	71 (23.7)	14 (4.7)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.65 (มากที่สุด)	3
บอกวันหมดอายุ	175 (58.3)	89 (29.7)	24 (8.0)	7 (2.3)	5 (1.7)	4.41 (มาก)	5
น้ำหนักชั่งได้ตรง ตามที่ตกลงซื้อ	159 (53.0)	103 (34.3)	36 (12.0)	2 (0.7)	-	4.40 (มาก)	6
ระบุส่วนผสมของ วัตถุดิบ	83 (27.7)	127 (42.3)	63 (21.0)	9 (3.0)	18 (6.0)	3.83 (มาก)	10
มีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม)	28 (9.3)	55 (18.3)	81 (27.0)	30 (10.0)	106 (35.3)	2.56 (น้อย)	13
รวม						4.09 (มาก)	

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เท่ากับ 4.09 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ความสะอาด (4.74) ความสดใหม่ (4.70) ปลอดภัยสารพิษ (4.65) รสชาติอร่อย (4.49) บอกวันหมดอายุ (4.41) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.40) คุณค่าทางโภชนาการ (4.34) การบรรจุหีบห่อ (4.21) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.20) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.83) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.39) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.26) และมีเครื่องหมายฮาลาล(อาหารอิสลาม) (2.56)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า	141 (47.0)	124 (41.3)	24 (8.0)	2 (0.7)	9 (3.0)	4.29 (มาก)	2
สามารถต่อรองราคาได้	102 (34.0)	177 (39.0)	62 (20.7)	5 (1.7)	14 (4.7)	3.96 (มาก)	3
มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด	72 (24.0)	98 (32.7)	93 (31.0)	14 (4.7)	23 (7.7)	3.61 (มาก)	4
ใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม	53 (17.7)	83 (27.7)	92 (30.7)	27 (9.0)	45 (15.0)	3.24 (มาก)	5
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	140 (46.7)	135 (45.0)	16 (5.3)	6 (2.0)	3 (1.0)	4.34 (มาก)	1
รวม						3.88 (มาก)	

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดกับ 3.88 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.34) การคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.29) สามารถต่อรองราคาได้ (3.96) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.61) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (3.24)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย
ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน การจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้งของร้าน	81 (27.0)	160 (53.3)	44 (14.7)	6 (2.0)	9 (3.0)	3.99 (มาก)	4
บรรยากาศ ความ สว่างของร้าน	74 (24.6)	156 (52.0)	59 (19.7)	9 (3.0)	2 (0.7)	3.97 (มาก)	5
การจัดร้าน การตกแต่งร้าน	63 (21.0)	157 (52.3)	66 (22.0)	9 (3.0)	5 (1.7)	3.88 (มาก)	7
สถานที่จอดรถ	104 (34.7)	150 (50.0)	35 (11.7)	8 (2.6)	3 (1.0)	4.15 (มาก)	3
มีโต๊ะเก้าอี้และรถเข็น ของไว้บริการ	63 (21.1)	126 (42.1)	81 (27.1)	19 (6.4)	10 (3.3)	3.71 (มาก)	8
ลูกค้านั่งเลือกหยิบสินค้าได้เอง	107 (35.7)	140 (46.6)	48 (16.0)	3 (1.0)	2 (0.7)	4.16 (มาก)	2
มีห้องสุขาที่สะอาด และพอเพียง	102 (34.0)	115 (38.3)	54 (18.0)	16 (5.3)	13 (4.4)	3.92 (มาก)	6
มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้า นั่งรับประทาน อาหาร	76 (25.3)	109 (36.3)	72 (24.0)	23 (7.7)	20 (6.7)	3.66 (มาก)	9
อยู่ในห้องปรับอากาศ	41 (13.7)	69 (23.0)	108 (36.0)	42 (14.0)	40 (13.3)	3.09 (น้อย)	10
การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย	119 (39.7)	146 (48.7)	28 (9.3)	4 (1.3)	3 (1.0)	4.25 (มาก)	1
เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง	30 (10.0)	63 (21.0)	108 (36.0)	50 (16.7)	49 (16.3)	2.92 (น้อย)	11
รวม						3.79 (มาก)	

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เท่ากับ 3.79 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.25) ลูกค้านำเลือกหยิบสินค้าได้เอง (4.16) สถานที่จอดรถ (4.15) ทำเลที่ตั้งของร้าน (3.99) บรรยากาศ ความสว่างของร้าน (3.97) มีห้องสุขาที่สะอาดและพอเพียง (3.92) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.88) มีตระกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.71) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.66) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.09) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.92)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) on its back. The lamp has a flame and radiating lines. The elephant is surrounded by a circular border containing the Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สำคัญ		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	52 (17.3)	123 (41.0)	95 (31.7)	13 (4.3)	17 (5.7)	3.60 (มาก)	2
มีการใช้คะแนนสะสมแลกสินค้า	28 (9.3)	74 (24.7)	125 (41.7)	30 (10.0)	43 (14.3)	3.05 (น้อย)	9
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	39 (13.0)	109 (36.3)	101 (33.7)	18 (6.0)	33 (11.0)	3.34 (น้อย)	6
มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ	35 (11.7)	72 (24.0)	125 (41.7)	30 (10.0)	38 (12.7)	3.12 (น้อย)	7
มีการสาธิตวิธีปรุงอาหารทะเล	33 (11.0)	77 (25.6)	119 (39.7)	26 (8.7)	45 (15.0)	3.09 (น้อย)	8
มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า	54 (18.0)	130 (43.3)	75 (25.0)	19 (6.3)	22 (7.4)	3.58 (มาก)	3
มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์	35 (11.7)	114 (38.0)	111 (37.0)	15 (5.0)	25 (8.3)	3.40 (น้อย)	5
มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน	35 (11.7)	134 (44.7)	99 (33.0)	16 (5.3)	16 (5.3)	3.52 (มาก)	4
มีเอกสารแนะนำสินค้า	50 (16.7)	144 (48.0)	69 (23.0)	15 (5.0)	22 (7.3)	3.62 (มาก)	1
รวม						3.37 (น้อย)	

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญน้อย เท่ากับ 3.37 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยเรียงตามลำดับ คือ มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.62) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.60) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.58) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.52) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.40) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.34) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.12) มีการสาธิตวิธีปรุงอาหารทะเล (3.09) และมีการใช้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.05)

ส่วนที่ 3 ปัญหา และอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
รสชาติของอาหารไม่ อร่อยอย่างที่ผู้ขายให้ ทดลองชิมก่อนตัดสินใจ ซื้อ	68 (22.7)	135 (45.0)	75 (25.0)	10 (3.3)	12 (4.0)	3.78 (มาก)	5
สินค้าไม่บอกแหล่ง ผลิต ไม่มีเลขทะเบียน อาหารและยา ไม่ระบุ วันหมดอายุ	104 (34.7)	110 (36.7)	61 (20.3)	15 (5.0)	10 (3.3)	3.94 (มาก)	3
สินค้าบรรจุขวดจำนวน ขาดน้ำหนัก	89 (29.7)	99 (33.0)	94 (31.3)	12 (4.0)	6 (2.0)	3.84 (มาก)	4
สินค้าด้อยคุณภาพ เน่า เสียก่อนกำหนด	120 (40.0)	81 (27.0)	71 (23.7)	19 (6.3)	9 (3.0)	3.95 (มาก)	2
คุณภาพของสินค้าไม่ คงที่ ไม่รักษามาตรฐาน	112 (37.3)	101 (33.7)	68 (22.7)	12 (4.0)	7 (2.3)	4.00 (มาก)	1
สินค้าขาดตลาดในบาง ฤดูกาล หรือบางเทศกาล	43 (14.4)	104 (34.8)	116 (38.8)	16 (5.4)	20 (6.7)	3.45 (น้อย)	6
รวม						3.83 (มาก)	

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัญหาในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.83 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหา ย่อยเรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้าไม่คงที่ ไม่รักษามาตรฐาน (4.00) สินค้าด้อยคุณภาพ เน่าเสียก่อนกำหนด (3.95) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา ไม่ระบุวันหมดอายุ (3.94) สินค้าบรรจุขวดจำนวนขาดน้ำหนัก (3.84) รสชาติของอาหารไม่อร่อยอย่างที่ผู้ขาย ให้ทดลองชิมก่อนตัดสินใจซื้อ (3.78) และ สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาล หรือบางเทศกาล (3.45)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านราคา ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหา ด้านราคา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สินค้าตั้งราคาสูงกว่า ความเป็นจริงมาก	115 (38.3)	110 (36.7)	65 (21.7)	6 (2.0)	4 (1.3)	4.09 (มาก)	1
ผู้ขายไม่คิดป้ายราคา ไว้ที่ตัวสินค้า	97 (32.3)	121 (40.3)	66 (22.0)	10 (3.3)	6 (2.0)	3.98 (มาก)	2
ผู้ขายคิดป้ายราคาโดย มีเจตนาลวง เช่น ราคาเป็นหน่วยละ ½ ก.ก.(ตัวเลข ½ ตัวเล็ก มาก) มีไซ้ 1 ก.ก.	108 (36.0)	102 (34.0)	69 (23.0)	15 (5.0)	6 (2.0)	3.97 (มาก)	3
รวม						4.01 (มาก)	

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัญหาด้านราคาในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ในด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.01 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อย
เรียงตามลำดับ คือ สินค้าตั้งราคาสูงกว่าความเป็นจริงมาก (4.09) ผู้ขายไม่คิดป้ายราคาไว้ที่ตัว
สินค้า (3.98) และผู้ขายคิดป้ายราคาโดยมีเจตนาลวง เช่น ราคาเป็นหน่วยละ ½ ก.ก. (ตัวเลข ½
ตัวเล็กมาก) มีไซ้ 1 ก.ก. (3.97)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหา ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มี ปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ผู้ซื้อไม่ทราบแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ ต้องการ	85 (28.3)	100 (33.3)	90 (30.0)	11 (3.7)	14 (4.7)	3.77 (มาก)	3
ไม่มีที่จอดรถ	87 (29.0)	104 (34.7)	64 (21.3)	25 (8.3)	20 (6.7)	3.71 (มาก)	4
ร้านค้าตั้งอยู่ในย่านที่มีการจราจรคับคั่ง มีปัญหาจอดรถ รถถูกเฉี่ยวชนได้ง่าย	103 (34.3)	103 (34.3)	53 (17.7)	17 (5.7)	24 (8.0)	3.81 (มาก)	2
ไม่มีห้องสุขาไว้บริการลูกค้า	73 (24.3)	111 (37.0)	82 (27.3)	14 (4.7)	20 (6.7)	3.68 (มาก)	5
ร้านค้าตั้งอยู่ริมทางหลวงที่มีช่องทาง คู่ขนานขาเข้าเมือง แต่ไม่มีช่องทาง ให้ออกก่อนถึงร้าน	59 (19.7)	123 (41.0)	70 (23.3)	20 (6.7)	28 (9.3)	3.55 (มาก)	7
สินค้าที่เป็นอาหารสดไม่เก็บรักษาไว้ในตู้แช่ หรือไม่กลบด้วยน้ำแข็งเพื่อ รักษาความสด	101 (33.7)	113 (37.6)	53 (17.7)	16 (5.3)	17 (5.7)	3.88 (มาก)	1
ลูกค้าต้องเดินหิวของไกลกว่าจะถึงที่ จอดรถ ไม่มีรถเข็นไว้บริการ	66 (22.2)	119 (39.7)	77 (25.6)	23 (7.7)	15 (5.0)	3.66 (มาก)	6
ร้าน ไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ	47 (15.7)	80 (26.6)	110 (36.7)	30 (10.0)	33 (11.0)	3.26 (น้อย)	8
รวม						3.66 (มาก)	

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัญหาในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.66 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับ คือ สินค้าที่เป็นอาหารสดไม่เก็บรักษาไว้ในตู้แช่ หรือไม่กลบด้วยน้ำแข็งเพื่อรักษาความสด (3.88) ร้านค้าตั้งอยู่ในย่านที่มีการจราจรคับคั่ง มีปัญหาจอดรถ รถถูกเฉี่ยวชนได้ง่าย (3.81) ผู้ซื้อไม่ทราบแหล่งจำหน่ายสินค้าที่ต้องการ (3.77) ไม่มีที่จอดรถ (3.71) ไม่มีห้องสุขาไว้บริการลูกค้า (3.68) ลูกค้าเดินหิวของไกลกว่าจะถึงที่จอดรถ ไม่มีรถเข็นไว้บริการ (3.66) ร้านค้าตั้งอยู่ริมทางหลวงที่มีช่องทางคู่ขนานขาเข้าเมือง แต่ไม่มีช่องทางให้ออกก่อนถึงร้าน (3.55) และร้านไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.26)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่มีปัญหา		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม	34 (11.3)	84 (28.0)	134 (44.7)	21 (7.0)	27 (9.0)	3.26 (น้อย)	3
ไม่มีส่วนลด ไม่มีสินค้าแจกอฟรี ไม่มีคู่มือปกแแตกสินค้า ไม่มีของแถม	33 (11.0)	67 (22.3)	140 (46.7)	26 (8.7)	34 (11.3)	3.13 (น้อย)	5
ไม่พบสื่อโฆษณาใดๆ	36 (12.0)	86 (28.6)	138 (46.0)	17 (5.7)	23 (7.7)	3.32 (น้อย)	2
ไม่มีบริการส่งของให้ถึงรถของลูกค้า	31 (10.3)	89 (29.7)	115 (38.3)	38 (12.7)	27 (9.0)	3.20 (น้อย)	4
ไม่มีการแนะนำวิธีการเลือกสินค้า และวิธีเก็บรักษา	51 (17.0)	109 (36.3)	98 (32.7)	22 (7.3)	20 (6.7)	3.50 (มาก)	1
รวม						3.28 (น้อย)	

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัญหาในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.28 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัญหาย่อยเรียงตามลำดับ คือ ไม่มีการแนะนำวิธีการเลือกสินค้า และวิธีเก็บรักษา (3.50) ไม่พบสื่อโฆษณาใดๆ (3.32) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.26) ไม่มีบริการส่งของถึงรถให้ลูกค้า (3.20) และไม่มีส่วนลด ไม่มีสินค้าแจกอฟรี ไม่มีคู่มือปกแแตกสินค้า ไม่มีของแถม (3.13)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม

อุปสรรคในการซื้อ อาหารทะเลแปรรูป	ระดับของอุปสรรค					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เป็น อุปสรรค		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
วิตกกังวลว่าสินค้าอาจมีสาร พิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารฟอร์มาลิน	140 (46.7)	112 (37.3)	37 (12.3)	6 (2.0)	5 (1.7)	4.25 (มาก)	1
เข้าใจว่าสินค้าอาหารทะเล แปรรูปมักมีราคาสูงไม่ สามารถซื้อในจำนวนมาก หรือซื้อประจำได้	71 (23.6)	111 (37.0)	84 (28.0)	20 (6.7)	14 (4.7)	3.68 (มาก)	4
ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการ เลือกซื้ออาหารทะเล กล่าวคือ จะซื้อสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ	66 (22.0)	124 (41.4)	82 (27.3)	15 (5.0)	13 (4.3)	3.72 (มาก)	3
ไม่มีฝีมือในการปรุงอาหาร ทะเล กล่าวคือเมื่อซื้อไปปรุง แล้วจะได้อาหารที่ไม่อร่อย	43 (14.3)	76 (25.3)	105 (35.0)	32 (10.7)	44 (14.7)	3.14 (น้อย)	5
คนในครอบครัวบางคน แพ้ อาหารทะเล กล่าวคือถ้าซื้อ ไปบริโภคแล้วจะเป็น อันตราย ล้มป่วย	40 (13.4)	61 (20.3)	86 (28.7)	37 (12.3)	76 (25.3)	2.84 (น้อย)	6
อาหารทะเลแปรรูปบาง ชนิดอยู่ในสภาพสด นำมาเสียบ ง่าย ต้องแช่อยู่ในน้ำแข็ง จึง ไม่สะดวกที่จะซื้อติดตัวเดิน ทางไกล หรือซื้อฝากผู้อื่น	118 (39.4)	112 (37.3)	51 (17.0)	9 (3.0)	10 (3.3)	4.07 (มาก)	2
รวม						3.61 (มาก)	

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่า อุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.61 เมื่อดูเป็นรายข้อ สามอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป คือ วิตกกังวลว่าสินค้าอาจมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารฟอร์มาลิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคืออาหารทะเลแปรรูปบางชนิดอยู่ในสภาพสด เน้นเสี้ง่าย ต้องแช่อยู่ในน้ำแข็ง จึงไม่สะดวกที่จะซื้อติดตัวเดินทางไกล หรือซื้อฝากผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารทะเล กลัวว่าจะซื้อสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ส่วนความคิดเห็นที่เป็นอุปสรรคน้อยที่สุดในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ คนในครอบครัวบางคน แพ้อาหารทะเล กลัวว่าถ้าซื้อไปบริโภคแล้วจะเป็นอันตราย สัมป้วยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รสชาติความอร่อย	4.45 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
ความสดใหม่	4.63 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
ความสะอาด	4.71 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)
คุณค่าทางโภชนาการ	4.23 (มาก)	4.42 (มาก)	4.34 (มาก)
ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ	3.27 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.39 (น้อย)
มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)	4.00 (มาก)	4.36 (มาก)	4.20 (มาก)
การบรรจุหีบห่อมั่นคง	4.06 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)
ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่	3.22 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.26 (น้อย)
ปลอดภัย	4.60 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
บอกวันหมดอายุ	4.22 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ	4.35 (มาก)	4.43 (มาก)	4.40 (มาก)
ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ	3.60 (มาก)	4.01 (มาก)	3.83 (มาก)
มีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม)	2.54 (น้อย)	2.58 (น้อย)	2.56 (น้อย)
รวม	3.99 (มาก)	4.39 (มาก)	4.09 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.99 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสะอาด (4.63) ความสดใหม่ (4.63) ปลอดภัย (4.60) รสชาติอร่อย (4.45) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.35) คุณค่าทางโภชนาการ (4.23) บอกวันหมดอายุ (4.22) การบรรจุหีบห่อมั่นคง (4.06) มีเลขทะเบียนอาหารและยา(อย.) (4.00) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.60) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.27) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.22) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.54)

เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.39 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสะอาด (4.77) ความสดใหม่ (4.75) ปลอดภัย (4.68) บอกวันหมดอายุ (4.56) รสชาติอร่อย (4.52) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.43) คุณค่าทางโภชนาการ (4.42) มีเลขทะเบียนอาหารและยา(อย.) (4.36) การบรรจุหีบห่อมั่นคง (4.33) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (4.01) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.49) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.29) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.58)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

การให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า	4.19 (มาก)	4.36 (มาก)	4.29 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.92 (มาก)	3.99 (มาก)	3.96 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด	3.53 (มาก)	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)
ใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม	3.14 (น้อย)	3.32 (น้อย)	3.24 (น้อย)
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.28 (มาก)	4.40 (มาก)	4.34 (มาก)
รวม	3.81 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.81 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.28) มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.19) สามารถต่อรองราคาได้ (3.92) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.53) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (3.14)

เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.95 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.40) มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.36) สามารถต่อรองราคาได้ (3.99) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.67) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (3.32)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
อาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

การให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปรรูป)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปรรูป)	ค่าเฉลี่ย (แปรรูป)	
ทำเลที่ตั้งของร้าน	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)
บรรยากาศ ความสว่างของร้าน	3.87 (มาก)	4.05 (มาก)	3.97 (มาก)
การจัดร้าน การตกแต่งร้าน	3.79 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)
สถานที่จอดรถ	4.19 (มาก)	4.11 (มาก)	4.15 (มาก)
มีโต๊ะเก้าอี้และรถเข็นของไว้บริการ	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)
ลูกค้าเลือกหยิบสินค้าได้เอง	4.04 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)
มีห้องสุขาที่สะอาดและพอเพียง	3.75 (มาก)	4.06 (มาก)	3.92 (มาก)
มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร	3.53 (มาก)	3.77 (มาก)	3.66 (มาก)
อยู่ในห้องปรับอากาศ	3.02 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.09 (น้อย)
การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย	4.16 (มาก)	4.31 (มาก)	4.25 (มาก)
เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง	2.86 (น้อย)	2.96 (น้อย)	2.92 (น้อย)
รวม	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 25 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.70 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สถานที่จอดรถ (4.19) การคมนาคมสะดวก เข้าออกปลอดภัย (4.16) ลูกค้านำเลือกหยิบสินค้าได้เอง (4.04) ทำเลที่ตั้งของร้าน (3.93) บรรยากาศ ความสว่างของร้าน (3.87) การจัดร้าน ตกแต่งร้าน (3.79) มีห้องสุขาที่สะอาดและพอเพียง (3.75) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.64) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.53) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.02) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.86)

เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.85 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกปลอดภัย (4.31) ลูกค้าเลือกหยิบสินค้าได้เอง (4.25) สถานที่จอดรถ (4.11) มีห้องสุขาที่สะอาดและพอเพียง (4.06) บรรยากาศ ความสว่างของร้าน (4.05) ทำเลที่ตั้งของร้าน (4.04) การจัดร้าน ตกแต่งร้าน (3.95) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.77) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.77) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.15) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.96)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

การให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.34 (น้อย)	3.81 (มาก)	3.60 (มาก)
มีการใช้คะแนนสะสมแลกสินค้า	2.92 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.05 (น้อย)
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.12 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.34 (น้อย)
มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ	2.99 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.12 (น้อย)
มีการสาธิตวิธีปรุงอาหารทะเล	2.93 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.09 (น้อย)
มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า	3.42 (น้อย)	3.72 (มาก)	3.58 (มาก)
มีศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์	3.27 (น้อย)	3.50 (มาก)	3.40 (น้อย)
มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน	3.45 (น้อย)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้า	3.49 (น้อย)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)
รวม	3.21 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.37 (น้อย)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 26 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.21 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.49) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.45) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.42) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.34) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.27) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.12) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (2.99) มีการสาธิตวิธีปรุงอาหารทะเล (2.93) และมีการใช้คะแนนสะสมแลกสินค้า (2.92)

เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.49 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.81) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.72) มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.72) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.58) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.52) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.50) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.23) มีการสาธิตวิธีปรุงอาหารทะเล (3.22) และมีการใช้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.15)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

การให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	สูงกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รสชาติความอร่อย	4.63 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)	4.39 (มาก)	4.44 (มาก)	4.49 (มาก)
ความสดใหม่	4.77 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
ความสะอาด	4.79 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)
คุณค่าทางโภชนาการ	4.33 (มาก)	4.45 (มาก)	4.19 (มาก)	4.46 (มาก)	4.32 (มาก)	4.34 (มาก)
ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือ ชื้อี่ห้อ	3.21 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.32 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.39 (น้อย)
มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)	4.42 (มาก)	4.42 (มาก)	4.09 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)
การบรรจุหีบห่อมันคง	4.46 (มาก)	4.37 (มาก)	4.14 (มาก)	4.13 (มาก)	3.80 (มาก)	4.21 (มาก)
ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่	3.25 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.17 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.26 (น้อย)
ปลอดภัย	4.67 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
บอกวันหมดอายุ	4.63 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.26 (มาก)	4.12 (มาก)	4.41 (มาก)
น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ ตกลงซื้อ	4.21 (มาก)	4.47 (มาก)	4.30 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.40 (มาก)
ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ	3.96 (มาก)	3.90 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	3.68 (มาก)	3.83 (มาก)
มีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม)	2.46 (น้อย)	2.89 (น้อย)	2.43 (น้อยที่สุด)	2.20 (น้อยที่สุด)	2.68 (น้อย)	2.56 (น้อย)
รวม	4.14 (มาก)	4.22 (มาก)	4.03 (มาก)	4.01 (มาก)	3.98 (มาก)	4.09 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.14 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสะอาด (4.79) ความสดใหม่ (4.77) ปลอดภัย (4.67) รสชาติอร่อย (4.63) บอกรวันหมดอายุ (4.63) การบรรจุหีบห่อมันคง (4.46) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.42) คุณค่าทางโภชนาการ (4.33) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.21) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.96) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.25) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.21) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.46)

ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.22 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสดใหม่ (4.77) ความสะอาด (4.74) ปลอดภัย (4.74) รสชาติอร่อย (4.59) บอกรวันหมดอายุ (4.56) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.47) คุณค่าทางโภชนาการ (4.45) มีเลขทะเบียนอาหารและยา(อย.) (4.42) การบรรจุหีบห่อมันคง (4.37) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.90) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.56) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.35) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.89)

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.03 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสะอาด (4.77) ความสดใหม่ (4.68) ปลอดภัย (4.56) รสชาติอร่อย (4.43) บอกรวันหมดอายุ (4.35) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.30) คุณค่าทางโภชนาการ (4.19) การบรรจุหีบห่อมันคง (4.14) มีเลขทะเบียนอาหารและยา(อย.) (4.09) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.81) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.32) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.28) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.43)

ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.01 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสะอาด (4.72) ปลอดภัย (4.63) ความสดใหม่ (4.61) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.52) คุณค่าทางโภชนาการ (4.46) รสชาติอร่อย (4.39) บอกรวันหมดอายุ (4.26) การบรรจุหีบห่อมันคง (4.13) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (3.98) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.74) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.28) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.17) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.20)

ผู้ที่มีอายุ สูงกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.98 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย

เรียงลำดับคือ ความสดใหม่ (4.68) ปลอคสารพิษ (4.64) ความสะอาด (4.60) น้ำหนักซึ่งได้ตรงตามที่
 ดกลงซื้อ (4.48) รสชาติอร่อย (4.44) คุณค่าทางโภชนาการ (4.32) บอกรวันหมดอายุ (4.12) มีเลข
 ทะเบียนอาหารและยา(อย.) (4.00) การบรรจุหีบห่อมันคง (3.80) ระบุส่วนผสมของวัตถุคิบั (3.68)
 ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.44) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (2.96) และมีเครื่องหมายฮาราล
 (อาหารอิสลาม)(2.68)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

๖๕๘.๘๓๔๗
 ๑๑๑๗
 ๐.๖

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

การให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	สูงกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัว สินค้า	4.21 (มาก)	4.44 (มาก)	4.26 (มาก)	4.15 (มาก)	2.68 (น้อย)	4.29 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.50 (มาก)	4.16 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	4.12 (มาก)	3.96 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด	3.33 (น้อย)	3.71 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)	4.12 (มาก)	3.61 (มาก)
ใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่า ธรรมเนียมเพิ่ม	2.83 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.13 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.24 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.29 (มาก)	4.43 (มาก)	4.31 (มาก)	4.26 (มาก)	3.12 (น้อย)	4.34 (มาก)
รวม	3.61 (มาก)	4.03 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)	3.48 (มาก)	3.88 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.61 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.29) มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.21) สามารถต่อรองราคาได้ (3.50) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.33) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (2.83)

ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.03 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.44) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.43) สามารถต่อรองราคาได้ (4.16) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.71) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (3.40)

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.86 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.31) มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.26) สามารถต่อรองราคาได้ (3.87) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.62) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (3.26)

ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.81 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.26) มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.15) สามารถต่อรองราคาได้ (3.89) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.63) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (3.13)

ผู้ที่มีอายุ สูงกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.48 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สามารถต่อรองราคาได้ (4.12) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (4.12) ใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (3.36) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (3.12) และมีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (2.68)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

การให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	อายุ					ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	สูงกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ทำเลที่ตั้งของร้าน	3.67 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.99 (มาก)
บรรยากาศ ความสว่างของร้าน	4.07 (มาก)	4.04 (มาก)	3.90 (มาก)	3.98 (มาก)	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)
การจัดร้าน การตกแต่งร้าน	4.06 (มาก)	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)
สถานที่จอดรถ	3.91 (มาก)	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)	4.33 (มาก)	3.84 (มาก)	4.15 (มาก)
มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	3.61 (มาก)	3.48 (มาก)	3.71 (มาก)
ลูกค้าเลือกหยิบสินค้าได้เอง	3.99 (มาก)	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)	4.07 (มาก)	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)
มีห้องสุขาที่สะอาดและพอเพียง	4.29 (มาก)	4.06 (มาก)	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)	3.60 (มาก)	3.92 (มาก)
มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับ ประทานอาหาร	3.96 (มาก)	3.85 (มาก)	3.62 (มาก)	3.28 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.66 (มาก)
อยู่ในห้องปรับอากาศ	3.29 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.07 (น้อย)	2.76 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.09 (น้อย)
การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ ปลอดภัย	4.42 (มาก)	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)	4.33 (มาก)	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)
เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง	3.17 (น้อย)	3.07 (น้อย)	2.93 (น้อย)	2.59 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.92 (น้อย)
รวม	3.88 (มาก)	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)	3.68 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.88 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.42) มีห้องสุขาที่

สะอาดและเพียงพอ (4.29) บรรยากาศความสว่างของร้าน (4.07) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (4.06) ลูกค้านั่งรอหิบบินค้ำเองได้ (3.99) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.96) สถานที่จอดรถ (3.91) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.88) ทำเลที่ตั้งร้าน (3.67) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.29) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (3.17)

ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.87 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.29) สถานที่จอดรถ (4.81) ลูกค้านั่งรอหิบบินค้ำเองได้ (4.15) ทำเลที่ตั้งร้าน (4.07) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (4.06) บรรยากาศความสว่างของร้าน (4.04) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.91) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.85) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.83) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.22) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (3.07)

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.76 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สถานที่จอดรถ (4.17) การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.15) ลูกค้านั่งรอหิบบินค้ำเองได้ (4.15) ทำเลที่ตั้งร้าน (4.06) บรรยากาศ ความสว่างของร้าน (3.90) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.81) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.87) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.71) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.62) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.07) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.93)

ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.68 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สถานที่จอดรถ (4.33) การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.33) ลูกค้านั่งรอหิบบินค้ำเองได้ (4.07) บรรยากาศ ความสว่างของร้าน (3.98) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.93) ทำเลที่ตั้งร้าน (3.91) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.74) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.61) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.28) อยู่ในห้องปรับอากาศ (2.76) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.59)

ผู้ที่มีอายุ สูงกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.67 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.20) ลูกค้านั่งรอหิบบินค้ำเองได้ (4.20) บรรยากาศความสว่างของร้าน (4.00) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.96) ทำเลที่ตั้งร้าน (3.88) สถานที่จอดรถ (3.84) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.60) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.52) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.48) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.12) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.64)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

การให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	สูงกว่า 50 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.46 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.62 (มาก)	3.33 (น้อย)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)
มีการใช้คะแนนสะสมแลกสินค้า	3.17 (น้อย)	3.26 (น้อย)	2.99 (น้อย)	2.76 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.05 (น้อย)
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.71 (มาก)	3.51 (มาก)	3.26 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.34 (น้อย)
มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ	2.88 (น้อย)	3.37 (น้อย)	3.08 (น้อย)	2.87 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.12 (น้อย)
มีการสาธิตวิธีปรุงอาหารทะเล	3.67 (มาก)	3.27 (น้อย)	2.95 (น้อย)	2.80 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.09 (น้อย)
มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการ เลือกสินค้า	4.08 (มาก)	3.72 (มาก)	3.52 (มาก)	3.24 (น้อย)	3.48 (น้อย)	3.58 (มาก)
มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์	3.54 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.40 (น้อย)
มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ ก่อนถึงร้าน	3.42 (น้อย)	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)	3.26 (น้อย)	3.36 (น้อย)	3.52 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้า	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)	3.56 (มาก)	3.48 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.62 (มาก)
รวม	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)	3.34 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.37 (น้อย)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.52 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (4.08) มีเอกสารแนะนำสินค้า(3.75) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.71) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.67)

มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.54) มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.46) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.42) มีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.17) และมีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (2.88)

ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.52 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.75) มีเอกสารแนะนำสินค้า(3.74) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.72) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.63) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.51) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.46) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.37) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.27) และมีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.26)

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.34 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.62) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.59) มีเอกสารแนะนำสินค้า(3.56) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.52) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.46) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.26) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.08) มีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (2.99) และมีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (2.95)

ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.12 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีเอกสารแนะนำสินค้า(3.48) มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.33) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.26) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.24) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.20) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.15) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (2.87) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (2.80) และมีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (2.76)

ผู้ที่มีอายุ สูงกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.21 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.56) มีเอกสารแนะนำสินค้า(3.52) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.48) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.36) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.08) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.08) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.00) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (2.96) และมีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (2.88)

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับการศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลงผล)
	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	อนุปริญญาหรือปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลงผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลงผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลงผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลงผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลงผล)	
รสชาติความอร่อย	4.27 (มาก)	4.45 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
ความสดใหม่	4.48 (มาก)	4.68 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
ความสะอาด	4.52 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.78 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)
คุณค่าทางโภชนาการ	4.27 (มาก)	4.42 (มาก)	4.35 (มาก)	4.32 (มาก)	4.35 (มาก)	4.34 (มาก)
ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ	2.94 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.39 (น้อย)
มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	4.23 (มาก)	4.23 (มาก)	4.30 (มาก)	4.20 (มาก)
การบรรจุหีบห่อมีนียง	3.97 (มาก)	4.25 (มาก)	4.26 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)	4.21 (มาก)
ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่	3.00 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.26 (น้อย)
ปลอดภัย	4.55 (มากที่สุด)	4.81 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
บอกวันหมดอายุ	4.09 (มาก)	4.36 (มาก)	4.35 (มาก)	4.46 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ	4.33 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.38 (มาก)	4.32 (มาก)	4.40 (มาก)
ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ	3.12 (น้อย)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)	3.97 (มาก)	3.83 (มาก)
มีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม)	2.18 (น้อยที่สุด)	2.62 (น้อย)	2.74 (น้อย)	2.64 (น้อย)	2.38 (น้อยที่สุด)	2.56 (น้อย)
รวม	3.82 (มาก)	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)	4.13 (มาก)	4.09 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.82 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ปลอดภัย (4.55) ความสะอาด (4.52) ความสดใหม่ (4.48) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.33) รสชาติอร่อย (4.27) คุณค่าทางโภชนาการ (4.27) บอกวันหมดอายุ (4.09) มีเลขทะเบียนอาหารและยา(อย.) (4.00) การบรรจุหีบห่อมันคง (3.97) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.12) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.00) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (2.94) และมีเครื่องหมายฮาลาล(อาหารอิสลาม) (2.18)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.09 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ปลอดภัย (4.81) ความสะอาด (4.74) ความสดใหม่ (4.68) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.51) รสชาติความอร่อย (4.45) คุณค่าทางโภชนาการ (4.42) บอกวันหมดอายุ (4.36) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.26) การบรรจุหีบห่อมันคง (4.25) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.15) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.75) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.19) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.62)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.11 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสะอาด (4.65) ความสดใหม่ (4.65) ปลอดภัย (4.61) รสชาติอร่อย (4.55) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.42) บอกวันหมดอายุ (4.35) คุณค่าทางโภชนาการ (4.35) การบรรจุหีบห่อมันคง (4.26) มีเลขทะเบียนอาหารและยา(อย.) (4.23) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.87) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.39) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.39) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.74)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.13 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสะอาด (4.80) ความสดใหม่ (4.75) ปลอดภัย (4.59) รสชาติอร่อย (4.53) บอกวันหมดอายุ (4.46) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.38) คุณค่าทางโภชนาการ (4.32) การบรรจุหีบห่อมันคง (4.25) มีเลขทะเบียนอาหารและยา(อย.) (4.23) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.97) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.52) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.28) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.64)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.13 โดยมีค่าเฉลี่ยของ

แต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสะอาด (4.78) ความสดใหม่ (4.76) ปลอดภัย (4.76) บอกวันหมดอายุ (4.59) รสชาติอร่อย(4.54) คุณค่าทางโภชนาการ (4.35) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.32) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.30) การบรรจุหีบห่อมั่นคง (4.16) ระบุส่วนผสมของวัตถุคิบ (3.97) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.49) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.38) และ มีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.38)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับการศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	อนุปริญญาหรือปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า	4.18 (มาก)	4.13 (มาก)	4.48 (มาก)	4.38 (มาก)	4.05 (มาก)	4.29 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	4.12 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)	3.78 (มาก)	3.96 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด	3.73 (มาก)	3.47 (น้อย)	3.77 (มาก)	3.58 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)
ใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม	2.82 (น้อย)	2.94 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.24 (น้อย)
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.18 (มาก)	4.36 (มาก)	4.35 (มาก)	4.42 (มาก)	4.16 (มาก)	4.34 (มาก)
รวม	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 3.80 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.18) มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.18) สามารถต่อรองราคาได้ (4.12) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.73) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (2.82)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.76 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.36) มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.13) สามารถต่อรองราคาได้ (3.89) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.47) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (2.94)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.95 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.48) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.35) สามารถต่อรองราคาได้ (3.97) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.77) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกธรรมเนียมเพิ่ม (3.19)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.95 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.42) มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.38) สามารถต่อรองราคาได้ (3.99) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.58) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกธรรมเนียมเพิ่ม (3.40)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.81 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.16) มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.05) สามารถต่อรองราคาได้ (3.78) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.65) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกธรรมเนียมเพิ่ม (3.43)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

การให้ความสำคัญ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับการศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	มัธยมศึกษาตอน ต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือปวช.	อนุปริญญา หรือปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ทำเลที่ตั้งของร้าน	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)	4.32 (มาก)	3.95 (มาก)	4.14 (มาก)	3.99 (มาก)
บรรยากาศ ความสว่างของร้าน	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)	4.26 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)
การจัดร้าน การตกแต่งร้าน	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	4.16 (มาก)	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)	3.88 (มาก)
สถานที่จอดรถ	4.03 (มาก)	4.09 (มาก)	4.23 (มาก)	4.14 (มาก)	4.27 (มาก)	4.15 (มาก)
มีตะกร้าและรถเข็นของไว้ บริการ	3.76 (มาก)	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)
ลูกค้าเลือกหยิบสินค้าได้เอง	4.18 (มาก)	4.32 (มาก)	4.03 (มาก)	4.14 (มาก)	4.08 (มาก)	4.16 (มาก)
มีห้องสุขาที่สะอาดและพอเพียง	3.67 (มาก)	3.77 (มาก)	4.19 (มาก)	3.98 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับ ประทานอาหาร	3.24 (น้อย)	3.68 (มาก)	4.03 (มาก)	3.72 (มาก)	3.46 (น้อย)	3.66 (มาก)
อยู่ในห้องปรับอากาศ	2.58 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.06 (น้อย)	3.17 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.09 (น้อย)
การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ ปลอดภัย	4.24 (มาก)	4.36 (มาก)	4.16 (มาก)	4.25 (มาก)	4.16 (มาก)	4.25 (มาก)
เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง	2.76 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.90 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.92 (น้อย)
รวม	3.66 (มาก)	3.76 (มาก)	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)	3.79 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.66 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.24) ลูกค้านิยมหีบสินค้าเองได้ (4.18) สถานที่จอดรถ (4.03) บรรยากาศความสว่างของร้าน (3.97) ท่าเลที่ตั้งร้าน (3.94) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.91) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.76) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.67) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.24) เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.76) และอยู่ในห้องปรับอากาศ (2.58)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.76 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.36) ลูกค้านิยมหีบสินค้าเองได้ (4.32) สถานที่จอดรถ (4.09) บรรยากาศความสว่างของร้าน (3.87) ท่าเลที่ตั้งร้าน (3.85) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.81) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.77) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.68) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.62) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.04) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (3.04)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปวส. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.93 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ท่าเลที่ตั้งร้าน (4.32) บรรยากาศ ความสว่างของร้าน (4.26) สถานที่จอดรถ (4.23) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (4.19) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (4.16) การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.16) ลูกค้านิยมหีบสินค้าเองได้ (4.03) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (4.03) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.74) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.06) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (3.06)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.79 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.25) สถานที่จอดรถ (4.14) ลูกค้านิยมหีบสินค้าเองได้ (4.14) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.98) บรรยากาศ ความสว่างของร้าน (3.95) ท่าเลที่ตั้งร้าน (3.95) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.82) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.72) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.71) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.17) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.90)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.80 โดยมีค่าเฉลี่ย

ของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ สถานที่จอดรถ (4.27) การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.16) ทำเลที่ตั้งร้าน (4.14) ลูกค้าเลือกหยิบสินค้าเองได้ (4.08) บรรยากาศความสว่างของร้าน (3.95) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.95) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.92) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.78) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.46) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.35) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.81)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	ระดับการศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช.	อนุปริญญาหรือปวท.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.36 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
มีการใช้คะแนนสะสมแลกสินค้า	2.82 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.05 (น้อย)
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.18 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.44 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.34 (น้อย)
มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ	3.03 (น้อย)	2.85 (น้อย)	3.39 (น้อย)	3.12 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.12 (น้อย)
มีการสาธิตวิธีปรุงอาหารทะเล	2.97 (น้อย)	3.11 (น้อย)	3.26 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.08 (น้อย)	3.09 (น้อย)
มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า	3.30 (น้อย)	3.60 (มาก)	3.84 (มาก)	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)
มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์	3.09 (น้อย)	3.21 (น้อย)	3.61 (มาก)	3.47 (น้อย)	3.49 (น้อย)	3.40 (น้อย)
มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน	3.70 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.71 (มาก)	3.49 (น้อย)	3.54 (มาก)	3.52 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้า	3.39 (น้อย)	3.13 (น้อย)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)
รวม	3.20 (น้อย)	3.20 (น้อย)	3.55 (มาก)	3.41 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.37 (น้อย)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.20 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ โฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.70) มีเอกสารแนะนำสินค้า(3.39) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.36) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.30) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.18) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์

(3.09) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.03) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (2.97) และมีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (2.82)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.20 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.60) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.43) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.38) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.21) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.21) มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.13) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.11) มีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (2.96) และมีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (2.85)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.55 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.84) มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.81) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.71) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.71) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.61) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.39) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.39) มีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.26) และมีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.26)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.41 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.80) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.70) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.60) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.49) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.47) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.44) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.12) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.08) และมีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.05)

ผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.40 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.62) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.57) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.54) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.54) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.49) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.35) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.27) มีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.19) และมีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.08)

ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	สูงกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
รสชาติความอร่อย	4.64 (มากที่สุด)	4.09 (มาก)	4.40 (มาก)	4.44 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.49 (มาก)
ความสดใหม่	4.72 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
ความสะอาด	4.77 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.79 (มากที่สุด)	4.74 (มากที่สุด)
คุณค่าทางโภชนาการ	4.36 (มาก)	4.42 (มาก)	4.40 (มาก)	4.39 (มาก)	4.38 (มาก)	4.16 (มาก)	4.34 (มาก)
ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ	3.38 (น้อย)	3.34 (น้อย)	3.43 (น้อย)	3.47 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.39 (น้อย)
มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.)	4.41 (มาก)	4.32 (มาก)	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	4.20 (มาก)
การบรรจุหีบห่อมั่นคง	4.28 (มาก)	4.12 (มาก)	4.26 (มาก)	4.44 (มาก)	3.85 (มาก)	4.21 (มาก)	4.21 (มาก)
ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่	3.15 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.35 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.26 (น้อย)
ปลอดภัยหาย	4.62 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
บอกวันหมดอายุ	4.51 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.34 (มาก)	4.44 (มาก)	4.00 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ	4.33 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.28 (มาก)	4.40 (มาก)
ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ	3.97 (มาก)	3.68 (มาก)	3.86 (มาก)	3.75 (มาก)	3.85 (มาก)	3.87 (มาก)	3.83 (มาก)
มีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม)	2.36 (น้อยที่สุด)	2.90 (น้อย)	2.42 (น้อยที่สุด)	2.56 (น้อย)	2.46 (น้อยที่สุด)	2.57 (น้อย)	2.56 (น้อย)
รวม	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)	4.11 (มาก)	3.99 (มาก)	4.06 (มาก)	4.09 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ที่มีรายได้น้อยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.11 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสะอาด (4.77) ความสดใหม่ (4.72) รสชาติอร่อย (4.64) ปลอดภัย (4.62) บอกวันหมดอายุ (4.51) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.41) คุณค่าทางโภชนาการ (4.36) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.33) การบรรจุหีบห่อมั่นคง (4.28) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.97) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.38) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.15) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.36)

ผู้ที่มีรายได้น้อยต่อเดือน 5001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.09 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสดใหม่ (4.73) ปลอดภัย (4.73) ความสะอาด (4.71) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.51) รสชาติอร่อย (4.49) บอกวันหมดอายุ (4.44) คุณค่าทางโภชนาการ (4.42) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.32) การบรรจุหีบห่อมั่นคง (4.12) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.68) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.34) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.22) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.90)

ผู้ที่มีรายได้น้อยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.09 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือความสะอาด (4.74) ปลอดภัย (4.72) ความสดใหม่ (4.63) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.42) รสชาติอร่อย (4.40) คุณค่าทางโภชนาการ (4.40) บอกวันหมดอายุ (4.34) การบรรจุหีบห่อมั่นคง (4.26) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.20) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.86) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.43) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.35) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.42)

ผู้ที่มีรายได้น้อยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 4.11 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสดใหม่ (4.75) ความสะอาด (4.72) ปลอดภัย (4.69) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.53) รสชาติอร่อย (4.44) การบรรจุหีบห่อมั่นคง (4.44) บอกวันหมดอายุ (4.44) คุณค่าทางโภชนาการ (4.39) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.11) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.75) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.47) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.19) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.56)

ผู้ที่มีรายได้น้อยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากับ 3.99 โดยมีค่าเฉลี่ย

ของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ความสดใหม่ (4.69) ความสะอาด (4.65) รสชาติอร่อย (4.58) ปลอดภัย (4.42) คุณค่าทางโภชนาการ (4.38) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.35) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.04) บอกวันหมดอายุ (4.00) การบรรจุหีบห่อมั่นคง (3.85) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.85) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.46) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.19) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) (2.46)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.06 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือความสะอาด (4.79) ความสดใหม่ (4.69) ปลอดภัย (4.59) บอกวันหมดอายุ (4.51) รสชาติอร่อย (4.48) น้ำหนักชั่งได้ตรงตามที่ตกลงซื้อ (4.26) การบรรจุหีบห่อมั่นคง (4.21) คุณค่าทางโภชนาการ (4.16) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อย.) (4.09) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.87) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.35) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ (3.31) และมีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม)(2.57)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 25,000 บาท	สูงกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า	4.38 (มาก)	4.34 (มาก)	4.45 (มาก)	4.03 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.08 (มาก)	4.29 (มาก)
สามารถต่อรองราคาได้	3.79 (มาก)	4.22 (มาก)	4.12 (มาก)	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	3.72 (มาก)	3.96 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด	3.33 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	3.56 (มาก)	3.38 (น้อย)	3.47 (น้อย)	3.61 (มาก)
ใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม	2.82 (น้อย)	3.22 (น้อย)	3.29 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.40 (น้อย)	3.24 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.38 (มาก)	4.27 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)	4.19 (มาก)	4.34 (มาก)
รวม	3.74 (มาก)	3.99 (มาก)	4.03 (มาก)	3.85 (มาก)	3.90 (มาก)	3.77 (มาก)	3.88 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.74 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.38) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.38) สามารถต่อรองราคาได้ (3.79) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.33) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (2.82)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.99 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ คือ มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.34) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.27) สามารถต่อรองราคาได้ (4.22) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.88) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม (3.22)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.03 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.51) มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.45) สามารถต่อรองราคาได้ (4.12) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.80) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกธรรมเนียมเพิ่ม (3.29)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.85 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.50) มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.03) สามารถต่อรองราคาได้ (3.86) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.56) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกธรรมเนียมเพิ่ม (3.31)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.90 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.58) ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.27) สามารถต่อรองราคาได้ (4.04) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.38) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกธรรมเนียมเพิ่ม (3.23)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.77 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ (4.19) มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า (4.08) สามารถต่อรองราคาได้ (3.72) มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด (3.47) และใช้บัตรเครดิตไม่เรียกธรรมเนียมเพิ่ม (3.40)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	สูงกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ทำเลที่ตั้งของร้าน	3.97 (มาก)	4.08 (มาก)	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	4.09 (มาก)	3.99 (มาก)
บรรยากาศ ความสว่างของร้าน	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	4.08 (มาก)	3.99 (มาก)	3.97 (มาก)
การจัดร้าน การตกแต่งร้าน	3.79 (มาก)	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)
สถานที่จอดรถ	3.79 (มาก)	4.08 (มาก)	4.32 (มาก)	4.06 (มาก)	4.08 (มาก)	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)
มีโต๊ะเก้าอี้และรถเข็นของไว้บริการ	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)	3.47 (น้อย)	3.58 (มาก)	3.76 (มาก)	3.71 (มาก)
ลูกค้าเลือกหยิบสินค้าได้เอง	4.26 (มาก)	4.27 (มาก)	4.25 (มาก)	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)	3.97 (มาก)	4.16 (มาก)
มีห้องสุขาที่สะอาดและพอเพียง	4.08 (มาก)	4.03 (มาก)	3.89 (มาก)	3.56 (มาก)	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	3.92 (มาก)
มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)	3.66 (มาก)	3.44 (น้อย)	3.58 (มาก)	3.57 (มาก)	3.66 (มาก)
อยู่ในห้องปรับอากาศ	3.21 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.15 (น้อย)	2.92 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.15 (น้อย)	3.09 (น้อย)
การคมนาคมสะดวก เข้าออก ได้ปลอดภัย	4.28 (มาก)	4.31 (มาก)	4.38 (มาก)	4.25 (มาก)	4.27 (มาก)	4.09 (มาก)	4.25 (มาก)
เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง	3.10 (น้อย)	2.93 (น้อย)	3.05 (น้อย)	3.06 (น้อย)	2.38 (น้อย)	2.81 (น้อย)	2.92 (น้อย)
รวม	3.81 (มาก)	3.86 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.81 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.28) ลูกค้านึกหยิบสินค้าเองได้ (4.26) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (4.08) ท่าเลที่ตั้งร้าน (3.97) บรรยากาศความสว่างของร้าน (3.97) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.79) สถานที่จอดรถ (3.79) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.79) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.69) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.21) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (3.10)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.86 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.31) ลูกค้านึกหยิบสินค้าเองได้ (4.27) บรรยากาศความสว่างของร้าน (4.10) ท่าเลที่ตั้งร้าน (4.08) สถานที่จอดรถ (4.08) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (4.03) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.95) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.85) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.80) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.05) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.93)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.83 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.38) สถานที่จอดรถ (4.32) ลูกค้านึกหยิบสินค้าเองได้ (4.25) ท่าเลที่ตั้งร้าน (3.95) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.89) บรรยากาศความสว่างของร้าน (3.86) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.85) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.78) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.66) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.15) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (3.05)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.67 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.25) ลูกค้านึกหยิบสินค้าเองได้ (4.11) สถานที่จอดรถ (4.06) บรรยากาศความสว่างของร้าน (3.83) ท่าเลที่ตั้งร้าน (3.81) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.81) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.56) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.47) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.44) เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (3.06) และอยู่ในห้องปรับอากาศ (2.92)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.72 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย(4.27) ลูกค้าเลือกหยิบสินค้าเองได้ (4.12) บรรยากาศความสว่างของร้าน (4.08) สถานที่จอดรถ (4.08) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (4.04) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.96) ทำเลที่ตั้งร้าน (3.88) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.58) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร(3.58) อยู่ในห้องปรับอากาศ (2.96) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.38)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.78 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ คือ สถานที่จอดรถ (4.29) ทำเลที่ตั้งร้าน (4.09) การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย (4.09) บรรยากาศความสว่างของร้าน (3.99) ลูกค้าเลือกหยิบสินค้าเองได้ (3.97) มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ (3.92) การจัดร้าน การตกแต่งร้าน (3.91) มีตะกร้าและรถเข็นของไว้บริการ (3.76) มีโต๊ะเก้าอี้ให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหาร (3.57) อยู่ในห้องปรับอากาศ (3.15) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.81)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 20,000 บาท	20,001 - 25,000 บาท	สูงกว่า 25,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.64 (มาก)	3.66 (มาก)	3.78 (มาก)	3.28 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
มีการใช้คะแนนสะสมแลกสินค้า	3.13 (น้อย)	3.19 (น้อย)	3.11 (น้อย)	2.78 (น้อย)	2.88 (น้อย)	3.03 (น้อย)	3.05 (น้อย)
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.62 (มาก)	3.34 (น้อย)	3.46 (น้อย)	3.00 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.34 (น้อย)
มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ	3.08 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.17 (น้อย)	2.86 (น้อย)	2.96 (น้อย)	3.16 (น้อย)	3.12 (น้อย)
มีการสาธิตวิธีปรุงอาหารทะเล	3.46 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.00 (น้อย)	2.83 (น้อย)	2.85 (น้อย)	3.04 (น้อย)	3.09 (น้อย)
มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า	3.90 (มาก)	3.71 (มาก)	3.48 (น้อย)	3.25 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)
มีศูนย์รับเรื่องราวจ้องทุกข์	3.44 (น้อย)	3.32 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.28 (น้อย)	3.27 (น้อย)	3.52 (มาก)	3.40 (น้อย)
มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)	3.22 (น้อย)	3.31 (น้อย)	3.55 (มาก)	3.52 (มาก)
มีเอกสารแนะนำสินค้า	3.74 (มาก)	3.59 (มาก)	3.69 (มาก)	3.28 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)
รวม	3.51 (มาก)	3.44 (น้อย)	3.42 (น้อย)	3.09 (น้อย)	3.23 (น้อย)	3.38 (น้อย)	3.37 (น้อย)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.51 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.90) มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.74) มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.64) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.62) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.56) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.46) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.44) มีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.13) และมีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.08)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.44 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.71) มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.66) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.59) มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.59) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.34) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.32) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.27) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.27) และมีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.19)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.42 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับคือ มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.78) มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.69) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.65) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.48) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.46) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.42) มีการแถมสินค้าอื่นที่ไม่ได้ซื้อ (3.17) มีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.11) และมีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.00)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.09 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ คือ มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.28) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.28) มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.28) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.25) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.22) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.00) มีการแถมสินค้าอื่นที่ไม่ได้ซื้อ (2.86) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (2.83) และมีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.78)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.23 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ คือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.62) มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.46) มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.42) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.31) มีการโฆษณาด้วย

ป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.31) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.27) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (2.96) มีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (2.88) และมีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (2.85)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย เท่ากับ 3.38 โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับ คือ มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.73) มีสินค้าให้ทดลองฟรี (3.57) มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า (3.56) มีการโฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน (3.55) มีศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ (3.52) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.28) มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ (3.16) มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหาร (3.04) และมีการให้คะแนนสะสมแลกสินค้า (3.03)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 8 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษาไว้จำนวนหนึ่ง ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวมจากคำถามปลายเปิดและนำเสนอแยกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- ควรมีการปรับปรุงพัฒนาการบรรจุหีบห่ออาหารสดให้อยู่ได้หลายๆวัน เพื่อความสะดวกในการเดินทาง
- ความสด ความสะอาด ปลอดภัยจากสารพิษ ควรให้ ออ.สุ่มตรวจและให้ความรู้กับตัวผู้ขายให้ตระหนักในเรื่องสารพิษตกค้าง
- ควรพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานเท่าเทียมกัน มีการตรวจสอบคุณภาพอยู่เสมอ

ปัจจัยด้านราคา (Price)

- ราคาต้องให้เหมาะสมกับคุณภาพ และควรมีมาตรฐานเดียวกันทุกร้าน
- ควรติดป้ายราคาสินค้าทุกอย่าง
- ควรมีการควบคุมราคาสินค้า
- ไม่ควรเอาर्डเอาเปรียบผู้บริโภคมากเกินไป ขายของเกินราคา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place)

- ร้านค้าในตลาดสดมีปัญหาการจอดรถ รถใหญ่ไม่ควรขับเข้าไป ทางเดินเท้าไม่ควรปล่อยให้วางของขายเล็กๆน้อยๆ
- ที่จอดรถหายาก หิ้วของไกล
- กลิ่นอาหาร และแมลงวันไม่ควรมี ควรมีการกำจัดให้หมดสิ้น
- สภาพแวดล้อมของสถานที่ของผู้จัดจำหน่ายไม่เรียบร้อย ต้องปรับปรุง จอดรถไม่สะดวก
- ควรจัดสถานที่จำหน่ายและการจราจรให้เรียบร้อยและสะดวกกว่าที่เป็นอยู่
- ถึงใส่ขยะมีน้อยเกินไป ไม่มีเครื่องหมายบอก
- สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ โต๊ะเก้าอี้ที่นั่งมีน้อยเกินไป ควรมีต้นไม้ให้ร่มเงามากๆ
- ควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว
- ถ้าเป็นคนที่อยู่ต่างจังหวัดมาเที่ยวจังหวัดสมุทรสาคร จะไม่รู้แหล่งซื้อและร้านค้าจำหน่ายอาหารทะเลที่สดและสะอาด ราคาถูก ส่วนใหญ่จะถูกโกงราคา
- กลิ่นที่ค่อนข้างรุนแรง อาจจะกำจัดไม่ได้ แต่ความสะอาดน่าจะหาทางแก้ไขได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

- ควรจัดหากลุ่มคนที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องอาหารทะเลแปรรูป มาอบรมสั่งสอน วิธีการเก็บรักษาและคุณภาพอาหารให้กับผู้มีความรู้น้อย เพื่อที่จะได้ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ร้านค้า เนื่องจากผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารทะเลกันมากขึ้น ร้านค้าจะมีรายได้เพิ่มขึ้น
- ป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ขายอาหารมีมากกว่านี้
- เสนอให้มีการจัดทำศูนย์จำหน่ายสินค้าทะเล ที่มีครบทุกๆประเภท
- อยากให้ผู้ขายจริงใจต่อลูกค้า ไม่พยายามเอาของเน่าของเสียมาหลอกขายให้ลูกค้า
- ผู้ขายไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน ส่วนใหญ่ชอบฉวยโอกาส
- ควรมีระเบียบปฏิบัติสำหรับผู้ขายสินค้าตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และควรเน้นเรื่องมารยาทของผู้ขายตามสถานที่ท่องเที่ยวแถบชายทะเล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved