

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษานำเสนอผลงานการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 – ตารางที่ 14)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้บริโภค
ในกรุงเทพมหานคร (ตารางที่ 15 – ตารางที่ 18)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
(ตารางที่ 19 – ตารางที่ 22)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาจำแนกตาม
เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และวัตถุประสงค์ในการซื้อ (ตารางที่ 23 – ตารางที่ 38)

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการซื้อลูกชิ้นปลาจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และ
วัตถุประสงค์ในการซื้อ (ตารางที่ 39 – ตารางที่ 54)

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	148	37.00
หญิง	252	63.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 252 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.00 และรองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	22	5.50
20 – 30 ปี	124	31.00
31 – 40 ปี	136	34.00
41 – 50 ปี	82	20.50
51 – 60 ปี	32	8.00
มากกว่า 60 ปี	4	1.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมามีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.50 มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.00 อายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 และน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	179	44.75
สมรส	191	47.75
หม้าย / หย่าร้าง	30	7.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.75 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.75 และน้อยที่สุดมีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	46	11.50
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	48	12.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	60	15.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	31	7.75
ปริญญาตรี	180	45.00
สูงกว่าปริญญาตรี	35	8.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 180 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมามีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.00 มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.50 มีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.75 และน้อยที่สุดมีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	12.50
พนักงานหรือลูกจ้างบริษัท	154	38.50
พ่อค้า / แม่ค้า*	114	28.50
เจ้าของกิจการ	37	9.25
นักเรียน / นักศึกษา	22	5.50
อื่น ๆ	23	5.75
รวม	400	100.00

*หมายเหตุ พ่อค้า/แม่ค้า คือ พ่อค้า/แม่ค้าที่ขายลูกชิ้นและพ่อค้า/แม่ค้าที่ขายสินค้าประเภทอื่นด้วย

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทมากที่สุด จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมามีอาชีพพ่อค้า / แม่ค้า จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีอาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.25 มีอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน, รับจ้างทั่วไป เป็นต้น จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 และน้อยที่สุดมีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	31	7.75
5,000 – 10,000 บาท	96	24.00
10,001 – 20,000 บาท	65	16.25
20,001 – 30,000 บาท	70	17.50
30,001 – 40,000 บาท	54	13.50
มากกว่า 40,000 บาท	84	21.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน 5,000 -10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.25 มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.50 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริโภคเอง	300	75.00
นำไปขายในสภาพเดิม	58	14.50
นำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร	42	10.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการซื้อไปบริโภคเองมากที่สุด จำนวน 300 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาซื้อไปเพื่อนำไปขายในสภาพเดิม จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.50 และน้อยที่สุดซื้อไปเพื่อนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ที่ซื้อ

สถานที่ที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตลาดสด	155	38.75
ร้านขายก๋วยเตี๋ยว	95	23.75
ซูเปอร์มาร์เก็ต	109	27.25
อื่น ๆ	41	10.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อลูกชิ้นปลาที่ตลาดสดมากที่สุด จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาซื้อที่ซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.25 ซื้อที่ร้านขายก๋วยเตี๋ยว จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.75 และน้อยที่สุดซื้อที่อื่น ๆ คือ ซื้อจากโรงงานผู้ผลิต จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบลูกชิ้นที่ซื้อ

รูปแบบลูกชิ้นที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลม	285	71.25
ปิ้งปอง	127	31.75
รักบี้	202	50.50
บัวลอย	73	18.25
แบน (นุ้ม)	121	30.25
อื่น ๆ	23	5.75

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อลูกชิ้นปลารูปแบบกลมมากที่สุด จำนวน 285 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.25 รองลงมาคือรูปแบบรักบี้ จำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.50 รูปแบบปิ้งปอง จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.75 รูปแบบแบน(นุ้ม) จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.25 รูปแบบบัวลอย จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.25 และน้อยที่สุดคือรูปแบบอื่น เช่น ดาว หัวใจ ปลาเส้น เป็นต้น จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรสชาติที่ชอบ

รสชาติที่ชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หวาน	102	25.50
เค็ม	211	52.75
อื่น ๆ	87	21.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชอบลูกชิ้นปลาที่มีรสชาติเค็มมากที่สุด จำนวน 211 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมาคือรสชาติหวาน จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.50 และรสชาติอื่น ๆ คือ กลมกล่อม จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.75

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเนื้อสัมผัสที่ชอบ

เนื้อสัมผัสที่ชอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหนียวนุ่ม	321	80.25
แข็งกรอบ	72	18.00
อื่น ๆ	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชอบลูกชิ้นปลาที่มีเนื้อสัมผัสเหนียวนุ่มมากที่สุด จำนวน 321 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.25 รองลงมาชอบเนื้อสัมผัสแบบแข็งกรอบ จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.00 และชอบเนื้อสัมผัสแบบอื่น ๆ คือ ชอบเนื้อสัมผัสทั้ง 2 แบบข้างต้น จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อ

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	63	15.75
2 – 3 วันต่อครั้ง	63	15.75
4 – 5 วันต่อครั้ง	41	10.25
สัปดาห์ละครั้ง	146	36.50
อื่น ๆ	87	21.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อลูกชิ้นปลาสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาคือ อื่น ๆ คือ มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง หรือเมื่ออยากรับประทาน เป็นต้น จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.75 ทุกวันและ 2 – 3 วันต่อครั้ง จำนวน 63 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.75 เท่ากัน และน้อยที่สุดคือ 4 – 5 วันต่อครั้ง จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาเฉลี่ยต่อกิโลกรัมที่ซื้อ

ราคาเฉลี่ยต่อกิโลกรัมที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 บาท	15	3.75
20 – 30 บาท	76	19.00
31 - 50 บาท	93	23.25
51 – 70 บาท	76	19.00
71 – 100 บาท	54	13.50
101 – 150 บาท	46	11.50
151 – 200 บาท	22	5.50
201 – 250 บาท	12	3.00
251 – 300 บาท	1	0.25
มากกว่า 300 บาท	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อลูกชิ้นปลาในราคาเฉลี่ยต่อกิโลกรัม 31 – 50 บาทมากที่สุด จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.25 รองลงมาคือราคา 20 – 30 บาท และ 51 – 70 บาท จำนวน 76 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.00 เท่ากัน ราคา 71 – 100 บาท จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.50 ราคา 101 – 150 บาท จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.50 ราคา 151 – 200 บาท จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 ราคาไม่เกิน 20 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 ราคา มากกว่า 300 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 และน้อยที่สุดคือราคา 251 – 300 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	271	67.75
คู่สมรส	36	9.00
เพื่อน	8	2.00
ญาติ / พี่น้อง	27	6.75
พ่อค้า / แม่ค้า	21	5.25
อื่น ๆ	37	9.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อลูกจิ้นปลาเป็นตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองมากที่สุด จำนวน 271 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.75 รองลงมาคืออื่น ๆ คือ ลูกค้า, บุตร เป็นต้น จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.25 คู่สมรส จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 ญาติ / พี่น้อง จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75 พ่อค้า / แม่ค้า จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.25 และน้อยที่สุดคือเพื่อน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผล
ต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความอร่อย / รสชาติ	235 (58.8)	107 (26.8)	57 (14.3)	0 (0.0)	1 (0.3)	4.44 (มาก)	3
ความสดใหม่	250 (62.5)	107 (26.8)	41 (10.3)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.51 (มากที่สุด)	2
ความสะอาด	265 (66.3)	89 (22.3)	42 (10.5)	4 (1.0)	0 (0.0)	4.54 (มากที่สุด)	1
คุณค่าทางโภชนาการ	140 (35.0)	134 (33.5)	110 (27.5)	12 (3.0)	4 (1.0)	3.99 (มาก)	7
ชื่อเสียงของตราสินค้า หรือยี่ห้อ	83 (20.8)	120 (30.0)	176 (44.0)	16 (4.0)	5 (1.3)	3.65 (มาก)	13
คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน สม่ำเสมอ	157 (39.3)	162 (40.5)	74 (18.5)	6 (1.5)	1 (.3)	4.17 (มาก)	5
สินค้ามีเพียงพอกับ ความต้องการตลอด ทั้งปี	78 (19.5)	119 (29.8)	167 (41.8)	32 (8.0)	4 (1.0)	3.59 (มาก)	14
การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย	113 (28.3)	156 (39.0)	105 (26.3)	20 (5.0)	6 (1.5)	3.88 (มาก)	8
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	55 (13.8)	116 (29.0)	172 (43.0)	45 (11.3)	12 (3.0)	3.39 (ปานกลาง)	15
น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุ ภัณฑ์	95 (23.8)	111 (27.8)	164 (41.0)	26 (6.5)	4 (1.0)	3.67 (มาก)	12
ระบุวันที่หมดอายุ	203 (50.8)	109 (27.3)	59 (14.8)	25 (6.3)	4 (1.0)	4.21 (มาก)	4

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ระบุส่วนผสมของ วัตถุดิบ	126 (31.5)	119 (29.8)	103 (25.8)	45 (11.3)	7 (1.8)	3.78 (มาก)	10
มีเลขทะเบียนอาหาร และยา (อ.ย.)	196 (49.0)	89 (22.3)	67 (16.8)	37 (9.3)	11 (2.8)	4.06 (มาก)	6
มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิส ลาม)	75 (18.8)	66 (16.5)	121 (30.3)	65 (16.3)	73 (18.3)	3.01 (ปานกลาง)	16
สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน (GMP)*	131 (32.8)	115 (28.8)	76 (19.0)	50 (12.5)	28 (7.0)	3.68 (มาก)	11
ความเชื่อมั่นในบริษัท ผู้ผลิต	119 (29.8)	139 (34.8)	96 (24.0)	35 (8.8)	11 (2.8)	3.80 (มาก)	9
รวม						3.90 (มาก)	

*หมายเหตุ GMP (Good Manufacturing Practice) คือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เท่ากับ 3.90

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะอาด (4.54) และความสดใหม่ (4.51)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ความอร่อย / รสชาติ (4.44) ระยะเวลาที่หมดอายุ (4.21) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (4.17) มีเลขทะเบียนอาหาร (อ.ย.) (4.06) คุณค่าทางโภชนาการ (3.99) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.88) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.80) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.78) สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP (3.68) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.67) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.65) และสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.59)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.39) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (3.01)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน ราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาสินค้าต่อ กิโลกรัม	96 (24.0)	163 (40.8)	123 (30.8)	14 (3.5)	4 (1.0)	3.38 (ปานกลาง)	3
มีป้ายบอก ราคานบนบรรจุ ภัณฑ์	87 (21.8)	176 (44.0)	97 (24.3)	34 (8.5)	6 (1.5)	3.76 (มาก)	1
มีส่วนลดเมื่อ ซื้อในปริมาณ มาก	87 (21.8)	107 (26.8)	136 (34.0)	61 (15.3)	9 (2.3)	3.51 (มาก)	2
รวม						3.55 (มาก)	

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก เท่ากับ 3.55

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ มีป้ายบอกราคานบนบรรจุภัณฑ์ (3.76) และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.51)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.38)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่ตั้งของร้าน	115 (28.8)	165 (41.3)	103 (25.8)	13 (3.3)	4 (1.0)	3.94 (มาก)	3
ความสะอาดของร้าน	200 (50.0)	127 (31.8)	61 (15.3)	9 (2.3)	3 (0.8)	4.28 (มาก)	1
การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ	87 (21.8)	175 (43.8)	120 (30.0)	15 (3.8)	3 (0.8)	3.82 (มาก)	4
ความสะดวกในการซื้อสินค้า	112 (28.0)	186 (46.5)	92 (23.0)	9 (2.3)	1 (0.3)	4.00 (มาก)	2
ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย	31 (7.8)	79 (19.8)	168 (42.0)	90 (22.5)	32 (8.0)	2.97 (ปานกลาง)	6
เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง	20 (5.0)	33 (8.3)	156 (39.0)	135 (33.8)	56 (14.0)	2.57 (ปานกลาง)	7
มีสถานที่จอดรถ	111 (27.8)	102 (25.5)	114 (28.5)	60 (15.0)	13 (3.3)	3.60 (มาก)	5
รวม						3.60 (มาก)	

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากเท่ากับ 3.60

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.28) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (4.00) สถานที่ตั้งของร้าน (3.94) การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.82) และมีสถานที่จอดรถ (3.60)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (2.97) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.57)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	46 (11.5)	98 (24.5)	190 (47.5)	51 (12.8)	15 (3.8)	3.27 (ปานกลาง)	4
มีการระดมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด	30 (7.5)	72 (18.0)	189 (47.3)	75 (18.8)	34 (8.5)	2.97 (ปานกลาง)	6
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	51 (12.8)	105 (26.3)	150 (37.5)	73 (18.3)	21 (5.3)	3.23 (ปานกลาง)	5
มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้	78 (19.5)	110 (27.5)	131 (32.8)	55 (13.8)	26 (6.5)	3.40 (ปานกลาง)	2
มีพนักงานแนะนำสินค้า	81 (20.3)	111 (27.8)	142 (35.5)	52 (13.0)	14 (3.5)	3.48 (ปานกลาง)	1
มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า	63 (15.8)	114 (28.5)	141 (35.3)	62 (15.5)	20 (5.0)	3.35 (ปานกลาง)	3
มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ	23 (5.8)	83 (20.8)	160 (40.0)	71 (17.8)	63 (15.8)	2.83 (ปานกลาง)	7
รวม						3.22 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัจจัยส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลางเท่ากับ 3.22

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.48) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.40) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.35) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.27) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.23) มีการระดมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (2.97) และมีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.83)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความอร่อย / รสชาติไม่ คงที่	117 (29.3)	144 (36.0)	102 (25.5)	33 (8.3)	4 (1.0)	3.84 (มาก)	3
สินค้าไม่สดใหม่เนื่อง จากการเก็บรักษาไม่ดี ของร้านค้า	139 (34.8)	118 (29.5)	110 (27.5)	27 (6.8)	6 (1.5)	3.89 (มาก)	2
วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลา อาจจะมีสารพิษหรือสาร เคมีผสมอยู่ เช่น สารบอ แรกซ์ สารพิษจากปลา ปักเป้า	154 (38.5)	118 (29.5)	95 (23.8)	24 (6.0)	9 (2.3)	3.96 (มาก)	1
ลูกชิ้นปลาเป็นอาหาร สดที่เน่าเสียง่าย ต้อง รักษาอุณหภูมิให้เย็น ด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่ สะดวกในการเก็บรักษา ระหว่างเดินทาง	106 (26.5)	148 (37.0)	119 (29.8)	22 (5.5)	5 (1.3)	3.82 (มาก)	4
สินค้าด้อยคุณภาพ	125 (31.3)	117 (29.3)	115 (28.8)	37 (9.3)	6 (1.5)	3.80 (มาก)	5
คุณภาพสินค้าไม่คงที่	124 (31.0)	120 (30.0)	110 (27.5)	42 (10.5)	4 (1.0)	3.80 (มาก)	5
สินค้าขาดตลาดในบาง ฤดูกาลหรือบางเทศกาล	42 (10.5)	74 (18.5)	180 (45.0)	78 (19.5)	26 (6.5)	3.07 (ปาน กลาง)	12

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูก ชิ้นปลาแต่ละตรายี่ห้อ	52 (13.0)	92 (23.0)	148 (37.0)	65 (16.3)	43 (10.8)	3.11 (ปาน กลาง)	11
น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับ ที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์	47 (11.8)	100 (25.0)	149 (37.3)	84 (21.0)	20 (5.0)	3.18 (ปาน กลาง)	10
ปริมาณสินค้าต่อหน่วย บรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป	17 (4.3)	66 (16.5)	168 (42.0)	79 (19.8)	70 (17.5)	2.70 (ปาน กลาง)	13
ไม่ระบุน้ำหนักต่ออายุ	139 (34.8)	102 (25.5)	87 (21.8)	57 (14.3)	15 (3.8)	3.73 (มาก)	6
ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้น ปลาทำให้เกิดความไม่ มั่นใจ	80 (20.0)	114 (28.5)	138 (34.5)	53 (13.3)	15 (3.8)	3.48 (ปาน กลาง)	9
ไม่มีเลขทะเบียนอาหาร และยา (อ.ย.)	139 (34.8)	88 (22.0)	99 (24.8)	57 (14.3)	17 (4.3)	3.69 (มาก)	7
สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต	116 (29.0)	97 (24.3)	105 (26.3)	65 (16.3)	17 (4.3)	3.58 (มาก)	8
รวม						3.55 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัญหาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.55

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.96) สิ้นค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.89) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (3.84) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.82) สิ้นค้าด้อยคุณภาพ (3.80) คุณภาพสิ้นค้าไม่คงที่ (3.80) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.73) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.69) และสิ้นค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.58)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.48) น้ำหนักสิ้นค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.18) ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหือ (3.11) สิ้นค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.07) และปริมาณสิ้นค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.70)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านราคา	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีป้ายบอกราคานบนบรรจุภัณฑ์	85 (21.3)	134 (33.5)	118 (29.5)	56 (14.0)	7 (1.8)	3.59 (มาก)	1
ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา	71 (17.8)	118 (29.5)	124 (31.0)	74 (18.5)	13 (3.3)	3.40 (ปานกลาง)	2
รวม						3.50 (มาก)	

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.50

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคานบนบรรจุภัณฑ์ (3.59)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.40)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านการจัด จำหน่าย	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่ทราบแหล่งจำหน่าย ลูกชิ้นปลาที่ต้องการ	57 (14.3)	130 (32.5)	149 (37.3)	58 (14.5)	6 (1.5)	3.44 (ปานกลาง)	3
การจัดวางสินค้ายาก ต่อการเลือกซื้อ	42 (10.5)	113 (28.3)	166 (41.5)	67 (16.8)	12 (3.0)	3.27 (ปานกลาง)	4
ร้านค้าไม่เปิดขายใน เวลาที่ต้องการซื้อ	48 (12.0)	85 (21.3)	150 (37.5)	102 (25.5)	15 (3.8)	3.12 (ปานกลาง)	5
ร้านค้าอยู่ในย่านจราจร คับคั่งไปมาไม่สะดวก	91 (22.8)	109 (27.3)	112 (28.0)	72 (18.0)	16 (4.0)	3.47 (ปานกลาง)	2
ไม่มีสถานที่จอดรถ	103 (25.8)	105 (26.3)	103 (25.8)	68 (17.0)	21 (5.3)	3.50 (มาก)	1
รวม						3.36 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัญหาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการ
จัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.36

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ ร้านค้าอยู่ในย่านจราจร
คับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.47) ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.44) การจัดวางสินค้า
ยากต่อการเลือกซื้อ (3.27) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.12)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อ ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีสินค้าให้ทดลอง ชิม	45 (11.3)	91 (22.8)	180 (45.0)	68 (17.0)	16 (4.0)	3.20 (ปานกลาง)	4
ไม่มีส่วนลด	40 (10.0)	98 (24.5)	178 (44.5)	67 (16.8)	17 (4.3)	3.19 (ปานกลาง)	5
ไม่มีสินค้าตัวอย่าง	41 (10.3)	104 (26.0)	176 (44.0)	60 (15.0)	19 (4.8)	3.22 (ปานกลาง)	3
ไม่มีของแถม	52 (13.0)	69 (17.3)	185 (46.3)	62 (15.5)	32 (8.0)	3.12 (ปานกลาง)	6
ไม่มีพนักงานแนะนำ สินค้า	72 (18.0)	93 (23.3)	155 (38.8)	62 (15.5)	18 (4.5)	3.35 (ปานกลาง)	1
ไม่มีเอกสารแนะนำ สินค้า	68 (17.0)	98 (24.5)	155 (38.8)	58 (14.5)	21 (5.3)	3.34 (ปานกลาง)	2
ไม่พบการโฆษณาตาม สื่อต่าง ๆ	33 (8.3)	80 (20.0)	150 (37.5)	77 (19.3)	60 (15.0)	2.87 (ปานกลาง)	8
รวม						3.18 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัญหาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.18

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.35) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.34) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.22) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.20) ไม่มีส่วนลด (3.19) ไม่มีของแถม (3.12) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.87)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความอร่อย / รสชาติ	4.37 (มาก)	4.48 (มาก)	4.44 (มาก)
ความสดใหม่	4.41 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
ความสะอาด	4.44 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
คุณค่าทางโภชนาการ	3.94 (มาก)	4.13 (มาก)	4.06 (มาก)
ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)
คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)	4.17 (มาก)
สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)
การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย	3.78 (มาก)	3.93 (มาก)	3.88 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	3.47 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์	3.59 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)
ระบุวันที่หมดอายุ	4.15 (มาก)	4.24 (มาก)	4.21 (มาก)
ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ	3.66 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)	3.99 (มาก)	4.10 (มาก)	4.06 (มาก)
มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม)	3.08 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน (GMP)*	3.64 (มาก)	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)
ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)
รวม	3.86 (มาก)	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)

*หมายเหตุ GMP (Good Manufacturing Practice) คือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต

จากตารางที่ 23 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.86

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาด (4.44) ความสดใหม่ (4.41) ความอร่อย / รสชาติ (4.37) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (4.17) ระบุวันที่หมดอายุ (4.15) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.99) คุณค่าทางโภชนาการ (3.94) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.81) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.78) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.68) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.66) สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP (3.64) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.59) และน้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.59)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.47) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (3.08)

เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.93

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความสะอาด (4.60) และความสดใหม่ (4.58)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ความอร่อย / รสชาติ (4.48) ระบุวันหมดอายุ (4.24) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (4.17) คุณค่าทางโภชนาการ (4.13) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.10) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.93) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.85) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.79) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.71) สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP (3.70) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.63) และสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.59)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.35) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (2.97)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม	3.74 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)
มีป้ายบอกราคานบนบรรจุภัณฑ์	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)
รวม	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.67

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.74) มีป้ายบอกราคานบนบรรจุภัณฑ์ (3.74) และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.52)

เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 3.72

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.88) มีป้ายบอกราคานบนบรรจุภัณฑ์ (3.77) และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.50)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกค้าปลีกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่ตั้งของร้าน	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)
ความสะอาดของร้าน	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)	4.28 (มาก)
การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)
ความสะดวกในการซื้อสินค้า	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสัมพันธ์กับผู้ชาย	3.09 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง	2.68 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถ	3.65 (มาก)	3.56 (มาก)	3.60 (มาก)
รวม	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.63

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.24) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (3.99) สถานที่ตั้งของร้าน (3.92) การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.84) และมีสถานที่จอดรถ (3.65)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (3.09) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.68)

เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.57

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.30) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (4.00) สถานที่ตั้งของร้าน (3.94) การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.81) และมีสถานที่จอดรถ (3.56)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (2.90) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.50)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.13 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด	3.00 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้	3.36 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
มีพนักงานแนะนำสินค้า	3.55 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ	2.89 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
รวม	3.22 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 26 พบว่า เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.22

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญมาก คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.55)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.39) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.36) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.24) สินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.13) มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (3.00) และมีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.89)

เพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.36

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับความสำคัญปานกลาง คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.44) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.42) สินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.36) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.32) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.22) มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (2.96) และมีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.80)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความอร่อย / รสชาติ	4.14 (มาก)	4.26 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.00 (มาก)	4.44 (มาก)
ความสดใหม่	4.09 (มาก)	4.37 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	3.75 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
ความสะอาด	4.18 (มาก)	4.44 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)
คุณค่าทางโภชนาการ	3.73 (มาก)	4.15 (มาก)	4.09 (มาก)	4.10 (มาก)	3.84 (มาก)	3.50 (มาก)	4.06 (มาก)
ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ	3.27 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)
คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ	3.64 (มาก)	3.97 (มาก)	4.35 (มาก)	4.29 (มาก)	4.28 (มาก)	3.75 (มาก)	4.17 (มาก)
สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี	3.64 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.73 (มาก)	3.72 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	3.32 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.50 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	3.90 (มาก)	3.53 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ระยะเวลาที่หมดอายุ	3.91 (มาก)	4.18 (มาก)	4.31 (มาก)	4.24 (มาก)	3.97 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)
กระบวนการผสมของวัตถุดิบ	3.32 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.50 (มาก)	3.75 (มาก)	3.78 (มาก)
มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)	3.50 (มาก)	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	3.56 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.06 (มาก)
มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม)	2.77 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	3.01 (ปานกลาง)
สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน (GMP)*	3.32 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต	3.73 (มาก)	3.70 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.59 (มาก)	3.50 (มาก)	3.80 (มาก)
รวม	3.62 (มาก)	3.81 (มาก)	3.99 (มาก)	4.02 (มาก)	3.79 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)

*หมายเหตุ GMP (Good Manufacturing Practice) คือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.62

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาด (4.18) ความอร่อย / รสชาติ (4.14) ความสดใหม่ (4.09) ระบุวันที่หมดอายุ (3.91) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.82) คุณค่าทางโภชนาการ (3.73) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.73) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (3.64) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.64) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.50) และมีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.32) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.32) สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP (3.32) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.27) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (2.77)

ผู้ที่มีอายุ 20 - 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.81

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาด (4.44) ความสดใหม่ (4.37) ความอร่อย / รสชาติ (4.26) ระบุวันที่หมดอายุ (4.18) คุณค่าทางโภชนาการ (4.15) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.04) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (3.97) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.78) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.78) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.70) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.65) และสถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP (3.58)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.41) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.40) บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.27) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (3.03)

ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลูกชิ้นปลาที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.99

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความสะอาด (4.66) ความสดใหม่ (4.65) และความอร่อย / รสชาติ (4.59)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน สม่่าเสมอ (4.35) ระบุวันที่หมดอายุ (4.31) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (4.20) คุณค่าทางโภชนาการ (4.09) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (4.00) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.88) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.85) สถานที่ผลิตได้มาตรฐานGMP (3.84) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.73) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.64) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.63) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.51)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (2.98)

ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลูกชิ้นปลาที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 4.02

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความสดใหม่ (4.60) ความสะอาด (4.60) และความอร่อย / รสชาติ (4.55)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน สม่่าเสมอ (4.29) ระบุวันที่หมดอายุ (4.24) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.16) คุณค่าทางโภชนาการ (4.10) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.96) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.93) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.91) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.90) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.89) สถานที่ผลิตได้มาตรฐานGMP (3.79) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.73) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (3.23)

ผู้ที่มีอายุ 51 - 60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลูกชิ้นปลาที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.79

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความสดใหม่ (4.63) และความสะอาด (4.53)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความอร่อย / รสชาติ (4.47) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน สม่่าเสมอ (4.28) ระบุวันที่หมดอายุ (3.97) คุณค่าทางโภชนาการ (3.84)

ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.78) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.78) สินค้ามีเพียงพอกับความ
ต้องการตลอดทั้งปี (3.72) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.59) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (3.56)
น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.53) และระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน
GMP (3.41) บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.19) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม)
(2.78)

ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ถูกขึ้นปลาที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.47

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ มีเลขทะเบียนอาหารและ
ยา (อ.ย.) (4.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ระบุวันที่หมดอายุ (4.25)
ความอร่อย / รสชาติ (4.00) ความสะอาด (4.00) ความสดใหม่ (3.75) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน
สม่ำเสมอ (3.75) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.75) คุณค่าทางโภชนาการ (3.50) ชื่อเสียงของตรา
สินค้าหรือยี่ห้อ (3.50) และความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ สินค้ามีเพียงพอกับ
ความต้องการตลอดทั้งปี (3.00) บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.00) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.00)
สถานที่ผลิตได้มาตรฐานGMP (3.00) และการบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (2.75)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับน้อย คือ มีเครื่องหมายฮาลาล
(มาตรฐานอาหารอิสลาม) (2.25)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้าน ราคา	อายุ						ค่าเฉลี่ย รวม (การ แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาสินค้า ต่อกิโลกรัม	3.32 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)
มีป้ายบอก ราคابน บรรจุภัณฑ์	3.27 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อ ซื้อใน ปริมาณมาก	3.27 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
รวม	3.29 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อ
การตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.29

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม
(3.32) มีป้ายบอกราคابนบรรจุภัณฑ์ (3.27) และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.27)

ผู้ที่มีอายุ 20 - 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้น
ปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.70

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.83)
และมีป้ายบอกราคابนบรรจุภัณฑ์ (3.82)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อใน
ปริมาณมาก (3.45)

ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้น
ปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.74

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสัมพันธ์ระดับมาก คือ มีป้ายบอกราคานบนรรูภัณฑ์ (3.84) ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.82) และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.57)

ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสัมพันธ์ระดับมาก เท่ากับ 3.77

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสัมพันธ์ระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.98) มีป้ายบอกราคานบนรรูภัณฑ์ (3.79) และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.54)

ผู้ที่มีอายุ 51 - 60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสัมพันธ์ระดับมาก เท่ากับ 3.65

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสัมพันธ์ระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.88) และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.63)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสัมพันธ์ระดับปานกลาง คือ มีป้ายบอกราคานบนรรูภัณฑ์ (3.44)

ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสัมพันธ์ระดับมาก เท่ากับ 3.50

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสัมพันธ์ระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (4.00) และมีป้ายบอกราคานบนรรูภัณฑ์ (3.75)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสัมพันธ์ระดับปานกลาง คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (2.75)

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้าน การจัด จำหน่าย	อายุ						ค่าเฉลี่ย รวม (การ แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่ตั้ง ของร้าน	3.73 (มาก)	3.89 (มาก)	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)	3.81 (มาก)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)
ความสะอาด ของร้าน	3.64 (มาก)	4.20 (มาก)	4.47 (มาก)	4.33 (มาก)	4.09 (มาก)	4.25 (มาก)	4.28 (มาก)
การจัดวาง สินค้าง่ายต่อ การเลือกซื้อ	3.64 (มาก)	3.71 (มาก)	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)	3.78 (มาก)	3.50 (มาก)	3.82 (มาก)
ความสะดวก ในการซื้อ สินค้า	3.64 (มาก)	3.87 (มาก)	4.19 (มาก)	4.01 (มาก)	3.91 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสนิท ชิดชอบกับผู้ ขาย	2.91 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.97 (ปาน กลาง)
เปิดขาย ตลอด 24 ชั่วโมง	2.73 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.16 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.57 (ปาน กลาง)
มีสถานที่ จอดรถ	3.05 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.60 (มาก)
รวม	3.33 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัด
จำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ สถานที่ตั้งของร้าน(3.73) ความสะอาดของร้าน (3.64) การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.64) และความสะดวกในการซื้อสินค้า (3.64)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีสถานที่จอดรถ (3.05) ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (2.91) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.73)

ผู้ที่มีอายุ 20 - 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปلاميค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.47

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.20) สถานที่ตั้งของร้าน(3.89) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (3.87) และการจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.71)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีสถานที่จอดรถ (3.22) ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (2.78) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.60)

ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปلاميค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.72

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.47) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (4.19) สถานที่ตั้งของร้าน(4.05) การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.97) และมีสถานที่จอดรถ (3.84)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (2.96) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.59)

ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปلاميค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.68

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.33) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (4.01) สถานที่ตั้งของร้าน(3.93) การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.82) และมีสถานที่จอดรถ (3.80)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (3.32) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.57)

ผู้ที่มีอายุ 51 - 60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปلاميค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.48

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.09) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (3.91) สถานที่ตั้งของร้าน(3.81) การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.78) และมีสถานที่จอดรถ (3.75)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (2.84) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.16)

ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปلاميค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.71

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ มีสถานที่จอดรถ (4.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.25) สถานที่ตั้งของร้าน(3.75) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (3.75) และการจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (3.25) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (3.00)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						ค่าเฉลี่ยรวม (การแปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.09 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด	2.77 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	2.95 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้	3.27 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
มีพนักงานแนะนำสินค้า	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.55 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า	2.86 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ	2.86 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
รวม	3.03 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.03

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.36) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.27) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.09) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (2.95) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (2.86) มีโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.86) และมีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (2.77)

ผู้ที่มีอายุ 20 - 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.23

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.40) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.40) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.35) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.29) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.25) มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (2.98) และมีโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.90)

ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.32

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.61) และมีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.48) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.39) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.27) มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (3.01) และมีโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (3.00)

ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.18

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.55)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.43) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.41) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.24) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.07) มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (2.94) และมีโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.63)

ผู้ที่มีอายุ 51 - 60 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.14

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.28) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.22) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.19) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.19) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.06) และมีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (3.00)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับน้อย คือ มีโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.34)

ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 2.64

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (2.75) มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (2.75) มีโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.75) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (2.75) มีพนักงานแนะนำสินค้า (2.50) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (2.50) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (2.50)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความอร่อย / รสชาติ	4.10 (มาก)	4.16 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)	4.79 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)
ความสดใหม่	4.13 (มาก)	4.30 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)	4.79 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)
ความสะอาด	4.32 (มาก)	4.35 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
คุณค่าทางโภชนาการ	3.61 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)	3.85 (มาก)	4.23 (มาก)	4.06 (มาก)
ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ	3.32 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.81 (มาก)	3.70 (มาก)	4.11 (มาก)	3.65 (มาก)
คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)	4.20 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.17 (มาก)
สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี	3.55 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.80 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.59 (มาก)
การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)	3.74 (มาก)	4.06 (มาก)	3.78 (มาก)	4.08 (มาก)	3.88 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	3.13 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์	3.32 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.54 (มาก)	3.76 (มาก)	3.54 (มาก)	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)
ระบุวันที่หมดอายุ	3.87 (มาก)	4.04 (มาก)	4.14 (มาก)	4.36 (มาก)	4.31 (มาก)	4.37 (มาก)	4.21 (มาก)
ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ	3.48 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)	3.65 (มาก)	4.00 (มาก)	3.78 (มาก)
มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)	3.61 (มาก)	3.95 (มาก)	4.05 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)	4.06 (มาก)
มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม)	2.52 (ปานกลาง)	3.07 (มาก)	2.98 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)
สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน (GMP)*	3.26 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)
ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต	3.71 (มาก)	3.68 (มาก)	3.68 (มาก)	3.79 (มาก)	3.78 (มาก)	4.10 (มาก)	3.80 (มาก)
รวม	3.59 (มาก)	3.77 (มาก)	3.85 (มาก)	4.01 (มาก)	3.83 (มาก)	4.16 (มาก)	3.90 (มาก)

*หมายเหตุ GMP (Good Manufacturing Practice) คือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมากเท่ากับ 3.59

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาด (4.32) ความสดใหม่ (4.13) ความอร่อย / รสชาติ (4.10) ระยะเวลาที่หมดอายุ (3.87) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (3.81) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.71) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.71) คุณค่าทางโภชนาการ (3.61) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.61) และสินค้ามีเพียงพอับความต้องการตลอดทั้งปี (3.55)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.48) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.32) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.32) สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP (3.26) บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.13) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (2.52)

ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.77

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาด (4.35) ความสดใหม่ (4.30) ความอร่อย / รสชาติ (4.16) คุณค่าทางโภชนาการ (4.10) ระยะเวลาที่หมดอายุ (4.04) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.95) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (3.94) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.76) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.71) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.68) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.67) และสถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP (3.61)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ สินค้ามีเพียงพอับความต้องการตลอดทั้งปี (3.48) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.26) บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.19) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (3.07)

ผู้มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.85

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความสดใหม่ (4.57) ความอร่อย / รสชาติ (4.51) และความสะอาด (4.51)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ระยะเวลาที่หมดอายุ (4.14) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (4.11) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.05) คุณค่าทางโภชนาการ (4.00) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.91) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.74) ความเชื่อมั่น

ในบริษัทผู้ผลิต (3.68) สถานที่ผลิตได้มาตรฐานGMP (3.57) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.57) นำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.54) และสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.52)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.26) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (2.98)

ผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 4.01

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความสะอาด (4.66) ความสดใหม่ (4.61) และความอร่อย / รสชาติ (4.51)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ระบุวันที่หมดอายุ (4.36) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (4.29) คุณค่าทางโภชนาการ (4.23) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.20) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (4.06) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.81) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.80) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.79) นำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.76) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.73) สถานที่ผลิตได้มาตรฐานGMP (3.69) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.59)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (3.04)

ผู้มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.83

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความสะอาด (4.52)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสดใหม่ (4.48) ความอร่อย / รสชาติ (4.41) ระบุวันที่หมดอายุ (4.31) คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (4.20) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.00) คุณค่าทางโภชนาการ (3.85) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.78) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.78) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.70) สถานที่ผลิตได้มาตรฐานGMP (3.69) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.65) และนำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.54)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.37) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.30) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (2.78)

ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 4.16

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความอร่อย/รสชาติ (4.79) ความสดใหม่ (4.79) ความสะอาด (4.76) และคุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสม่ำเสมอ (4.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ระยะเวลาที่หมดอายุ (4.37) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.26) คุณค่าทางโภชนาการ (4.23) ชื่อเสียงของตราสินค้าหรือยี่ห้อ (4.11) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (4.10) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (4.08) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (4.00) สถานที่ผลิตได้มาตรฐานGMP (3.98) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.90) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.79) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.68)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (3.27)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้าน ราคา	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาสินค้า ต่อกิโลกรัม	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)	3.94 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.92 (มาก)	3.83 (มาก)
มีป้ายบอก ราคารับ บรรจุภัณฑ์	3.87 (มาก)	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อ ซื้อใน ปริมาณมาก	3.23 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.51 (มาก)
รวม	3.58 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.64 (มาก)	3.77 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.58 ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีป้ายบอกราคารับบรรจุภัณฑ์ (3.87) และราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.65)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.23)

ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.64

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.77) และมีป้ายบอกราคารับบรรจุภัณฑ์ (3.69)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.45)

ผู้มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.79

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.94) มีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.75) และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.68)

ผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.71

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.83) และมีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.83)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.49)

ผู้มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.64

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.80) และมีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.76)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.37)

ผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.77

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.92) มีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.75) และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.64)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ย รวม (แปล ผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่ตั้งของ ร้าน	3.71 (มาก)	3.74 (มาก)	3.98 (มาก)	4.01 (มาก)	3.94 (มาก)	4.13 (มาก)	3.94 (มาก)
ความสะอาด ของร้าน	3.97 (มาก)	4.08 (มาก)	4.32 (มาก)	4.34 (มาก)	4.39 (มาก)	4.46 (มาก)	4.28 (มาก)
การจัดวางสินค้า ง่ายต่อการ เลือกซื้อ	3.65 (มาก)	3.73 (มาก)	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)	3.74 (มาก)	3.93 (มาก)	3.82 (มาก)
ความสะดวก ในการซื้อ สินค้า	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)	4.09 (มาก)	4.04 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)
ความสัมพันธ์ กับผู้ขาย	2.39 (น้อย)	2.98 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.97 (ปาน กลาง)
เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง	2.58 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.42 (น้อย)	2.57 (ปาน กลาง)
มีสถานที่จอด รถ	2.87 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	4.07 (มาก)	3.60 (มาก)
รวม	3.28 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.71 (มาก)	3.57 (มาก)	3.78 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้มีรายได้อต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.28

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (3.97) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (3.81) สถานที่ตั้งของร้าน (3.71) และการจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.65)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีสถานที่จอดรถ (2.87) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.58)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับน้อย คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ขาย (2.39)

ผู้มีรายได้อต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.46

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.08) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (3.80) สถานที่ตั้งของร้าน (3.74) และการจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.73)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีสถานที่จอดรถ (3.13) ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ขาย (2.98) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.76)

ผู้มีรายได้อต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.60

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.32) สถานที่ตั้งของร้าน (3.98) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (3.97) การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.80) และมีสถานที่จอดรถ (3.55)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ขาย (3.00) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.55)

ผู้มีรายได้น้อยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.71

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.34) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (4.09) สถานที่ตั้งของร้าน (4.01) การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.97) และมีสถานที่จอดรถ (3.90)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (3.00) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.64)

ผู้มีรายได้น้อยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.57

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.39) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (4.04) สถานที่ตั้งของร้าน (3.94) มีสถานที่จอดรถ (3.76) และการจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.74)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (2.74)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับน้อย คือ เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.35)

ผู้มีรายได้น้อยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.78

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.46) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (4.21) สถานที่ตั้งของร้าน (4.13) มีสถานที่จอดรถ (4.07) และการจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.93)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (3.26) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.42)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	น้อยกว่า 5,000 บาท	5,000 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.42 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด	2.81 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.10 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้	3.52 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
มีพนักงานแนะนำสินค้า	3.32 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า	2.97 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ	2.97 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
รวม	3.16 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.16

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.52)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.42) มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.32) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.10) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (2.97) มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.97) และมีการระดมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (2.81)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.21

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.39) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.35) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.30) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.29) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.26) มีการระดมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (3.01) และมีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.86)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.22

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.38) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.34) มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.28) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.22) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.20) มีการระดมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (3.09) และมีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (3.05)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.24

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.59)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.46) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.39) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.21)

มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.20) มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.96) และมีการระดมยอดเพื่อ แลกสินค้าหรือส่วนลด (2.90)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.13

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.52)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.43) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.35) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.06) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.00) มีการระดมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (2.91) และมีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.67)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.28

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.70) และมีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.57)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.43) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.39) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.32) มีการระดมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (3.00) และมีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.57)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	บริโภคเอง	นำไปขายในสภาพ เดิม	นำไปขายโดยการ นำไปปรุงเป็น อาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความอร่อย / รสชาติ	4.34 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)
ความสดใหม่	4.43 (มาก)	4.81 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
ความสะอาด	4.49 (มาก)	4.81 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)
คุณค่าทางโภชนาการ	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)
ชื่อเสียงของตราสินค้า หรือยี่ห้อ	3.53 (มาก)	4.25 (มาก)	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)
คุณภาพสินค้าได้มาตรฐาน สม่ำเสมอ	4.09 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.21 (มาก)	4.28 (มาก)
สินค้ามีเพียงพอกับความ ต้องการตลอดทั้งปี	3.40 (ปานกลาง)	4.29 (มาก)	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)
การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย	3.85 (มาก)	4.27 (มาก)	3.57 (มาก)	3.90 (มาก)
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	3.25 (ปานกลาง)	4.17 (มาก)	3.50 (มาก)	3.64 (มาก)
น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุ ภัณฑ์	3.47 (ปานกลาง)	4.44 (มาก)	4.02 (มาก)	3.98 (มาก)
ระบุวันที่หมดอายุ	4.21 (มาก)	4.42 (มาก)	3.86 (มาก)	4.16 (มาก)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ลูกชิ้นปลาจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	บริโภคเอง	นำไปขายในสภาพ เดิม	นำไปขายโดยการ นำไปปรุงเป็น อาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ	3.87 (มาก)	3.73 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
มีเลขทะเบียนอาหารและ ยา (อ.ย.)	4.01 (มาก)	4.42 (มาก)	3.88 (มาก)	4.10 (มาก)
มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม)	2.74 (ปานกลาง)	4.08 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน (GMP)*	3.56 (มาก)	4.31 (มาก)	3.67 (มาก)	3.85 (มาก)
ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ ผลิต	3.70 (มาก)	4.31 (มาก)	3.83 (มาก)	3.95 (มาก)
รวม	3.81 (มาก)	4.35 (มาก)	3.92 (มาก)	3.90 (มาก)

*หมายเหตุ GMP (Good Manufacturing Practice) คือ หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ที่ซื้อไปเพื่อบริโภคเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.81

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาด (4.49) ความสดใหม่ (4.43) ความอร่อย / รสชาติ (4.34) ระยะเวลาที่หมดอายุ (4.21) คุณภาพสินค้าสม่ำเสมอ (4.09) คุณค่าทางโภชนาการ (4.07) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.01) ระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.87) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.85) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.70) สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP (3.56) และชื่อเสียงและตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.53)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ผู้นำนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (3.47) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.40) บรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.25) และมีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (2.74)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายในสภาพเดิม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 4.35

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความสดใหม่ (4.81) ความสะอาด (4.81) ความอร่อย / รสชาติ (4.73) และคุณภาพสินค้าสม่ำเสมอ (4.54)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ผู้นำนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (4.44) ระยะเวลาที่หมดอายุ (4.42) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.42) สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน GMP (4.31) ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (4.31) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (4.29) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (4.27) ชื่อเสียงและตราสินค้าหรือยี่ห้อ (4.25) คุณค่าทางโภชนาการ (4.17) บรรจุภัณฑ์สวยงาม (4.17) มีเครื่องหมายฮาลาล (มาตรฐานอาหารอิสลาม) (4.08) และระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.73)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ
3.92

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความอร่อย / รสชาติ
(4.71) ความสดใหม่ (4.69) และความสะอาด (4.55)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ คุณภาพสินค้าสม่ำเสมอ
(4.21) น้ำหนักต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ (4.02) สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการตลอดทั้งปี (3.93)
คุณค่าทางโภชนาการ (3.88) มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.88) ระบุวันที่หมดอายุ (3.86)
ความเชื่อมั่นในบริษัทผู้ผลิต (3.83) ชื่อเสียงและตราสินค้าหรือยี่ห้อ (3.67) สถานที่ผลิตได้มาตรฐาน
GMP (3.67) การบรรจุหีบห่อเรียบร้อย (3.57) และบรรจุภัณฑ์สวยงาม (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีเครื่องหมายฮาลาล
(มาตรฐานอาหารอิสลาม) (3.48) และระบุส่วนผสมของวัตถุดิบ (3.24)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ปัจจัยด้านราคา	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	บริโภครอง	นำไปขายในสภาพ เดิม	นำไปขายโดยการนำ ไปปรุงเป็นอาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม	3.66 (มาก)	4.41 (มาก)	4.24 (มาก)	4.10 (มาก)
มีป้ายบอกราคาราคาบน บรรจุภัณฑ์	3.76 (มาก)	3.85 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)
มีส่วนลดเมื่อซื้อใน ปริมาณมาก	3.24 (ปานกลาง)	4.29 (มาก)	4.29 (มาก)	3.94 (มาก)
รวม	3.55 (มาก)	4.18 (มาก)	4.06 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ที่ซื้อไปเพื่อบริโภครอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.55

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.76) และราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (3.66)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (3.24)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายในสภาพเดิม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 4.18

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (4.41) มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (4.29) และมีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.85)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 4.06

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก (4.29) ราคาสินค้าต่อกิโลกรัม (4.24) และมีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.67)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ลูกชิ้นปลาจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	บริโภคเอง	นำไปขายในสภาพเดิม	นำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่ตั้งของร้าน	3.85 (มาก)	4.34 (มาก)	3.95 (มาก)	4.05 (มาก)
ความสะอาดของร้าน	4.27 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.02 (มาก)	4.28 (มาก)
การจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ	3.74 (มาก)	4.10 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)
ความสะดวกในการซื้อสินค้า	3.91 (มาก)	4.36 (มาก)	4.14 (มาก)	4.14 (มาก)
ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย	2.79 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง	2.62 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.47 (น้อย)
มีสถานที่จอดรถ	3.37 (ปานกลาง)	4.42 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
รวม	3.51 (มาก)	3.98 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ที่ซื้อไปเพื่อบริโภคเอง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.51 ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะอาดของร้าน (4.27) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (3.91) สถานที่ตั้งของร้าน (3.85) และการจัดวางสินค้าง่ายต่อการเลือกซื้อ (3.74)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีสถานที่จอดรถ (3.37) ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ชาย (2.79) และเปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.62)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายในสภาพเดิม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.98

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดของร้าน (4.56)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีสถานที่จอดรถ (4.42) ความสะดวกในการซื้อสินค้า (4.36) สถานที่ตั้งของร้าน (4.34) การจัดวางสินค้าต่อการเลือกซื้อ (4.10) และความสนิทชิดเชื้อกับผู้ขาย (3.63)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับน้อย คือ เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.44)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับมาก เท่ากับ 3.67

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ ความสะดวกในการซื้อสินค้า (4.14) ความสะอาดของร้าน (4.02) มีสถานที่จอดรถ (4.00) สถานที่ตั้งของร้าน (3.95) และการจัดวางสินค้าต่อการเลือกซื้อ (3.95)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ ความสนิทชิดเชื้อกับผู้ขาย (3.29)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับน้อย คือ เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง (2.36)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	บริโภคเอง	นำไปขายในสภาพเดิม	นำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด	2.87 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
มีการแจกสินค้าตัวอย่าง	3.06 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)
มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้	3.31 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
มีพนักงานแนะนำสินค้า	3.30 (ปานกลาง)	4.24 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)
มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า	3.20 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)	3.45 (มาก)	3.54 (มาก)
มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ	3.03 (ปานกลาง)	2.07 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.51 (ปานกลาง)
รวม	3.15 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ที่ซื้อเพื่อนำไปบริโภค ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลางเท่ากับ 3.15

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.31) มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.30) มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.29) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.20) มีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.06) มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (3.03) และมีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (2.87)

ผู้ที่ซื้อเพื่อนำไปขายในสภาพเดิม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.48

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (4.24) มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.98) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.83) และมีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.78)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.24) และมีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (3.22)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับน้อย คือ มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.07)

ผู้ที่ซื้อเพื่อนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในความสำคัญระดับปานกลาง เท่ากับ 3.32

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับมาก คือ มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.76) และมีการแจกสินค้าตัวอย่าง (3.67)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับปานกลาง คือ มีเอกสารแนะนำรูปแบบสินค้า (3.45) มีการสาธิตอาหารที่นำลูกชิ้นปลาไปปรุงได้ (3.40) มีการสะสมยอดเพื่อแลกสินค้าหรือส่วนลด (3.33) และมีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี (3.21)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในความสำคัญระดับน้อย คือ มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่าง ๆ (2.43)

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการซื้อลูกชิ้นปลาจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)
สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	3.89 (มาก)
วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)
ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษา ระหว่างเดินทาง	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)
สินค้าด้อยคุณภาพ	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)
คุณภาพสินค้าไม่คงที่	3.92 (มาก)	3.72 (มาก)	3.80 (มาก)
สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล	3.18 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราซื้อ	3.01 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์	3.24 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามเพศ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มี มากเกินไป	2.62 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
ไม่ระบุวันที่หมดอายุ	3.74 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)
ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้ เกิดความไม่มั่นใจ	3.36 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.48 (มาก)
ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)	3.64 (มาก)	3.72 (มาก)	3.69 (มาก)
สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)	3.58 (มาก)
รวม	3.55 (มาก)	3.54 (มาก)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่า เพศชายประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.55

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.95) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.92) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (3.89) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.88) สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.86) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่ายต้องควบคุมอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็งทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.79) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.74) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.64) และสินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.64) ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.36) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.24) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือ

บางเทศกาล (3.18) ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราี่ห้อ (3.01) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.62)

เพศหญิงประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.54

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ วิดกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.96) สินค้าไม่สดใหม่ เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.91) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่ายต้องควบคุมอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็งทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.84) ความอร่อย /รสชาติไม่คงที่ (3.82) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.75) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.73) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.72) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.72) ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.55) และสินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.54)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราี่ห้อ (3.17) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.14) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.01) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.75)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านราคา	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์	3.66 (มาก)	3.54 (มาก)	3.59 (มาก)
ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา	3.47 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
รวม	3.57 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่า เพศชายประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.57

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.66)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.47)

เพศหญิงประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.45

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.54)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.36)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ	3.47 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ	3.29 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ	3.24 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่ง ไปมาไม่สะดวก	3.54 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ไม่มีสถานที่จอดรถ	3.61 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
รวม	3.43 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่า เพศชายประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหปานกลาง เท่ากับ 3.43

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.61) และร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.54)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหปานกลาง คือ ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.47) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.29) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.24)

เพศหญิงประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหปานกลาง เท่ากับ 3.32

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหปานกลาง คือ ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.44) ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.42) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.42) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.25) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.06)

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม	3.14 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ไม่มีส่วนลด	3.14 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ไม่มีสินค้าตัวอย่าง	3.24 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ไม่มีของแถม	3.17 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า	3.44 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า	3.40 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	2.77 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
รวม	3.19 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่า เพศชายประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.19

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.44) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.40) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.24) ไม่มีของแถม (3.17) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.14) ไม่มีส่วนลด (3.14) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.77)

เพศหญิงประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.18

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.30) ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.29) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.24) ไม่มีส่วนลด (3.23) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.21) ไม่มีของแถม (3.09) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.93)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						ค่าเฉลี่ย รวม (แปล ผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 -40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความอร่อย / รสชาติ ไม่คงที่	3.36 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	3.94 (มาก)	3.25 (ปาน กลาง)	3.84 (มาก)
สินค้าไม่สดใหม่เนื่อง จากการเก็บรักษาไม่ดี ของร้านค้า	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)	4.01 (มาก)	4.12 (มาก)	3.88 (มาก)	3.25 (ปาน กลาง)	3.89 (มาก)
วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลา อาจจะมีสารพิษหรือ สารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษ จากปลาปักเป้า	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)	4.15 (มาก)	4.15 (มาก)	3.88 (มาก)	3.75 (มาก)	3.96 (มาก)
ลูกชิ้นปลาเป็นอาหาร สดที่เน่าเสียง่าย ต้อง รักษาอุณหภูมิให้เย็น ด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่ สะดวกในการเก็บ รักษาระหว่างเดินทาง	3.23 (ปาน กลาง)	3.73 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.72 (มาก)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)
สินค้าด้อยคุณภาพ	3.23 (ปาน กลาง)	3.56 (มาก)	4.02 (มาก)	3.94 (มาก)	3.84 (มาก)	3.25 (ปาน กลาง)	3.80 (มาก)
คุณภาพสินค้าไม่คงที่	3.45 (ปาน กลาง)	3.60 (มาก)	3.94 (มาก)	3.99 (มาก)	3.66 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						ค่าเฉลี่ย รวม (แปล ผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 -40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้าขาดตลาดใน บางฤดูกาลหรือบาง เทศกาล	2.95 (ปาน กลาง)	2.89 (ปาน กลาง)	3.07 (ปาน กลาง)	3.38 (ปาน กลาง)	3.09 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)	3.07 (ปาน กลาง)
ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูก ชิ้นปลาแต่ละตราขี้อู	3.36 (ปาน กลาง)	3.26 (ปาน กลาง)	3.18 (ปาน กลาง)	3.01 (ปาน กลาง)	2.34 (น้อย)	3.25 (ปาน กลาง)	3.11 (ปาน กลาง)
น้ำหนักสินค้าไม่ตรง กับที่ระบุบนบรรจุ ภัณฑ์	2.95 (ปาน กลาง)	3.10 (ปาน กลาง)	3.21 (ปาน กลาง)	3.26 (ปาน กลาง)	3.22 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.18 (ปาน กลาง)
ปริมาณสินค้าต่อหน่วย บรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป	2.82 (ปาน กลาง)	2.78 (ปาน กลาง)	2.76 (ปาน กลาง)	2.63 (ปาน กลาง)	2.19 (น้อย)	3.00 (ปาน กลาง)	2.70 (ปาน กลาง)
ไม่ระบุน้ำหนักต่ออายุ	3.32 (ปาน กลาง)	3.57 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.00 (ปาน กลาง)	3.73 (มาก)
ไม่รู้ส่วนผสมของลูก ชิ้นปลาทำให้เกิดความ ไม่มั่นใจ	3.23 (ปาน กลาง)	3.48 (ปาน กลาง)	3.59 (มาก)	3.49 (ปาน กลาง)	3.13 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.48 (ปาน กลาง)
ไม่มีเลขทะเบียน อาหารและยา (อ.ย.)	3.27 (ปาน กลาง)	3.52 (มาก)	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)	3.59 (มาก)	3.25 (ปาน กลาง)	3.69 (มาก)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						ค่าเฉลี่ย รวม (แปล ผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 -40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้าไม่บอกแหล่ง ผลิต	3.18 (ปาน กลาง)	3.32 (ปาน กลาง)	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)	3.25 (ปาน กลาง)	3.58 (มาก)
รวม	3.18 (ปาน กลาง)	3.32 (มาก)	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)	3.44 (ปาน กลาง)	3.25 (ปาน กลาง)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อ
ลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.18

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการ
เก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.50) และวิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่
เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ คุณภาพสินค้าไม่คงที่
(3.45) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (3.36) ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหือ (3.36) ไม่
ระบุวันที่หมดอายุ (3.32) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.27) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่
นำเข้าง่ายต้องควบคุมอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็งทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง
(3.23) ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.23) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.23)
สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.18) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (2.95) สินค้าขาด
ตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (2.95) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป
(2.82)

ผู้ที่มีอายุ 20 – 30 ปี ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่
ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.32

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมี
สารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.73) ลูกชิ้นปลาเป็น

อาหารสดที่เน่าเสียง่ายต้องควบคุมอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็งทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษา ระหว่างเดินทาง (3.73) สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.70) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (3.65) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.60) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.57) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.56) และไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.52)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ 'ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.48) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.32) 'ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหื้อ (3.26) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.10) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (2.89) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.78)

ผู้ที่มีอายุ 31 – 40 ปี ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.80

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (4.15) สินค้าด้อยคุณภาพ (4.02) สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (4.01) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่ายต้องควบคุมอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็งทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษา ระหว่างเดินทาง (4.00) ความอร่อย / รสชาติ (3.95) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.94) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.85) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.82) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.80) และไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.59)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.21) 'ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหื้อ (3.18) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.07) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.76)

ผู้ที่มีอายุ 41 – 50 ปี ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.76

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (4.15) สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (4.12) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (4.07) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.99) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.94) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.89) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.88) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่ายต้องควบคุมอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็งทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษา ระหว่างเดินทาง (3.87) และสินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.76)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ 'ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.49) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.38) น้ำหนัก

สินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.26) ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหื้อ (3.01) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.63)

ผู้ที่มีอายุ 51 – 60 ปี ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.44

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (3.94) สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.88) วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.88) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.84) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.84) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่ายต้องควบคุมอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็งทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.72) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.66) และไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.59)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.44) น้ำหนักของสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์ (3.22) ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.13) และสินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.09)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาน้อย คือ ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหื้อ (2.34) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.19)

ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.25

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.75) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่ายต้องควบคุมอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็งทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษา ระหว่างเดินทาง (3.75) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.75) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.50) และไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (3.25) สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.25) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.25) ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหื้อ (3.25) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.25) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.25) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.00) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (3.00)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านราคา	อายุ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 -40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์	3.50 (มาก)	3.52 (มาก)	3.63 (มาก)	3.67 (มาก)	3.50 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา	3.18 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
รวม	3.34 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.55 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.34

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.18)

ผู้ที่มีอายุ 20 – 30 ปี ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.44

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.52)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.35)

ผู้ที่มีอายุ 31 – 40 ปี ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.57

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาน
บรรจุกัณฑ์ (3.63) และราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.51)

ผู้ที่มีอายุ 41 – 50 ปี ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ใน
ระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.55

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาน
บรรจุกัณฑ์ (3.67)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับ
ป้ายบอกราคา (3.43)

ผู้ที่มีอายุ 51 – 60 ปี ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ใน
ระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.38

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาน
บรรจุกัณฑ์ (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับ
ป้ายบอกราคา (3.25)

ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่
ในระดับของปัญหาน้อย เท่ากับ 3.13

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีป้ายบอกราคาน
บรรจุกัณฑ์ (3.25) และราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.00)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 -40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ	3.14 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ	3.23 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ	3.05 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่ง ไปมาไม่สะดวก	3.09 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.61 (มาก)	3.53 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
ไม่มีสถานที่จอดรถ	3.36 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
รวม	3.17 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.17

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสถานที่จอดรถ

(3.36) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.23) ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ

(3.14) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.09) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.05)

ผู้ที่มีอายุ 20 – 30 ปี ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.25

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.39) ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.35) ไม่มีสถานที่

จอตรด (3.25) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.17) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.10)

ผู้ที่มีอายุ 31 – 40 ปี ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.43

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.54)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสถานที่จอตรด (3.57) ร้านค้าอยู่ในย่านจรรยาจรรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.51) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.40) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.12)

ผู้ที่มีอายุ 41 – 50 ปี ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.45

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีสถานที่จอตรด (3.76) และร้านค้าอยู่ในย่านจรรยาจรรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.61)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.49) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.20) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.20)

ผู้ที่มีอายุ 51 – 60 ปี ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.43

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีสถานที่จอตรด (3.69) และร้านค้าอยู่ในย่านจรรยาจรรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.53)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.47) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.31) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.16)

ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 2.90

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ร้านค้าอยู่ในย่านจรรยาจรรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.25) ไม่มีสถานที่จอตรด (3.25) ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (2.75) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (2.75) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (2.50)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	20 – 30 ปี	31 -40 ปี	41 – 50 ปี	51 – 60 ปี	มากกว่า 60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม	3.32 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ไม่มีส่วนลด	3.27 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	3.19 (ปานกลาง)
ไม่มีสินค้าตัวอย่าง	3.23 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ไม่มีของแถม	3.50 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	3.12 (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า	3.64 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	3.35 (ปานกลาง)
ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า	3.55 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.27 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.87 (ปานกลาง)
รวม	3.40 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)	3.18 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.40

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.64) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.55) และไม่มีของแถม (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.32) ไม่มีส่วนลด (3.27) ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (3.27) และไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.23)

ผู้ที่มีอายุ 20 - 30 ปี ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.19

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.29) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.25) ไม่มีส่วนลด (3.24) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.21) ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.20) ไม่มีของแถม (3.14) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (3.02)

ผู้ที่มีอายุ 31 - 40 ปี ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.16

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.32) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.27) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.26) ไม่มีส่วนลด (3.18) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.18) ไม่มีของแถม (3.03) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.89)

ผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปี ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.19

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.60) และไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.56)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.27) ไม่มีส่วนลด (3.12) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.09) ไม่มีของแถม (3.05) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.63)

ผู้ที่มีอายุ 51 - 60 ปี ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.18

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีของแถม (3.44) ไม่มีส่วนลด (3.31) ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.31) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.25) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.19) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.13) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.66)

ผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้น
ปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาน้อย เท่ากับ 2.39

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่าง
(2.75) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (2.75) และไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (2.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาน้อย คือ ไม่มีส่วนลด (2.25) ไม่มีของ
แถม (2.25) ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (2.25) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ย รวม (แปล ผล)
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความอร่อย / รสชาติ ไม่คงที่	3.42 (ปาน กลาง)	3.58 (มาก)	3.72 (มาก)	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	4.21 (มาก)	3.84 (มาก)
สินค้าไม่สดใหม่เนื่อง จากการเก็บรักษาไม่ดี ของร้านค้า	3.32 (ปาน กลาง)	3.65 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.23 (มาก)	3.89 (มาก)
วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลา อาจจะมีสารพิษหรือ สารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษ จากปลาปักเป้า	3.48 (ปาน กลาง)	3.57 (มาก)	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)	4.21 (มาก)	3.96 (มาก)
ลูกชิ้นปลาเป็นอาหาร สดที่เน่าเสียง่าย ต้อง รักษาอุณหภูมิให้เย็น ด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่ สะดวกในการเก็บ รักษาระหว่างเดินทาง	3.29 (ปาน กลาง)	3.73 (มาก)	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)	3.82 (มาก)
สินค้าด้อยคุณภาพ	3.23 (ปาน กลาง)	3.36 (ปาน กลาง)	3.75 (มาก)	4.14 (มาก)	3.96 (มาก)	4.13 (มาก)	3.80 (มาก)
คุณภาพสินค้าไม่คงที่	3.35 (ปาน กลาง)	3.46 (ปาน กลาง)	3.75 (มาก)	3.94 (มาก)	4.02 (มาก)	4.11 (มาก)	3.80 (มาก)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ย รวม (แปล ผล)
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้าขาดตลาดในบาง ฤดูกาลหรือบางเทศ กาล	2.74 (ปาน กลาง)	2.81 (ปาน กลาง)	3.11 (ปาน กลาง)	3.07 (ปาน กลาง)	3.09 (ปาน กลาง)	3.44 (ปาน กลาง)	3.07 (ปาน กลาง)
ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูก ชิ้นปลาแต่ละตราขี้อู	3.10 (ปาน กลาง)	3.25 (ปาน กลาง)	3.31 (ปาน กลาง)	3.24 (ปาน กลาง)	2.81 (ปาน กลาง)	2.89 (ปาน กลาง)	3.11 (ปาน กลาง)
น้ำหนักสินค้าไม่ตรง กับที่ระบุบนบรรจุ ภัณฑ์	3.03 (ปาน กลาง)	3.04 (ปาน กลาง)	3.17 (ปาน กลาง)	3.31 (ปาน กลาง)	3.33 (ปาน กลาง)	3.17 (ปาน กลาง)	3.18 (ปาน กลาง)
ปริมาณสินค้าต่อหน่วย บรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป	2.87 (ปาน กลาง)	2.71 (ปาน กลาง)	2.83 (ปาน กลาง)	2.91 (ปาน กลาง)	2.61 (ปาน กลาง)	2.42 (น้อย)	2.70 (ปาน กลาง)
ไม่ระบุนวันที่หมดอายุ	3.10 (ปาน กลาง)	3.56 (มาก)	3.46 (ปาน กลาง)	4.04 (มาก)	4.02 (มาก)	3.93 (มาก)	3.73 (มาก)
ไม่รู้ส่วนผสมของลูก ชิ้นปลาทำให้เกิดความ ไม่มั่นใจ	3.19 (ปาน กลาง)	3.43 (ปาน กลาง)	3.37 (ปาน กลาง)	3.71 (มาก)	3.54 (มาก)	3.49 (ปาน กลาง)	3.48 (ปาน กลาง)
ไม่มีเลขทะเบียน อาหารและยา (อ.ย.)	3.23 (ปาน กลาง)	3.41 (ปาน กลาง)	3.51 (มาก)	4.03 (มาก)	3.81 (มาก)	3.95 (มาก)	3.69 (มาก)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ย รวม (แปล ผล)
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้าไม่บอกแหล่ง ผลิต	3.19 (ปาน กลาง)	3.24 (ปาน กลาง)	3.31 (ปาน กลาง)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.58 (มาก)
รวม	3.18 (ปาน กลาง)	3.34 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.72 (มาก)	3.66 (มาก)	3.73 (มาก)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.18

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.48) ความอร่อย / รสชาติ (3.42) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.35) สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.32) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.29) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.23) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.23) ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.19) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.19) ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหือ (3.10) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.10) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.03) ปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.87) และสินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (2.74)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.34

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.73) สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.65) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่

(3.58) วิตกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.57) และไม่ระบุนวันที่หมดอายุ (3.56)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหাপานกลาง คือ คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.46) ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.43) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.41) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.36) ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหือ (3.25) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.24) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.04) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (2.81) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.71)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.50

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ วิตกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (4.02) สินค้าไม่สดใหม่ เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.86) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.78) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.75) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.75) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (3.72) และไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.51)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหাপานกลาง คือ ไม่ระบุนวันที่หมดอายุ (3.46) ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.37) ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหือ (3.31) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.31) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.17) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.11) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.83)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ประสบปัญหาผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.72

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ วิตกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (4.17) สินค้าด้อยคุณภาพ (4.14) ไม่ระบุนวันที่หมดอายุ (4.04) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.03) สินค้าไม่สดใหม่ เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (4.00) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.94) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (3.89) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.81) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.77) และไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.71)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.31) ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราี่ห้อ (3.24) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.07) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.91)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.66

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (4.19) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (4.06) สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (4.04) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (4.02) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (4.02) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.96) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.93) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.81) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.80) และไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.54)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.33) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.09) ไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราี่ห้อ (2.81) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (3.61)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.73

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (4.23) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (4.21) วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (4.21) สินค้าด้อยคุณภาพ (4.13) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (4.11) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (4.08) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (4.00) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.95) และไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.93)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.49) สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.44) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.17) และไม่รู้ข้อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราี่ห้อ (2.89)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาน้อย คือ ปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.42)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านราคา	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีป้ายบอกราคابนบรรจุภัณฑ์	3.52 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)	3.59 (มาก)
ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา	3.13 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
รวม	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.66 (มาก)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.33

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคابนบรรจุภัณฑ์ (3.52)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.13)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.33

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีป้ายบอกราคابนบรรจุภัณฑ์ (3.43) และราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.22)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.48

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีป้ายบอกราคابน
บรรจุกัณฑ์ (3.49) และราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.46)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลา
มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.60

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคابน
บรรจุกัณฑ์ (3.70) และราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.50)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลา
มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.66

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคابน
บรรจุกัณฑ์ (3.74) และราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.57)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลา
มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.57

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคابน
บรรจุกัณฑ์ (3.67)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับ
ป้ายบอกราคา (3.46)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ	3.10 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ	2.90 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ	2.84 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่ง ไปมาไม่สะดวก	3.06 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.86 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
ไม่มีสถานที่จอดรถ	3.10 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	3.50 (มาก)
รวม	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.00

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.10) ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.10) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.06) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (2.90) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (2.84)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.15

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.30) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.24) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.16) ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.09) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (2.97)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.19

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.38) ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.23) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.22) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.09) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.05)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.47

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.74) ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.57) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.47) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.46) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.09)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.58

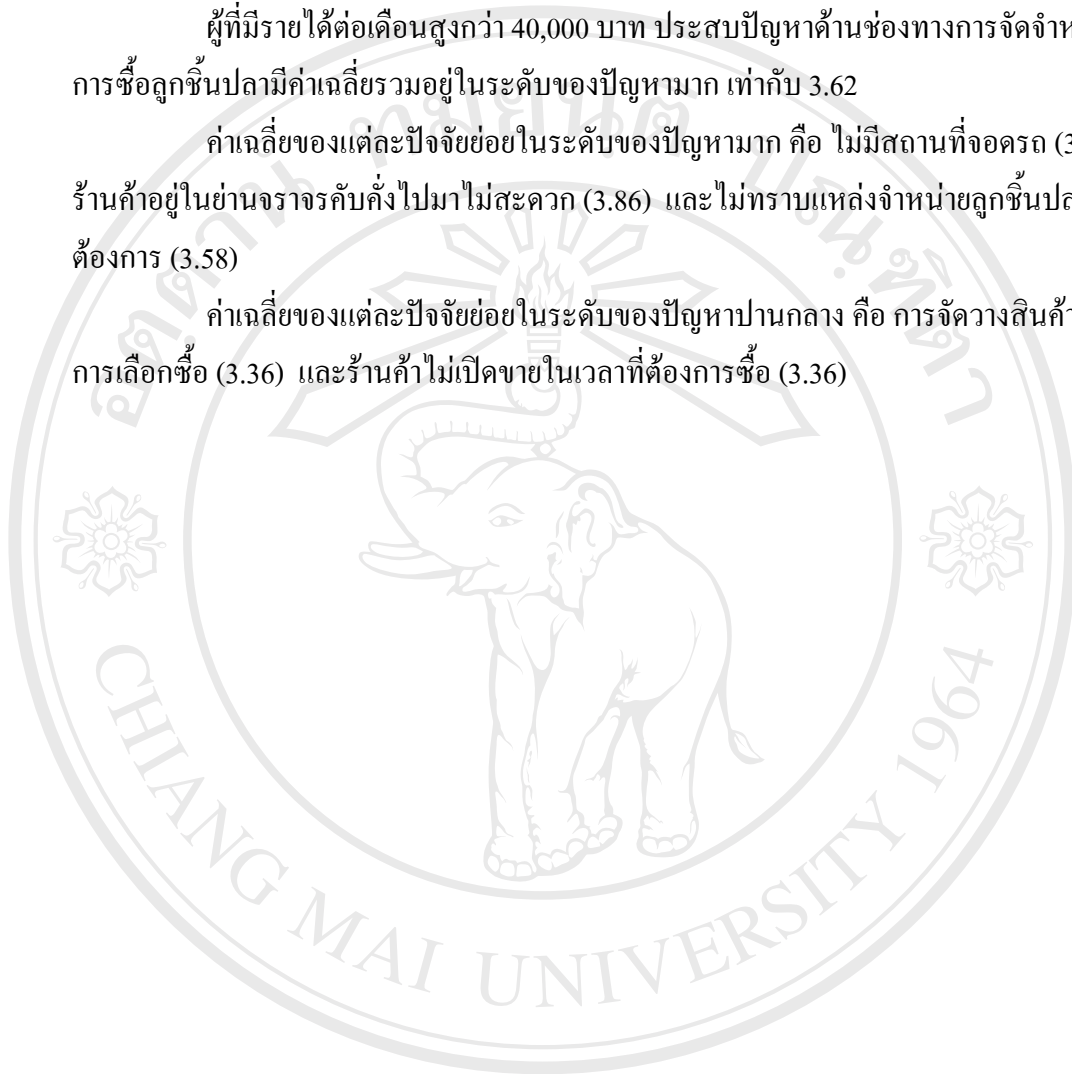
ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.81) ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.78) และไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.52)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.46) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.33)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 40,000 บาท ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.62

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.95) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก (3.86) และไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.58)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.36) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.36)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม	3.26 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ไม่มีส่วนลด	3.03 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ไม่มีสินค้าตัวอย่าง	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ไม่มีของแถม	2.97 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า	3.03 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	2.97 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
รวม	3.04 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.04

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.26) ไม่มีส่วนลด (3.03) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.03) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.00) ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.00) ไม่มีของแถม (2.97) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.97)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.28

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.41) ไม่มีส่วนลด (3.32) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.29) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.28) ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.26) ไม่มีของแถม (3.25) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (3.11)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.18

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีส่วนลด (3.26) ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.20) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.20) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.18) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.17) ไม่มีของแถม (3.14) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (3.11)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.11

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.41) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.26) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.09) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.07) ไม่มีส่วนลด (3.04) ไม่มีของแถม (2.96) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.94)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.05

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.30) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.28) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.22) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.06) ไม่มีส่วนลด (3.04) และไม่มีของแถม (3.04)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาน้อย คือ ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.44)

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.28

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.67) และไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.61)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.35) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.30) ไม่มีส่วนลด (3.27) ไม่มีของแถม (3.19) และไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.60)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	บริโภคเอง	นำไปขายใน สภาพเดิม	นำไปขายโดยการ นำไปปรุงเป็น อาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่	3.67 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.05 (มาก)	3.84 (มาก)
สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการ เก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า	3.76 (มาก)	4.43 (มาก)	4.07 (มาก)	3.89 (มาก)
วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมี สารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลา ปักเป้า	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)	3.69 (มาก)	3.96 (มาก)
ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่นำ เสิร์ฟง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็น ด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกใน การเก็บรักษาระหว่างเดินทาง	3.74 (มาก)	4.21 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)
สินค้าด้อยคุณภาพ	3.66 (มาก)	4.36 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)
คุณภาพสินค้าไม่คงที่	3.68 (มาก)	4.38 (มาก)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)
สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาล หรือบางเทศกาล	2.88 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูกชิ้นปลา แต่ละตราห่อ	3.33 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุ บนบรรจุภัณฑ์	3.13 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุ ภัณฑ์มีมากเกินไป	3.00 (ปานกลาง)	1.67 (น้อย)	2.02 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	บริโภคเอง	นำไปขายใน สภาพเดิม	นำไปขายโดยการ นำไปปรุงเป็น อาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่ระบุวันที่หมดอายุ	3.63 (มาก)	4.17 (มาก)	3.88 (มาก)	3.73 (มาก)
ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ	3.57 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.)	3.59 (มาก)	4.31 (มาก)	3.55 (มาก)	3.69 (มาก)
สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต	3.47 (ปานกลาง)	4.22 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
รวม	3.50 (มาก)	3.80 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ที่ซื้อไปเพื่อบริโภคเอง ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาหนัก เท่ากับ 3.50

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาหนัก คือ วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.97) สินค้าไม่สดใหม่ เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (3.76) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.74) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.68) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (3.67) สินค้าด้อยคุณภาพ (3.66) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.63) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.59) และไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.57)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหাপานกลาง คือ สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.47) ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราห้อย (3.33) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.13) ปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (3.00) และสินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (2.88)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายในสภาพเดิม ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.80

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามากที่สุด คือ ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (4.57)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (4.43) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (4.38) สินค้าด้อยคุณภาพ (4.36) ไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (4.31) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (4.22) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (4.21) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (4.17) วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (4.10) และสินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.78)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.38) และไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.26)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาน้อย คือ ไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหือ (2.34) และปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (1.67)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร ประสบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.49

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บรักษาไม่ดีของร้านค้า (4.07) ความอร่อย / รสชาติไม่คงที่ (4.05) สินค้าด้อยคุณภาพ (4.00) ลูกชิ้นปลาเป็นอาหารสดที่เน่าเสียง่าย ต้องรักษาอุณหภูมิให้เย็นด้วยน้ำแข็ง ทำให้ไม่สะดวกในการเก็บรักษาระหว่างเดินทาง (3.88) ไม่ระบุวันที่หมดอายุ (3.88) คุณภาพสินค้าไม่คงที่ (3.83) วิตกกังวลว่าลูกชิ้นปลาอาจจะมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารพิษจากปลาปักเป้า (3.69) และไม่มีเลขทะเบียนอาหารและยา (อ.ย.) (3.55)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ สินค้าขาดตลาดในบางฤดูกาลหรือบางเทศกาล (3.43) สินค้าไม่บอกแหล่งผลิต (3.43) น้ำหนักสินค้าไม่ตรงกับที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์ (3.21) ไม่รู้ส่วนผสมของลูกชิ้นปลาทำให้เกิดความไม่มั่นใจ (3.12) และไม่รู้ชื่อแตกต่างของลูกชิ้นปลาแต่ละตราหือ (2.64)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาน้อย คือ ปริมาณสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์มีมากเกินไป (2.02)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ปัญหาด้านราคา	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	บริโภคเอง	นำไปขายในสภาพเดิม	นำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์	3.52 (มาก)	3.97 (มาก)	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)
ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา	3.39 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
รวม	3.46 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ที่ซื้อไปเพื่อบริโภคเอง ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามานกลาง เท่ากับ 3.46

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.52)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.39)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายในสภาพเดิม ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.76

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.97) และราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.55)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร ประสบปัญหาด้านราคาในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามานกลาง เท่ากับ 3.37

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีป้ายบอกราคาราคาบนบรรจุภัณฑ์ (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามานกลาง คือ ราคาสินค้าไม่ตรงกับป้ายบอกราคา (3.24)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	บริโภคเอง	นำไปขายในสภาพเดิม	นำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ	3.34 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	3.50 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ	3.20 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
ร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ	3.04 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	2.90 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่งไปมาไม่สะดวก	3.34 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)	3.60 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)
ไม่มีสถานที่จอดรถ	3.33 (ปานกลาง)	4.09 (มาก)	3.90 (มาก)	3.50 (มาก)
รวม	3.25 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ที่ซื้อไปเพื่อบริโภคเอง ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหাপานกลาง เท่ากับ 3.25

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหাপานกลาง คือ ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.34) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่ง ไปมาไม่สะดวก (3.34) ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.33) การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.20) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.04)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายในสภาพเดิม ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามาก เท่ากับ 3.86

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีสถานที่จอดรถ (4.09) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่ง ไปมาไม่สะดวก (4.03) ไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ

(3.90) ร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (3.71) และการจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.59)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร ประสบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการซื้อลูกชิ้นปลามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหามานกลาง เท่ากับ 3.44

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีสถานที่จอดรถ (3.90) ร้านค้าอยู่ในย่านจราจรคับคั่ง ไปมาไม่สะดวก (3.60) และไม่ทราบแหล่งจำหน่ายลูกชิ้นปลาที่ต้องการ (3.50)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามานกลาง คือ การจัดวางสินค้ายากต่อการเลือกซื้อ (3.31) และร้านค้าไม่เปิดขายในเวลาที่ต้องการซื้อ (2.90)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลาของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	วัตถุประสงค์ในการซื้อ			ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	บริโภคเอง	นำไปขายในสภาพเดิม	นำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม	3.19 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ไม่มีส่วนลด	3.05 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)
ไม่มีสินค้าตัวอย่าง	3.11 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
ไม่มีซองแถม	2.95 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า	3.13 (ปานกลาง)	4.19 (มาก)	3.74 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)
ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า	3.21 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	3.12 (ปานกลาง)	2.02 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.87 (ปานกลาง)
รวม	3.11 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ที่ซื้อไปเพื่อบริโภคเอง ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.11

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.21) ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.19) ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.13) ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (3.12) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.11) ไม่มีส่วนลด (3.05) และไม่มีของแถม (2.95)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายในสภาพเดิม ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.46

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (4.19) ไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.98) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.69) ไม่มีของแถม (3.62) และไม่มีส่วนลด (3.57)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.14)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาน้อย คือ ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.02)

ผู้ที่ซื้อไปเพื่อนำไปขายโดยการนำไปปรุงเป็นอาหาร ประสบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อลูกชิ้นปลา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับของปัญหาปานกลาง เท่ากับ 3.35

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหามาก คือ ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้า (3.74) ไม่มีส่วนลด (3.69) และไม่มีของแถม (3.64)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาปานกลาง คือ ไม่มีสินค้าให้ทดลองชิม (3.36) ไม่มีสินค้าตัวอย่าง (3.36) และไม่มีเอกสารแนะนำสินค้า (3.33)

ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับของปัญหาน้อย คือ ไม่พบการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ (2.31)

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาไว้จำนวนหนึ่ง ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวมจากคำถามปลายเปิดและนำเสนอแยกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

- ควรปรับปรุงเรื่องกลิ่นคาวของลูกชิ้นปลา
- ผู้ขายควรปรับปรุงเรื่องการรักษาลูกชิ้นปลาให้มีความสดใหม่

ปัจจัยด้านราคา

- ราคาสูงเกินไปเมื่อเทียบกับลูกชิ้นประเภทอื่น เช่น หมู หรือไก่

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

- ร้านค้าควรปรับปรุงเรื่องความสะอาดภายในร้าน
- ไม่มีสถานที่จอดรถ
- ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
- ไม่รู้สถานที่ที่จำหน่ายลูกชิ้นปลาตรายี่ห้อที่ต้องการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

- ไม่มีพนักงานแนะนำสินค้าให้เข้าใจถึงความแตกต่างของสินค้าแต่ละเกรด
- สินค้าตัวอย่างที่แจกมีปริมาณน้อยเกินไป ไม่เท่ากับที่ขายจริง