

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของคนกลางในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ และปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง

ส่วนที่ 6 ปัญหาในการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	16	32.00
หญิง	34	68.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.00 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 32.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	1	2.00
21 – 40 ปี	27	54.00
41 – 60 ปี	19	38.00
61 ปี ขึ้นไป	3	6.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี ร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 41-60 ปี ร้อยละ 38.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น	30	60.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือเทียบเท่า	16	32.00
อนุปริญญา/ปวส./หรือเทียบเท่า	2	4.00
ปริญญาตรีขึ้นไป	2	4.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุด ระดับประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./หรือเทียบเท่า ร้อยละ 32.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ

ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 ปี	9	18.00
2 – 5 ปี	11	22.00
5 – 10 ปี	17	34.00
11 ปีขึ้นไป	13	26.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพระหว่าง 5 -10 ปี ร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 11 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 26.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนจากการจำหน่ายไข่ไก่

รายได้ต่อเดือนจากการจำหน่ายไข่ไก่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	22	44.00
10,001 – 30,000 บาท	23	46.00
30,001 บาทขึ้นไป	5	10.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนจากการจำหน่ายไข่ไก่ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 44.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง

ปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 แผง	28	56.00
101 – 500 แผง	19	38.00
501 แผง ขึ้นไป	3	6.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้งไม่เกิน 100 แผง ร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ ระหว่าง 101 – 500 แผง ร้อยละ 38.00

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อไข่ไก่ของกิจการ

ตำแหน่งของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อไข่ไก่ของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของ	48	96.00
ผู้จัดการ	1	2.00
อื่นๆ*	1	2.00
รวม	50	100.00

หมายเหตุ* อื่นๆ ได้แก่ ลูกจ้าง จำนวน 1 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าตำแหน่งผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เจ้าของ ร้อยละ 96.00 รองลงมาได้แก่ผู้จัดการ และอื่นๆคือลูกจ้าง ร้อยละ 2.00 เท่ากัน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบริษัทหรือฟาร์มผู้ผลิตไข่ไก่ที่ซื้อ

จำนวนบริษัทหรือฟาร์มผู้ผลิตไข่ไก่ที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1 ราย	41	82.00
2 – 3 ราย	8	16.00
4 – 5 ราย	1	2.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่จากบริษัทหรือฟาร์มผู้ผลิตไข่ไก่จำนวน 1 ราย ร้อยละ 82.00 รองลงมาคือระหว่าง 2 – 3 ราย ร้อยละ 16.00

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ชำระเงินสด	38	76.00
ชำระไม่เกิน 3 วัน	2	4.00
ชำระไม่เกิน 7 วัน	10	20.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินแบบชำระเงินสด ร้อยละ 76.00 รองลงมาคือแบบชำระไม่เกิน 7 วัน ร้อยละ 20.00

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อไข่ไก่ ต่อสัปดาห์

ความถี่ในการซื้อไข่ไก่ต่อสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	11	22.00
2 – 4 ครั้ง	19	38.00
5 – 7 ครั้ง	20	40.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อไข่ไก่ ต่อสัปดาห์ระหว่าง 5 – 7 ครั้ง ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ มีความถี่ระหว่าง 2 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 38.00

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ (ในภาวะปกติ)

ปัจจัยสภาพแวดล้อม (ในภาวะปกติ)	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดตลาดไข่ไก่ที่ซื้อไปจำหน่าย	45	90.00
ภาวะเศรษฐกิจ	33	66.00
อัตราดอกเบี้ย	2	4.00
ขนาดการเลี้ยงของบริษัทหรือฟาร์มผู้ผลิตไข่ไก่ที่ท่านซื้อ	4	8.00
เทคโนโลยีในการผลิตของบริษัทหรือฟาร์มผู้ผลิตไข่ไก่ที่ท่านซื้อ	4	8.00
ฤดูกาลหรือเทศกาล	44	88.00
ผู้ขายไข่ไก่รายอื่นๆที่ขายในบริเวณใกล้เคียงกันกับท่าน	16	32.00

หมายเหตุ* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อม (ในภาวะปกติ) ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อไข่ไก่ส่วนใหญ่คือ ขนาดตลาดไข่ไก่ที่ซื้อไปจำหน่าย ร้อยละ 90.00 รองลงมาคือ ฤดูกาลหรือเทศกาล ร้อยละ 88.00

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ (ในช่วงที่มีการระบาดของไข้หวัดนก)

ปัจจัยสภาพแวดล้อม (ในช่วงที่มีการระบาดของไข้หวัดนก)	จำนวน	ร้อยละ
ชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือของฟาร์มหรือบริษัทผู้ผลิตไข่ไก่	46	92.00
ความต้องการของผู้บริโภคที่ระบุฟาร์มหรือบริษัทผู้ผลิตไข่ไก่	7	14.00
ความสะอาดของไข่ไก่	42	84.00
สถานที่ตั้งของฟาร์มผู้ผลิตไม่อยู่ในบริเวณเขตโรคระบาด	24	48.00
ราคาขายถูกกว่าตลาดทั่วไป	14	28.00
คำแนะนำของทางราชการเช่น กระทรวงสาธารณสุข กรมปศุสัตว์	5	10.00

หมายเหตุ* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อม (ในช่วงที่มีการระบาดของไข้หวัดนก) ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อไข่ไก่ส่วนใหญ่คือ ชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือของฟาร์มหรือบริษัทผู้ผลิตไข่ไก่ ร้อยละ 92.00 รองลงมาคือ ความสะอาดของไข่ไก่ ร้อยละ 84.00

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านปัจจัยภายในองค์กร (วัตถุประสงค์ของการซื้อ) ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่

ปัจจัยภายในองค์กร (วัตถุประสงค์ของการซื้อ)	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อขายส่ง	3	6.00
เพื่อขายปลีก	23	46.00
เพื่อทั้งขายส่ง และขายปลีก	24	48.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยภายในองค์กร (วัตถุประสงค์ของการซื้อ) ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อไข่ไก่ส่วนใหญ่คือซื้อไปเพื่อทั้งขายส่ง และขายปลีก ร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ เพื่อขายปลีก ร้อยละ 46.00

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านปัจจัยภายในองค์กร (นโยบายการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า) ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่

ปัจจัยภายในองค์กร (นโยบายการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า)	จำนวน	ร้อยละ
มี	0	0.00
ไม่มี	50	100.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ร้อยละ 100.00 ไม่มีนโยบายการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล (ความสัมพันธ์กับฟาร์มหรือบริษัทผู้ผลิตไข่ไก่) ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่

ปัจจัยระหว่างบุคคล (ความสัมพันธ์กับฟาร์มหรือบริษัทผู้ผลิตไข่ไก่)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	45	90.00
มีความสัมพันธ์ (แบบเพื่อน/ญาติ)	5	10.00
รวม	50	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับฟาร์มหรือบริษัทผู้ผลิตไข่ไก่ ร้อยละ 90.00 และมีความสัมพันธ์กับฟาร์มหรือบริษัทผู้ผลิตที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ ร้อยละ 10.00 โดยเป็นความสัมพันธ์แบบเพื่อน/ญาติ

ส่วนที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สีของไข่แดง	15 (30.00)	7 (14.00)	12 (24.00)	8 (16.00)	8 (16.00)	3.26 (ปานกลาง)	8
ขนาดของไข่แดง	5 (10.00)	10 (20.00)	9 (18.00)	11 (22.00)	15 (30.00)	2.58 (ปานกลาง)	9
ความหนืดของไข่ขาว	11 (22.00)	17 (34.00)	8 (16.00)	14 (28.00)	0 (0.00)	3.50 (มาก)	7
ขนาดฟองไข่ไก่	8 (16.00)	7 (14.00)	9 (18.00)	7 (14.00)	19 (38.00)	2.56 (ปานกลาง)	10
ความสดใหม่ของไข่ไก่	38 (76.00)	6 (12.00)	2 (4.00)	2 (4.00)	2 (4.00)	4.52 (มากที่สุด)	1
ลักษณะสีเปลือกไข่ไก่เช่น สีเข้ม อ่อน	15 (30.00)	25 (50.00)	6 (12.00)	4 (8.00)	0 (0.00)	4.02 (มาก)	3
ความหนาของเปลือกไข่	16 (32.00)	20 (40.00)	11 (22.00)	3 (6.00)	0 (0.00)	3.98 (มาก)	4
ความสะอาดของเปลือกไข่	23 (46.00)	15 (30.00)	9 (18.00)	2 (4.00)	1 (2.00)	4.14 (มาก)	2
ขนาดบรรจุภัณฑ์ (จำนวนฟองต่อแพ็ค)	2 (4.00)	8 (16.00)	11 (22.00)	5 (10.00)	24 (48.00)	2.18 (น้อย)	12
ความแข็งแรงของบรรจุ ภัณฑ์	6 (12.00)	26 (52.00)	10 (20.00)	8 (16.00)	0 (0.00)	3.60 (มาก)	6

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
บรรจุภัณฑ์ ระบุวันเดือนปีที่ผลิต/วันหมดอายุ	2 (4.00)	5 (10.00)	12 (24.00)	10 (20.00)	21 (42.00)	2.14 (น้อย)	13
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์เช่น ความใส/ความสะอาด	7 (14.00)	27 (54.00)	13 (26.00)	1 (2.00)	2 (4.00)	3.72 (มาก)	5
มีตราสินค้า	8 (16.00)	5 (10.00)	3 (6.00)	17 (34.00)	17 (34.00)	2.40 (น้อย)	11
ผลิตจากฟาร์มที่มีมาตรฐานฟาร์ม	23 (46.00)	13 (26.00)	13 (26.00)	0 (0.00)	1 (2.00)	4.14 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.34 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 17 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสดใหม่ของไข่ไก่ (ค่าเฉลี่ย 4.52) มีผลในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะอาดของเปลือกไข่ และผลิตจากฟาร์มที่มีมาตรฐานฟาร์ม (ค่าเฉลี่ย 4.14) เท่ากัน และลักษณะสีเปลือกไข่ไก่เช่น สีเข้ม อ่อน (ค่าเฉลี่ย 4.02) ซึ่งมีผลในระดับมาก

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านราคา	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาขายคงที่	5 (10.00)	6 (12.00)	5 (10.00)	9 (18.00)	25 (50.00)	2.14 (น้อย)	6
มีการแจ้งราคาให้ทราบ ล่วงหน้าในกรณีที่มีการ เปลี่ยนแปลง	21 (42.00)	24 (48.00)	2 (4.00)	2 (4.00)	1 (2.00)	4.24 (มาก)	1
เมื่อเปลี่ยนแปลงราคา ให้ ซื้อในราคาเดิมอีกหนึ่งบิล หรือมากกว่า	9 (18.00)	9 (18.00)	18 (36.00)	13 (26.00)	1 (2.00)	3.24 (ปานกลาง)	3
มีการให้คืนเช็คการค้า	4 (8.00)	4 (8.00)	10 (20.00)	14 (28.00)	18 (36.00)	2.24 (น้อย)	5
สามารถต่อรองราคาได้	11 (22.00)	26 (52.00)	4 (8.00)	6 (12.00)	3 (6.00)	3.72 (มาก)	2
มีราคาถูกกว่าท้องตลาด	4 (8.00)	6 (12.00)	13 (26.00)	20 (40.00)	7 (14.00)	2.60 (ปานกลาง)	4
ราคาที่ซื้อไม่แตกต่างจากผู้ ซื้อรายอื่นๆ	18 (36.00)	16 (32.00)	6 (12.00)	4 (8.00)	6 (12.00)	3.72 (มาก)	2
ไม่มีการมัดจำค่าแผงไข่	4 (8.00)	3 (6.00)	10 (20.00)	6 (12.00)	27 (54.00)	2.02 (น้อย)	7
มีส่วนลดเงินสด	4 (8.00)	3 (6.00)	2 (4.00)	7 (14.00)	34 (68.00)	1.72 (น้อย)	8
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.85 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 18 พบว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือมีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ และราคาที่ซื้อไม่แตกต่างจากผู้ซื้อรายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีผลในระดับมาก และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคามีการให้ซื้อในราคาเดิมอีกหนึ่งบิลหรือมากกว่า (ค่าเฉลี่ย 3.24) ซึ่งมีผลในระดับปานกลาง

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีบริการส่งสินค้าถึงที่	30 (60.00)	15 (30.00)	0 (0.00)	2 (4.00)	3 (6.00)	4.34 (มาก)	1
สถานที่จำหน่ายหาได้ง่าย	3 (6.00)	6 (12.00)	5 (10.00)	12 (24.00)	24 (48.00)	2.04 (น้อย)	9
มีสถานที่จอดรถสะดวก/ เพียงพอ	4 (8.00)	0 (0.00)	10 (20.00)	9 (18.00)	27 (54.00)	1.82 (น้อย)	10
จัดส่งตรงเวลานัดหมาย	13 (26.00)	17 (34.00)	7 (14.00)	6 (12.00)	7 (14.00)	3.46 (ปานกลาง)	7
สั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์/ โทรสาร /อินเทอร์เน็ต	12 (24.00)	20 (40.00)	10 (20.00)	2 (4.00)	6 (12.00)	3.60 (มาก)	6
มีการออกไปส่งสินค้า และ ใบเสร็จรับเงินถูกต้อง	15 (30.00)	8 (16.00)	13 (26.00)	11 (22.00)	3 (6.00)	3.42 (ปานกลาง)	8
ส่งสินค้าถูกต้องตาม ปริมาณที่สั่ง	14 (28.00)	27 (54.00)	6 (12.00)	3 (6.00)	0 (0.00)	4.04 (มาก)	3
สั่งซื้อได้ทุกวัน	19 (38.00)	18 (36.00)	11 (22.00)	0 (0.00)	2 (4.00)	4.04 (มาก)	3

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ	19 (38.00)	27 (54.00)	1 (2.00)	1 (2.00)	2 (4.00)	4.20 (มาก)	2
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	13 (26.00)	24 (48.00)	10 (20.00)	0 (0.00)	3 (6.00)	3.88 (มาก)	5
มีบริการขนส่งฟรี	14 (28.00)	28 (56.00)	3 (6.00)	3 (6.00)	2 (4.00)	3.98 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.53 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีบริการส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และส่งสินค้าถูกต้องตามปริมาณที่สั่ง และสั่งซื้อได้ทุกวัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) เท่ากัน มีผลในระดับมาก

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	4 (8.0)	3 (6.0)	6 (12.0)	11 (22.0)	26 (52.0)	1.96 (น้อย)	3
สามารถเปลี่ยนและคืน สินค้าได้	12 (24.0)	15 (30.0)	8 (16.0)	11 (22.0)	4 (8.0)	3.40 (ปานกลาง)	2
มีส่วนลดพิเศษในกรณีซื้อ ประจำ	3 (6.0)	5 (10.0)	4 (8.0)	11 (22.0)	27 (54.0)	1.92 (น้อย)	4
มีโฆษณาผ่านสื่อ เช่น วิทยุ/ โทรทัศน์	0 (0.0)	2 (4.0)	2 (4.0)	11 (22.0)	35 (70.0)	1.42 (น้อยที่สุด)	5
พนักงานขายมีอัธยาศัย พูดจาดี	23 (46.0)	20 (40.0)	2 (4.0)	1 (2.0)	4 (8.0)	4.14 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						2.57 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 20 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.57) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายมีอัธยาศัย พูดจาดี (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีผลในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีผลในระดับปานกลาง และมีการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม (ค่าเฉลี่ย 1.96) ซึ่งมีผลในระดับน้อย

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ผลิตภัณฑ์	3.34	ปานกลาง
ราคา	2.85	ปานกลาง
สถานที่จัดจำหน่าย	3.53	มาก
การส่งเสริมการตลาด	2.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 21 พบว่าส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลางคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ และปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ			
	ไม่เกิน 2 ปี	2 – 5 ปี	5 – 10 ปี	11 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สีของไข่แดง	2.78 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ขนาดของไข่แดง	2.11 (น้อย)	2.82 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
ความหนืดของไข่ขาว	3.22 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)
ขนาดฟองไข่ไก่	2.56 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	2.59 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
ความสดใหม่ของไข่ไก่	4.33 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)
ลักษณะสีเปลือกไข่ไก่เช่น สีเข้ม อ่อน	4.00 (มาก)	4.36 (มาก)	3.94 (มาก)	3.85 (มาก)
ความหนาของเปลือกไข่	3.78 (มาก)	4.36 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
ความสะอาดของเปลือกไข่	4.00 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	4.31 (มาก)
ขนาดบรรจุภัณฑ์ (จำนวนฟองต่อแพ็ค)	2.44 (น้อย)	2.00 (น้อย)	1.94 (น้อย)	2.46 (น้อย)

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ			
	ไม่เกิน 2 ปี	2 – 5 ปี	5 – 10 ปี	11 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	3.44 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)
บรรจุภัณฑ์ ระบุวันเดือนปีที่ผลิต/วันหมดอายุ	2.22 (น้อย)	2.00 (น้อย)	1.82 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ เช่น ความใส/ความสะอาด	3.67 (มาก)	4.18 (มาก)	3.71 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
มีตราสินค้า	2.78 (ปานกลาง)	1.91 (น้อย)	2.00 (น้อย)	3.08 (ปานกลาง)
ผลิตจากฟาร์มที่มีมาตรฐานฟาร์ม	4.56 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)	3.82 (มาก)	4.23 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.28 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 22 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกช่วงระยะเวลาในการประกอบอาชีพโดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงที่จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ คือ ความสดใหม่ของไข่ไก่ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพระหว่าง 2 – 5 ปี และตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป มีผลในระดับมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพระหว่าง 5 – 10 ปี มีผลในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาประกอบอาชีพไม่เกิน 2 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผลิตจากฟาร์มที่มีมาตรฐานฟาร์ม ซึ่งมีผลในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ

ด้านราคา	ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ			
	ไม่เกิน 2 ปี	2 – 5 ปี	5 – 10 ปี	11 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาขายคงที่	3.11 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	1.94 (น้อย)	1.85 (น้อย)
มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้า ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง	3.44 (ปานกลาง)	4.55 (มากที่สุด)	4.35 (มาก)	4.38 (มาก)
เมื่อเปลี่ยนแปลงราคา ให้ซื้อใน ราคาเดิมอีกหนึ่งบิลหรือมากกว่า	3.22 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)
มีการให้สินเชื่อการค้า	2.11 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	1.85 (น้อย)
สามารถต่อรองราคาได้	3.44 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.76 (มาก)	3.62 (มาก)
มีราคาถูกกว่าท้องตลาด	2.78 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.23 (น้อย)
ราคาที่ซื้อไม่แตกต่างได้แก่ผู้ซื้อ รายอื่นๆ	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)
ไม่มีการมัดจำค่าแผงไข่	2.78 (ปานกลาง)	1.64 (น้อย)	2.35 (น้อย)	1.38 (น้อยที่สุด)
มีส่วนลดเงินสด	2.22 (น้อย)	1.73 (น้อย)	1.76 (น้อย)	1.31 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.96 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 23 พบว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงระยะเวลาในการประกอบอาชีพโดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงที่จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ คือ มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพระหว่าง 2 – 5 ปี มีผลในระดับมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพระหว่าง 5 – 10 ปี และตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป มีผลในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาประกอบอาชีพไม่เกิน 2 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านราคาที่ซื้อไม่แตกต่างจากผู้ซื้อรายอื่นๆ ซึ่งมีผลในระดับมาก

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้อไขไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ			
	ไม่เกิน 2 ปี	2 – 5 ปี	5 – 10 ปี	11 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการส่งสินค้าถึงที่	3.89 (มาก)	4.36 (มาก)	4.41 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)
สถานที่จำหน่ายหาได้ง่าย	2.44 (น้อย)	1.82 (น้อย)	2.06 (น้อย)	1.92 (น้อย)
มีสถานที่จอดรถสะดวก/เพียงพอ	1.89 (น้อย)	1.73 (น้อย)	1.94 (น้อย)	1.69 (น้อย)
จัดส่งตรงเวลานัดหมาย	2.67 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์/ โทรสาร / อินเทอร์เน็ต	3.22 (ปานกลาง)	4.09 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)
มีการออกไปส่งสินค้า และ ใบเสร็จรับเงินชัดเจน ถูกต้อง	3.00 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้อไขไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ (ต่อ)

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ			
	ไม่เกิน 2 ปี	2 – 5 ปี	5 – 10 ปี	11 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ส่งสินค้าถูกต้องตามปริมาณที่สั่ง	3.78 (มาก)	4.18 (มาก)	3.88 (มาก)	4.31 (มาก)
สั่งซื้อได้ทุกวัน	3.89 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	3.78 (มาก)	4.27 (มาก)	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	3.44 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)
มีบริการขนส่งฟรี	3.33 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	4.29 (มาก)	4.31 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.21 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้อไขไก่ของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงระยะเวลาในการประกอบอาชีพโดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาประกอบอาชีพไม่เกิน 2 ปี ซึ่งมีผลในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงที่จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ คือ มีบริการส่งสินค้าถึงที่มีผลในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป มีผลในระดับมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาประกอบอาชีพไม่เกิน 2 ปี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสั่งซื้อได้ทุกวัน ซึ่งมีผลในระดับมาก เท่ากัน

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ			
	ไม่เกิน 2 ปี	2 – 5 ปี	5 – 10 ปี	11 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	2.67 (ปานกลาง)	1.91 (น้อย)	2.06 (น้อย)	1.38 (น้อยที่สุด)
สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้	3.22 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มีส่วนลดพิเศษในกรณีซื้อประจำ	2.44 (น้อย)	1.64 (น้อย)	1.94 (น้อย)	1.77 (น้อย)
มีโฆษณาผ่านสื่อ เช่น วิทยุ/ โทรทัศน์	1.56 (น้อย)	1.36 (น้อยที่สุด)	1.41 (น้อยที่สุด)	1.38 (น้อยที่สุด)
พนักงานขายมีอัธยาศัย พุดจาดี	4.44 (มาก)	4.27 (มาก)	3.94 (มาก)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.87 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงระยะเวลาในการประกอบอาชีพโดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาประกอบอาชีพตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ซึ่งมีผลในระดับน้อย

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงที่จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ คือ พนักงานขายมีอัธยาศัย พุดจาดี มีผลในระดับมาก

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง

ด้านผลิตภัณฑ์	ปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง		
	ไม่เกิน 100 แผง	101 – 500 แผง	501 แผงขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สีของไข่แดง	3.21 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ขนาดของไข่แดง	2.50 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	4.00 (มาก)
ความหนืดของไข่ขาว	3.25 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	4.33 (มาก)
ขนาดฟองไข่ไก่	2.50 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	4.00 (มาก)
ความสดใหม่ของไข่ไก่	4.61 (มากที่สุด)	4.37 (มาก)	4.67 (มากที่สุด)
ลักษณะสีเปลือกไข่ไก่เช่น สีเข้ม อ่อน	4.21 (มาก)	3.68 (มาก)	4.33 (มาก)
ความหนาของเปลือกไข่	4.04 (มาก)	3.84 (มาก)	4.33 (มาก)
ความสะอาดของเปลือกไข่	4.25 (มาก)	3.95 (มาก)	4.33 (มาก)
ขนาดบรรจุภัณฑ์ (จำนวนฟองต่อแพ็ค)	2.29 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.33 (น้อย)
ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	3.61 (มาก)	3.58 (มาก)	3.67 (มาก)
บรรจุภัณฑ์ ระบุวันเดือนปีที่ ผลิต/วันหมดอายุ	1.96 (น้อย)	2.21 (น้อย)	3.33 (ปานกลาง)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง		
	ไม่เกิน 100 แผง	101 – 500 แผง	501 แผงขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ เช่น ความใส/ความสะอาด	3.89 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
มีตราสินค้า	2.61 (ปานกลาง)	2.05 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)
ผลิตจากฟาร์มที่มีมาตรฐานฟาร์ม	4.36 (มาก)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.38 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกือบทุกกลุ่มที่จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง โดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไข่ไก่ระหว่าง 501 แผงขึ้นไป ซึ่งมีผลในระดับมาก

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มที่จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง คือ ความสดใหม่ของไข่ไก่ โดยที่เกือบทุกกลุ่ม มีผลในระดับมากที่สุด ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณในการซื้อไข่ไก่ระหว่าง 101 – 500 แผง ซึ่งมีผลในระดับมาก

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง

ด้านราคา	ปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง		
	ไม่เกิน 100 แผง	101 – 500 แผง	501 แผงขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาขายคงที่	2.39 (น้อย)	1.68 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)
มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้า ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง	4.43 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
เมื่อเปลี่ยนแปลงราคา ให้ซื้อใน ราคาเดิมอีกหนึ่งบิลหรือมากกว่า	3.39 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
มีการให้สินเชื่อการค้า	2.36 (น้อย)	2.11 (น้อย)	2.00 (น้อย)
สามารถต่อรองราคาได้	3.89 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
มีราคาถูกกว่าท้องตลาด	2.71 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
ราคาที่ซื้อไม่แตกต่างจากผู้ซื้อ รายอื่นๆ	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)
ไม่มีการมัดจำค่าแผงไข่	1.86 (น้อย)	2.11 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
มีส่วนลดเงินสด	1.75 (น้อย)	1.58 (น้อย)	2.33 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.94 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มที่จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง โดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มที่จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง คือ มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง มีผลในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปริมาณในการซื้อไข่ไก่ 501 แพงขึ้นไป ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากันคือ ด้านสามารถต่อรองราคาได้ และราคาซื้อไม่แตกต่างจากผู้ซื้อรายอื่นๆ ซึ่งมีผลในระดับมาก

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง

สถานที่จัดจำหน่าย	ปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง		
	ไม่เกิน 100 แพง	101 – 500 แพง	501 แพงขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการส่งสินค้าถึงที่	4.11 (มาก)	4.74 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)
สถานที่จำหน่ายหาได้ง่าย	2.00 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)
มีสถานที่จอดรถสะดวก/เพียงพอ	1.79 (น้อย)	1.79 (น้อย)	2.33 (น้อย)
จัดส่งตรงเวลานัดหมาย	3.32 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	4.00 (มาก)
สามารถสั่งซื้อทางโทรศัพท์/ โทรสาร /อินเทอร์เน็ต	3.32 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการออกไปส่งสินค้า และ ใบเสร็จรับเงินชัดเจน ถูกต้อง	3.50 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
ส่งสินค้าถูกต้องตามปริมาณที่สั่ง	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	3.67 (มาก)

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง (ต่อ)

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง		
	ไม่เกิน 100 แผง	101 – 500 แผง	501 แผงขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สั่งซื้อได้ทุกวัน	3.75 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	3.67 (มาก)
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ	4.29 (มาก)	4.05 (มาก)	4.33 (มาก)
กระบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก	4.00 (มาก)	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)
มีบริการขนส่งฟรี	3.93 (มาก)	4.11 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.46 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)

จากตารางที่ 28 พบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มที่จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง โดยรวมในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไข่ไก่ไม่เกิน 100 แผง ซึ่งมีผลในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มที่จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง คือ มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ มีผลในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไข่ไก่ระหว่าง 101-500 แผง ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านมีบริการส่งสินค้าถึงที่ ซึ่งมีผลในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง		
	ไม่เกิน 100 แพง	101 – 500 แพง	501 แพงขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการส่งเสริมการขายเช่น ลด แลก แจก แถม	2.07 (น้อย)	1.68 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)
สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้	3.57 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
มีส่วนลดพิเศษในกรณีซื้อประจำ	1.82 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.33 (น้อย)
มีโฆษณาผ่านสื่อ เช่น วิทยุ/ โทรทัศน์	1.32 (น้อยที่สุด)	1.42 (น้อยที่สุด)	2.33 (น้อย)
พนักงานขายมีอัธยาศัย พุดจาดี	4.25 (มาก)	4.05 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.61 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)	2.73 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 29 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของคนกลาง ในจังหวัดเชียงใหม่ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกกลุ่มที่จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง โดยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อไข่ไก่ระหว่าง 101-500 แพง ซึ่งมีผลในระดับน้อย

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มที่จำแนกตามปริมาณในการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้ง คือ พนักงานขายมีอัธยาศัย พุดจาดี มีผลในระดับมาก

ส่วนที่ 6 ปัญหาในการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สีของไข่แดงไม่เข้ม	5 (10.00)	6 (12.00)	6 (12.00)	13 (26.00)	20 (40.00)	2.26 (น้อย)	3
ขนาดของไข่แดงเล็ก	1 (2.00)	6 (12.00)	2 (4.00)	12 (24.00)	29 (58.00)	1.76 (น้อย)	6
ไข่ไก่เก่า ไม่สด ไม่ได้ คุณภาพ	3 (6.00)	5 (10.00)	10 (20.00)	19 (38.00)	13 (26.00)	2.32 (น้อย)	2
ขนาดฟองไม่ตรงตามเบอร์ ไข่	2 (4.00)	3 (6.00)	4 (8.00)	14 (28.00)	27 (54.00)	1.78 (น้อย)	5
ลักษณะของเปลือกไข่ไม่มี คุณภาพ	7 (14.00)	3 (6.00)	21 (42.00)	9 (18.00)	10 (20.00)	2.76 (ปานกลาง)	1
จำนวนฟองต่อแพ็คเกจไม่ เหมาะสม	0 (0.00)	3 (6.00)	3 (6.00)	3 (6.00)	41 (82.00)	1.36 (น้อยที่สุด)	9
บรรจุภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ เช่น ไม่แข็งแรง ขุ่นมัว สกปรก	2 (4.00)	7 (14.00)	1 (2.00)	20 (40.00)	20 (40.00)	2.02 (น้อย)	4
บรรจุภัณฑ์ไม่ระบุวันเดือน ปีที่ผลิต/วัน หมดอายุ	1 (2.00)	2 (4.00)	2 (4.00)	6 (12.00)	39 (78.00)	1.40 (น้อยที่สุด)	8
ไม่มีตราสินค้า	2 (4.00)	2 (4.00)	1 (2.00)	10 (20.00)	35 (70.00)	1.52 (น้อย)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						1.91	
(แปลผล)						(น้อย)	

จากตารางที่ 30 พบว่า ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.91)

ปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ลักษณะของเปลือกไข่ไม่มีคุณภาพ เช่น สีซีด เป็นจุดลาย สกปรก บาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) มีปัญหาในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ไข่ไก่เก่า ไม่สด ไม่ได้คุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 2.32) และสีของไข่แดงไม่เข้ม (ค่าเฉลี่ย 2.26) ซึ่งมีปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาด้านราคาของการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง	1 (2.00)	0 (0.00)	7 (14.00)	20 (40.00)	22 (44.00)	1.76 (น้อย)	3
เมื่อเปลี่ยนแปลงราคาไม่มีการให้ซื้อในราคาเดิมอีกหนึ่งบิล/มากกว่า	2 (4.00)	0 (0.00)	7 (14.00)	13 (26.00)	28 (56.00)	1.66 (น้อย)	5
ไม่มีการให้สินเชื่อการค้า	3 (6.00)	1 (2.00)	3 (6.00)	15 (30.00)	28 (56.00)	1.72 (น้อย)	4
ไม่สามารถต่อรองราคาได้	2 (4.00)	1 (2.00)	10 (20.00)	16 (32.00)	21 (42.00)	1.94 (น้อย)	2
ราคาที่ซื้อสูงกว่ารายอื่นๆ	9 (18.00)	8 (16.00)	6 (12.00)	6 (12.00)	21 (42.00)	2.56 (ปานกลาง)	1
มีการมัดจำค่าแผงไข่	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (14.00)	8 (16.00)	35 (70.00)	1.44 (น้อยที่สุด)	6
ไม่มีส่วนลดเงินสด	1 (2.00)	1 (2.00)	1 (2.00)	8 (16.00)	39 (78.00)	1.34 (น้อยที่สุด)	7

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาด้านราคาของการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านราคา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คิดค่าบริการขนส่ง	1 (2.00)	1 (2.00)	1 (2.00)	4 (8.00)	43 (86.00)	1.26 (น้อยที่สุด)	8
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						1.71 (น้อย)	

จากตารางที่ 31 พบว่า ปัญหาด้านราคา ในการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.71)

ปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ราคาที่ซื้อสูงกว่าผู้ซื้อรายอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 2.56) มีปัญหาในระดับปานกลาง รองลงมาคือไม่สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 1.94) และไม่มี การแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย 1.79) ซึ่งมีปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีบริการส่งสินค้าถึงที่	1 (2.00)	0 (0.00)	2 (4.00)	8 (16.00)	39 (78.00)	1.32 (น้อยที่สุด)	7
สถานที่จำหน่ายหาได้ยาก/ ที่จอดรถไม่สะดวก	0 (0.00)	1 (2.00)	3 (6.00)	9 (18.00)	37 (74.00)	1.36 (น้อยที่สุด)	6
จัดส่งไม่ตรงเวลานัดหมาย	0 (0.00)	1 (2.00)	4 (8.00)	16 (32.00)	29 (58.00)	1.54 (น้อย)	4
สั่งซื้อทาง โทรศัพท์/ โทรสาร/อินเทอร์เน็ตไม่ได้	1 (2.00)	1 (2.00)	3 (6.00)	11 (22.00)	34 (68.00)	1.48 (น้อยที่สุด)	5
การออกไปส่งสินค้าและ ใบเสร็จรับเงินไม่ถูกต้อง	2 (4.00)	3 (6.00)	2 (4.00)	8 (16.00)	35 (70.00)	1.58 (น้อย)	3
ส่งสินค้าไม่ถูกต้องตาม ปริมาณที่ตั้ง	2 (4.00)	2 (4.00)	3 (6.00)	10 (20.00)	33 (66.00)	1.60 (น้อย)	2
มีปริมาณสินค้าไม่เพียงพอ ต่อความต้องการของผู้ซื้อ	2 (4.00)	3 (6.00)	4 (8.00)	8 (16.00)	33 (66.00)	1.66 (น้อย)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						1.51 (น้อย)	

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัญหาด้านสถานที่จัดจำหน่าย ในการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.51)

ปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ มีปริมาณสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 1.66) รองลงมาคือ ส่งสินค้าไม่ถูกต้องตามปริมาณที่ตั้ง (ค่าเฉลี่ย 1.60) และการออกไปส่งสินค้าและใบเสร็จรับเงินไม่ถูกต้อง ไม่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 1.58) ทั้งหมดมีปัญหามาในระดับน้อย

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม	0 (0.0)	1 (2.0)	4 (8.0)	8 (16.0)	37 (74.0)	1.38 (น้อยที่สุด)	5
ไม่สามารถเปลี่ยนและคืน สินค้าได้	4 (8.0)	1 (2.0)	3 (6.0)	24 (48.0)	18 (36.0)	1.98 (น้อย)	1
ไม่มีส่วนลดพิเศษในกรณี ซื้อประจำ	1 (2.0)	1 (2.0)	5 (10.0)	10 (20.0)	33 (66.0)	1.54 (น้อย)	3
ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อ เช่นวิทยุ/โทรทัศน์	0 (0.0)	1 (2.0)	9 (18.0)	8 (16.0)	32 (64.0)	1.58 (น้อย)	2
พนักงานขายไม่มีอำนาจ พูดไม่สุภาพ	1 (2.0)	2 (4.0)	1 (2.0)	8 (16.0)	38 (76.0)	1.40 (น้อยที่สุด)	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						1.58 (น้อย)	

จากตารางที่ 33 พบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.58)

ปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ไม่สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 1.98) รองลงมาคือ ไม่มีการโฆษณาผ่านสื่อเช่นวิทยุ/โทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 1.58) และ ไม่มีส่วนลดพิเศษในกรณีซื้อประจำ (ค่าเฉลี่ย 1.54) ทั้งหมดมีปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาในการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ผลิตภัณฑ์	1.91	น้อย
ราคา	1.71	น้อย
สถานที่จัดจำหน่าย	1.51	น้อย
การส่งเสริมการตลาด	1.58	น้อย

จากตารางที่ 34 พบว่าปัญหาในการซื้อไข่ไก่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ตามลำดับ