

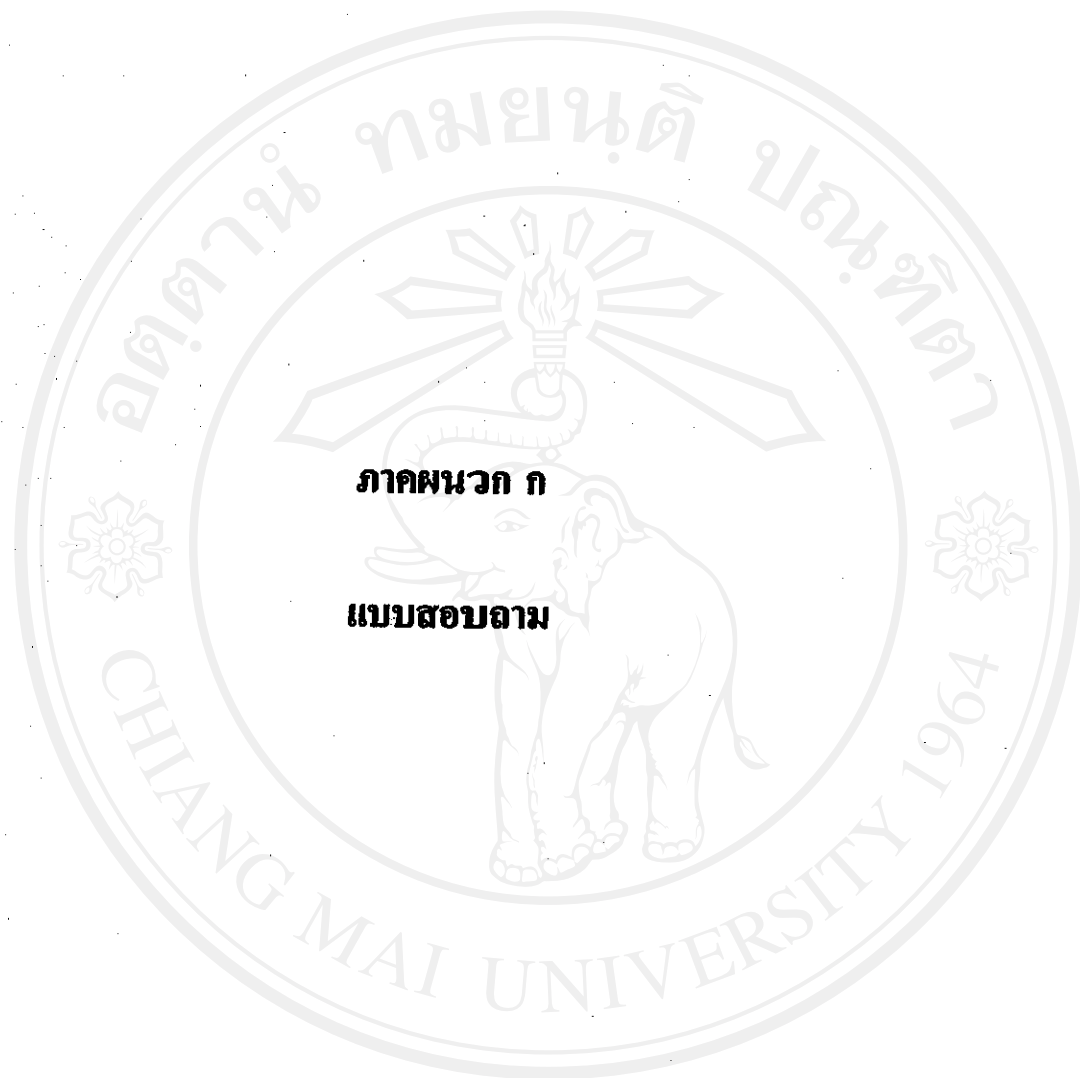


ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีทของผู้บริโภคในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาวิชาการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีทของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำตอบของท่านจะถูกนำไปประมวลผลเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ขนมปังโฮลวีทหรือผู้สนใจทั่วไป ทั้งนี้ คำตอบของท่านจะถูกนำไปใช้ในระดับภาพรวมเท่านั้น ดังนั้นจึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือจากท่านในการให้ข้อมูลตามความเป็นจริงด้วย จะเป็นพระคุณอย่างสูง

ยุพาพิศ อินทร์เฉลียว รหัส 4840291

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก ถ้าไม่มีข้อความที่ท่านต้องการเลือกโปรดเขียนข้อความลงในช่องที่ระบุว่า อื่นๆ

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. อายุ

(1) 15 – 25 ปี

(2) 26 – 35 ปี

(3) 36 – 45 ปี

(4) 46 – 60 ปี

3. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

(1) 1-2 คน

(2) 3-4 คน

(3) 5-6 คน

(4) 7 คนขึ้นไป

4. วุฒิกการศึกษาสูงสุดที่ได้รับ

(1) มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

(2) ปวส. หรือ เทียบเท่า

(3) ปริญญาตรี

(4) สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(1) ไม่เกิน 5,000 บาท/เดือน

(2) 5,001 – 10,000 บาท/เดือน

(3) 10,001 – 25,000 บาท/เดือน

(4) 25,001 – 40,000 บาท/เดือน

(5) มากกว่า 40,000 บาท/เดือน

6. อาชีพ

(1) นักเรียน

(2) นักศึกษา

(3) ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ

(4) พนักงานบริษัทเอกชน

(5) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/อาชีพอิสระ

(6) ข้าราชการเกษียณ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อขนมปังโฮลวีท

1. ท่านชอบขนมปังโฮลวีทตราสินค้าใด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> (1) ตราสินค้าการ์ดินี	<input type="checkbox"/> (2) ตราสินค้าฟาร์มเฮ้าส์
<input type="checkbox"/> (3) ตราสินค้าริมปัง	<input type="checkbox"/> (4) ตราสินค้าคอยคำ
<input type="checkbox"/> (5) ตราสินค้าโป๊พ	<input type="checkbox"/> (6) ตราสินค้าโลดัส
<input type="checkbox"/> (7) ตราสินค้าคาร์ฟู	<input type="checkbox"/> (8) บิ๊กซี
<input type="checkbox"/> (9) แมคโคร	<input type="checkbox"/> (10) อื่นๆ โปรดระบุ.....
2. ท่านเคยซื้อขนมปังโฮลวีทตราสินค้าใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> (1) ตราสินค้าการ์ดินี	<input type="checkbox"/> (2) ตราสินค้าฟาร์มเฮ้าส์
<input type="checkbox"/> (3) ตราสินค้าริมปัง	<input type="checkbox"/> (4) ตราสินค้าคอยคำ
<input type="checkbox"/> (5) ตราสินค้าโป๊พ	<input type="checkbox"/> (6) ตราสินค้าโลดัส
<input type="checkbox"/> (7) ตราสินค้าคาร์ฟู	<input type="checkbox"/> (8) บิ๊กซี
<input type="checkbox"/> (9) แมคโคร	<input type="checkbox"/> (10) อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. จากข้อ 2. ท่านเคยซื้อจากแหล่งใด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> (1) ร้านสะดวกซื้อ (เช่น 7-Eleven)	<input type="checkbox"/> (2) ไฮเปอร์มาร์เก็ต (เช่น เทสโก้ โลดัส บิ๊กซี)
<input type="checkbox"/> (3) ซูเปอร์มาร์เก็ต (เช่น TOPs)	<input type="checkbox"/> (4) ร้านคอยคำ
<input type="checkbox"/> (5) อื่นๆ โปรดระบุ.....	
4. วัตถุประสงค์ที่ท่านซื้อขนมปังโฮลวีท (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> (1) รับประทานเอง	<input type="checkbox"/> (2) ซื้อให้สมาชิกในครอบครัว
<input type="checkbox"/> (3) ซื้อฝากผู้อื่น	<input type="checkbox"/> (4) ซื้อตามคำสั่ง
<input type="checkbox"/> (5) อื่นๆ โปรดระบุ.....	
5. จำนวนที่ท่านต้องการซื้อขนมปังโฮลวีทต่อครั้ง

<input type="checkbox"/> (1) 1 แฉกสั้น	<input type="checkbox"/> (2) 1 แฉงยาว
<input type="checkbox"/> (3) มากกว่า 1 แฉกสั้น ต่อครั้ง	<input type="checkbox"/> (4) มากกว่า 1 แฉงยาว ต่อครั้ง
<input type="checkbox"/> (5) อื่นๆ โปรดระบุ.....	
6. เหตุผลที่ท่านเลือกรับประทานขนมปังโฮลวีท (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> (1) ลักษณะน่ารับประทาน	<input type="checkbox"/> (2) คุณค่าทางโภชนาการสูง
<input type="checkbox"/> (3) รสชาติอร่อย	<input type="checkbox"/> (4) เนื้อสัมผัสนุ่ม
<input type="checkbox"/> (5) กลิ่นหอม	<input type="checkbox"/> (6) อยากรองซื้อรับประทาน
<input type="checkbox"/> (7) อื่นๆ โปรดระบุ.....	
7. เหตุผลที่ท่าน **ไม่เลือก/ เลิก** รับประทานขนมปังโฮลวีท (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> (1) ลักษณะไม่น่ารับประทาน	<input type="checkbox"/> (2) คุณค่าทางโภชนาการน้อย
<input type="checkbox"/> (3) รสชาติไม่อร่อย	<input type="checkbox"/> (4) ไม่ชอบลักษณะเนื้อสัมผัส

- (5) ไม่ชอบกลิ่น (6) ไม่รู้จัก/ไม่เคยซื้อมารับประทาน (7) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท

<p>คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกนึกคิดที่เป็นจริงของท่าน รายการในข้อนี้มีความสำคัญสำหรับท่านหรือไม่ ? ในระดับมากน้อยเพียงใด ?</p>

ตัวอย่าง ในการเลือกซื้ออาหารปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารของท่านเพียงใด

ข้อที่	รายการที่ใช้ในการพิจารณา	ระดับความสำคัญ				
		มากที่สุด → น้อยที่สุด				
		5	4	3	2	1
ตัวอย่าง คำอธิบาย	อาหารมีความสะอาด..... * ถ้าท่านคิดว่าเรื่องความสะอาดของอาหารมีความสำคัญ หรือมีผลต่อการเลือกซื้อที่สุด...ท่านควรทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องแรก	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	* แต่หากท่านคิดว่าเรื่องความสะอาดของอาหารไม่มีความสำคัญหรือไม่มีผลต่อการเลือกซื้อ ท่านควรทำ เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องท้าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

3.1 ในความเห็นของท่าน ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ก. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ขนมปังโฮลวีท	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Nutrition Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. รสชาติอร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ลิ้นและลักษณะน่ารับประทาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. อยากลองรับประทานเพราะไม่เคยรับประทานมาก่อน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ฉลากระบุส่วนประกอบของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(ต่อ ก. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ขนมปังโฮลวีท	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด \longrightarrow น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
12. กลากรอบวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. มีเครื่องหมายอย.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ข. ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาขนมปังโฮลวีท	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด \longrightarrow น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. มีป้ายราคาแสดงคิดไว้ชัดเจน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. มีหลายระดับราคาให้เลือก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ราคาถูกกว่าขนมปังชนิดอื่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ท่านคิดว่าราคาขนมปังโฮลวีทที่ท่านต้องการซื้อควรมีราคาเท่าไร ต่อขนาดแถวสั้น

- (1) ต่ำกว่า 15 บาท (2) 15 – 20 บาท
 (3) 21 – 30 บาท (4) มากกว่า 30 บาท

7. ท่านคิดว่าราคาขนมปังโฮลวีทที่ท่านต้องการซื้อควรมีราคาเท่าไร ต่อขนาดแถวยาว

- (1) 20 – 30 บาท (2) 31 – 40 บาท
 (3) 41 – 50 บาท (4) มากกว่า 50 บาท

ค. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายขนมปังโฮลวีท	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด		น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. มีจำหน่ายใกล้บ้าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. มีสถานที่จอดรถ (สะดวกและเพียงพอ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ง. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดขนมปังโฮลวีท	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด		น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. มีการแนะนำสินค้าด้วยการจัดบุทให้ชิมฟรี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม มีคู่มือดูแลสุขภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. การแนะนำ บอกต่อจากบุคคลอื่นๆ เช่นญาติ เพื่อน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. มีการสาธิตวิธีการบริโภคในรูปแบบต่างๆ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.2 กรุณาเรียงลำดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยภาพรวมต่อไปนี้

คำชี้แจง โดยให้ปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 และปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุดเป็นลำดับที่ 4

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ความสำคัญ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ชนิดของอาหาร รสชาติคุณภาพ ตราสินค้า เป็นต้น	
2. ปัจจัยด้านราคา (Price) เช่น ราคา มีป้ายราคาแสดงชัดเจน มีหลายราคาให้เลือก เป็นต้น	
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) เช่น หาซื้อได้ง่าย สะดวก เป็นต้น	
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เป็นต้น	

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อจำกัดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท

4.1 ในความเห็นของท่าน ข้อจำกัดที่พบเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีทมากน้อยเพียงใด

ก. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ข้อจำกัดของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ขนมปังโฮลวีท	ผลของข้อจำกัดต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด			น้อยที่สุด	
	5	4	3	2	1
1. ไม่แน่ใจมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. เกรงว่าอาหารจะมีคุณค่าทางโภชนาการ ไม่ครบ 5 หมู่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ไม่ใส่อาหารเพื่อสุขภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. รสชาติของอาหารไม่อร่อยและไม่ตรงตามความต้องการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. สีสัมผัสและลักษณะไม่น่ารับประทาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ไม่เคยรับประทานมาก่อน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ไม่รู้จักตราสินค้า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. บรรจุภัณฑ์ไม่สวย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. ไม่มีฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ฉลากไม่ระบุส่วนประกอบของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ฉลากไม่ระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ฉลากไม่ระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ไม่มีเครื่องหมาย ออ.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. ไม่มีเครื่องหมายฮาลาล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. อายุการเก็บสั้น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. ไม่ชอบกลิ่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. เห็นยากเมื่อขนมปังขึ้นรา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ข. บัญชีด้านราคา

ข้อจำกัดของบัญชีด้านราคาขนมปังโฮลวีท	ผลของข้อจำกัดต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด \longrightarrow น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพ ปริมาณของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ไม่ติดป้ายแสดงราคา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ราคาของอาหารมีระดับราคาเดียว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ราคาแพงกว่าขนมปังชนิดอื่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ค. บัญชีด้านการจัดจำหน่าย

ข้อจำกัดของบัญชีด้านการจัดจำหน่ายขนมปังโฮลวีท	ผลของข้อจำกัดต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด \longrightarrow น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. หาซื้อยาก ไม่มีวางจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลที่ทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. สถานที่จำหน่ายไม่มีที่จอดรถ/หาที่จอดรถได้ยากลำบาก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ง. บัญชีด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อจำกัดของบัญชีด้านการส่งเสริมการตลาดขนมปังโฮลวีท	ผลของข้อจำกัดต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด \longrightarrow น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. พนักงานขายให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ไม่รับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์เกินจริง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ไม่มีการลดราคา มีของแถมมีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานทั่วไป ไม่มีคู่มือปลุกเชื้อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. มีการแนะนำ บอกต่อจากบุคคลอื่นๆ เช่นญาติ เพื่อนว่าไม่อร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. อื่นๆ โปรดระบุ.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

***** ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง *****



ภาคผนวก ข

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท
จำแนกตามข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 คน ได้ผลดังตารางที่ 8-43

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
Food Safety : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.58 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด
Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ	4.57 มากที่สุด	4.65 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด
Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	4.30 มาก	4.61 มากที่สุด	4.45 มาก
รสชาติอร่อย	4.21 มาก	4.30 มาก	4.25 มาก
กลิ่นและลักษณะน่ารับประทาน	3.78 มาก	3.74 มาก	3.76 มาก
อยากลองรับประทานเพราะไม่เคยรับประทานมาก่อน	3.00 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง
ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	3.67 มาก	3.93 มาก	3.80 มาก
บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก	3.32 ปานกลาง	3.71 มาก	3.51 มาก

(ต่อตารางที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	3.64 มาก	4.23 มาก	3.93 มาก
ฉลากระบุส่วนประกอบของอาหาร	3.64 มาก	4.13 มาก	3.88 มาก
ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.60 มาก	4.13 มาก	3.86 มาก
ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.37 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด
มีเครื่องหมายอย.	4.41 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด
มีเครื่องหมายฮาลาล	2.96 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง
มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	3.44 ปานกลาง	3.68 มาก	3.56 มาก
แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	3.51 มาก	3.57 มาก	3.54 มาก
รวม	3.81 มาก	4.06 มาก	3.93 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปริมาณของอาหาร	4.32 มาก	4.56 มากที่สุด	4.44 มาก
มีป้ายราคาแสดงคิดไว้ชัดเจน	4.30 มาก	4.40 มาก	4.35 มาก
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.67 มาก	3.91 มาก	3.79 มาก
ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	3.08 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.84 มาก	3.97 มาก	3.91 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีทที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น
จำแนกตามเพศ

ราคาที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 บาท	4 (7.10)	11 (11.70)	15 (9.50)
15-20 บาท	32 (57.10)	46 (48.90)	78 (53.00)
21-30 บาท	15 (26.90)	34 (36.20)	49 (31.50)
มากกว่า 30 บาท	5 (8.90)	3 (3.20)	8 (6.05)
รวม	56 (100.00)	94 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีทที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว
จำแนกตามเพศ

ราคาที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
20-30 บาท	29 (51.90)	47 (50.00)	76 (50.91)
31-40 บาท	19 (33.9๓)	32 (34.00)	51 (33.95)
41-50 บาท	4 (7.10)	13 (13.9)	17 (10.45)
มากกว่า 50 บาท	4 (7.10)	2 (2.10)	6 (4.60)
รวม	56 (100.00)	94 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.57 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด	4.59 มากที่สุด
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน	4.25 มาก	4.40 มาก	4.32 มาก
สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้ที่ทำงาน	3.83 มาก	4.05 มาก	3.94 มาก
มีสถานที่จอดรถ(สะดวกเพียงพอ)	3.50 ปานกลาง	3.77 มาก	3.63 มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.03 มาก	4.20 มาก	4.12 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 = มากที่สุด 3.51–4.50 = มาก 2.51–3.50 = ปานกลาง 1.51–2.50 = น้อย 1.00–1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจชนมบั๋งโฮลวิท จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	4.01 มาก	4.25 มาก	4.13 มาก
มีการแนะนำสินค้าด้วยการจัดบูทให้ชิมฟรี	3.42 ปานกลาง	3.61 มาก	3.51 มาก
การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์	3.57 มาก	3.65 มาก	3.61 มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม มีคู่มือป้องกันโรค	3.69 มาก	3.58 มาก	3.63 มาก
การแนะนำ บอกต่อจากบุคคลอื่นๆ เช่นญาติ เพื่อน	3.33 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
มีการสาธิตวิธีการบริโภครูปแบบต่างๆ	3.05 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.51 มาก	3.63 มาก	3.57 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				รวม
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-60 ปี	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	
Food Safety : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.75 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.73 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.77 มากที่สุด
Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ	4.71 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด
Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	4.66 มากที่สุด	4.27 มาก	4.57 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด
รสชาติอร่อย	4.34 มาก	4.27 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก	4.15 มาก
สีกลิ่นและลักษณะน่ารับประทาน	3.75 มาก	3.80 มาก	3.63 มาก	4.00 มาก	3.79 มาก
อยากลองรับประทานเพราะไม่เคยรับประทานมาก่อน	3.15 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	1.00 น้อยที่สุด	2.44 น้อย
ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	3.92 มาก	3.67 มาก	4.05 มาก	4.00 มาก	3.91 มาก
บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก	3.60 มาก	3.36 ปานกลาง	4.05 มาก	4.00 มาก	3.75 มาก
ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	4.00 มาก	3.88 มาก	4.42 มาก	5.00 มากที่สุด	4.32 มาก
ฉลากระบุส่วนประกอบของอาหาร	3.97 มาก	3.80 มาก	4.31 มาก	5.00 มากที่สุด	4.27 มาก
ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.94 มาก	3.80 มาก	4.31 มาก	5.00 มากที่สุด	4.26 มาก
ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.57 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	4.36 มาก	5.00 มากที่สุด	4.65 มากที่สุด
มีเครื่องหมายฮาลาล	4.53 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.78 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด
มีเครื่องหมายฮาลาล	3.17 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	1.00 น้อยที่สุด	2.65 ปานกลาง
มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	3.62 มาก	3.45 ปานกลาง	4.05 มาก	1.00 น้อยที่สุด	3.03 ปานกลาง
แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	3.53 มาก	3.55 มาก	3.73 มาก	1.00 น้อยที่สุด	2.95 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.01 มาก	3.88 มาก	4.10 มาก	3.75 มาก	3.93 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ				รวม
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	4.44 มาก	4.37 มาก	4.84 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด
มีป้ายราคาแสดงดีไว้ชัดเจน	4.31 มาก	4.32 มาก	4.63 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.84 มาก	3.70 มาก	4.15 มาก	4.00 มาก	3.92 มาก
ราคาถูกกว่าขนมปังชนิดอื่น	3.01 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	4.00 มาก	3.29 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.90 มาก	3.86 มาก	4.18 มาก	4.50 มาก	4.10 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 = มากที่สุด 3.51–4.50 = มาก 2.51–3.50 = ปานกลาง 1.51–2.50 = น้อย 1.00–1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีทที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น
จำแนกตามอายุ

ราคาที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น	อายุ				รวม
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-60 ปี	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 บาท	6 (8.70)	8 (13.10)	1 (5.30)	0 (0.00)	15 (6.78)
15-25 บาท	33 (47.90)	35 (57.40)	10 (52.60)	0 (0.00)	78 (39.46)
21-30 บาท	25 (36.20)	15 (24.60)	8 (42.10)	1 (100)	49 (50.73)
มากกว่า 30 บาท	5 (7.20)	3 (4.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (3.03)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	69 (100.00)	61 (100.00)	19 (100.00)	1 (100.00)	150 (100.00)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีท ที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว
จำแนกตามอายุ

ราคาที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว	อายุ				รวม
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-60 ปี	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
20-30 บาท	33 (47.80)	34 (55.70)	9 (47.40)	0 (0.00)	76 (37.80)
31-40 บาท	23 (33.30)	21 (34.40)	7 (36.80)	0 (0.00)	51 (26.10)
41-50 บาท	8 (11.60)	6 (9.80)	2 (10.50)	1 (100)	17 (33.00)
มากกว่า 50 บาท	5 (7.20)	0 (0.00)	1 (5.30)	0 (0.00)	6 (3.10)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	69 (100.00)	61 (100.00)	19 (100.00)	1 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ				รวม
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
หาซื้อได้ง่ายสะดวกมีจำหน่าย ทั่วไป	4.65 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.00 มาก	4.45 มาก
มีจำหน่ายใกล้บ้าน	4.39 มาก	4.27 มาก	4.42 มาก	4.00 มาก	4.27 มาก
มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	3.91 มาก	3.91 มาก	4.36 มาก	4.00 มาก	4.04 มาก
มีสถานที่จอดรถ (สะดวกเพียงพอ)	3.63 มาก	3.62 มาก	3.94 มาก	4.00 มาก	3.79 มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.14 มาก	4.08 มาก	4.33 มาก	4.00 มาก	4.13 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อายุ				รวม
	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-60 ปี	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
พนักงานขายให้บริการดี	4.17	4.18	4.10	4.00	4.11
สภาพ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
มีการแนะนำสินค้าด้วยการจัด บูทให้ชิมฟรี	3.49	3.57	3.78	1.00	2.96
	ปานกลาง	มาก	มาก	น้อยที่สุด	ปานกลาง
การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์	3.68	3.52	3.73	4.00	3.73
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น การ ลดราคา มีของแถม มีคู่มือ ลุ้นโชค	3.59	3.65	3.63	4.00	3.71
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
การแนะนำ บอกต่อจากบุคคล อื่นๆ เช่นญาติ เพื่อน	3.47	3.39	3.21	4.00	3.51
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก
มีการสาธิตวิธีการบริโภค รูปแบบต่างๆ	3.24	3.16	3.15	1.00	2.63
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อยที่สุด	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.60	3.57	3.60	3.00	3.44
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนสมาชิกในครอบครัว				รวม
	1-2 คน	3-4 คน	5-6 คน	7 คนขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
Food Safety : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.62 มากที่สุด	4.74 มากที่สุด	4.70 มากที่สุด	4.37 มาก	4.60 มากที่สุด
Nutritional Food : อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ	4.51 มากที่สุด	4.69 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.74 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด
Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	4.40 มาก	4.55 มากที่สุด	4.50 มาก	4.25 มาก	4.42 มาก
รสชาติอร่อย	4.25 มาก	4.28 มาก	4.32 มาก	4.00 มาก	4.21 มาก
สีส้มและลักษณะน่ารับประทาน	3.88 มาก	3.72 มาก	3.70 มาก	3.87 มาก	3.79 มาก
อยากลองรับประทานเพราะไม่เคยรับประทานมาก่อน	3.00 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง
ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	4.11 มาก	3.88 มาก	3.70 มาก	3.00 ปานกลาง	3.67 มาก
บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก	3.81 มาก	3.51 มาก	3.58 มาก	3.12 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง
ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	4.33 มาก	4.03 มาก	3.85 มาก	3.37 ปานกลาง	3.89 มาก
ฉลากระบุส่วนประกอบของอาหาร	4.14 มาก	4.00 มาก	3.82 มาก	3.37 ปานกลาง	3.83 มาก
ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	4.25 มาก	3.86 มาก	3.97 มาก	3.50 ปานกลาง	3.89 มาก
ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.62 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด
มีเครื่องหมายอย.	4.74 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด
มีเครื่องหมายฮาลาล	3.22 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง
มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	3.74 มาก	3.59 มาก	3.41 ปานกลาง	3.87 มาก	3.65 มาก
แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	3.70 มาก	3.56 มาก	3.35 ปานกลาง	3.75 มาก	3.59 มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.08 มาก	3.98 มาก	3.90 มาก	3.77 มาก	3.93 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ปัจจัยด้านราคา	จำนวนสมาชิกในครอบครัว				รวม
	1-2 คน	3-4 คน	5-6 คน	7 คนขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	4.51 มากที่สุด	4.48 มาก	4.52 มากที่สุด	4.00 มาก	4.37 มาก
มีป้ายราคาแสดงคิดไว้ชัดเจน	4.44 มาก	4.38 มาก	4.32 มาก	4.12 มาก	4.31 มาก
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.96 มาก	3.77 มาก	3.97 มาก	3.25 ปานกลาง	3.73 มาก
ราคาถูกกว่าขนมปังชนิดอื่น	3.14 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง	2.37 น้อย	2.96 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.01 มาก	3.89 มาก	4.05 มาก	3.43 ปานกลาง	3.84 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50= มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีทที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ราคาที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น	จำนวนสมาชิกในครอบครัว				รวม
	1-2 คน	3-4 คน	5-6 คน	7 คนขึ้นไป	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 บาท	1 (3.80)	8 (9.90)	4 (11.80)	2 (25.00)	15 (12.70)
15-25 บาท	12 (44.40)	49 (60.50)	16 (47.10)	1 (12.50)	78 (41.00)
21-30 บาท	12 (44.40)	20 (24.70)	13 (38.20)	4 (50.00)	49 (39.30)
มากกว่า 30 บาท	2 (7.40)	4 (4.90)	1 (2.90)	1 (12.50)	8 (6.90)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	27 (100.00)	81 (100.00)	34 (100.00)	8 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีท ที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ราคาที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว	จำนวนสมาชิกในครอบครัว				รวม
	1-2 คน	3-4 คน	5-6 คน	7 คนขึ้นไป	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
20-30 บาท	13 (48.10)	42 (51.90)	18 (52.90)	3 (37.50)	76 (47.60)
31-40 บาท	10 (37.10)	26 (32.10)	12 (35.30)	3 (37.50)	51 (35.50)
41-50 บาท	3 (11.10)	9 (11.10)	3 (8.90)	2 (25.00)	17 (14.00)
มากกว่า 50 บาท	1 (3.70)	4 (4.90)	1 (2.90)	0 (0.00)	6 (2.90)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	27 (100.00)	81 (100.00)	34 (100.00)	8 (100.00)	150 (100.00)

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	จำนวนสมาชิกในครอบครัว				รวม
	1-2 คน	3-4 คน	5-6 คน	7 คนขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
หาซื้อได้ง่ายสะดวกมีจำหน่าย ทั่วไป	4.48 มาก	4.64 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.87 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด
มีจำหน่ายใกล้บ้าน	4.43 มาก	4.41 มาก	4.17 มาก	4.37 มาก	4.34 มาก
มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	3.77 มาก	4.06 มาก	3.94 มาก	3.87 มาก	3.91 มาก
มีสถานที่จอดรถ (สะดวกเพียงพอ)	3.25 ปานกลาง	3.85 มาก	3.50 ปานกลาง	4.00 มาก	3.65 มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.98 มาก	4.24 มาก	4.03 มาก	4.27 มาก	4.13 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวนสมาชิกในครอบครัว				รวม
	1-2 คน	3-4 คน	5-6 คน	7 คนขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
พนักงานขายให้บริการดี	4.03	4.19	4.14	4.37	4.18
สภาพ	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
มีการแนะนำสินค้าด้วยการจัด	3.55	3.56	3.52	3.37	3.50
บูทให้ชิมฟรี	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ	3.51	3.67	3.61	3.50	3.57
สิ่งพิมพ์	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น การ	3.55	3.64	3.76	3.12	3.51
ลดราคา มีของแถม มีคู่มือ	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
ต้นโชค					
การแนะนำ บอกต่อจากบุคคล	3.70	3.23	3.52	3.75	3.55
อื่นๆ เช่น ญาติ เพื่อน	มาก	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
มีการสาธิตวิธีการบริโภค	3.25	3.11	3.38	2.87	3.15
รูปแบบต่างๆ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.59	3.54	3.65	3.49	3.56
	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	วุฒิการศึกษา				รวม
	มัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า	ปวส.หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
Food Safety : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.82 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด
Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ	4.58 มากที่สุด	4.80 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.52 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด
Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	4.41 มากที่สุด	4.16 มาก	4.57 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.45 มาก
รสชาติอร่อย	4.17 มาก	4.40 มาก	4.26 มาก	4.23 มาก	4.26 มาก
สีส้มและลักษณะน่ารับประทาน	3.52 มาก	3.68 มาก	3.87 มาก	3.57 มาก	3.66 มาก
อยากลองรับประทานเพราะไม่เคยรับประทานมาก่อน	3.64 มาก	2.88 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	4.05 มาก	3.96 มาก	3.72 มาก	4.00 มาก	3.93 มาก
บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก	4.11 มาก	3.72 มาก	3.42 ปานกลาง	3.52 มาก	3.69 มาก
ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	4.23 มาก	4.20 มาก	3.94 มาก	3.90 มาก	4.06 มาก
ฉลากระบุส่วนประกอบของอาหาร	4.17 มาก	4.16 มาก	3.90 มาก	3.71 มาก	3.98 มาก
ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	4.23 มาก	4.12 มาก	3.86 มาก	3.80 มาก	3.99 มาก
ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.58 มากที่สุด	4.40 มาก	4.66 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด
มีเครื่องหมายอย.	4.58 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.42 มาก	4.55 มากที่สุด
มีเครื่องหมายฮาลาล	3.52 มาก	3.76 มาก	2.98 ปานกลาง	2.52 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง
มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	4.05 มาก	3.80 มาก	3.52 มาก	3.23 ปานกลาง	3.65 มาก
แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	3.76 มาก	3.96 มาก	3.43 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.63 มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.15 มาก	4.08 มาก	3.93 มาก	3.85 มาก	4.00 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 = มากที่สุด 3.51–4.50 = มาก 2.51–3.50 = ปานกลาง 1.51–2.50 = น้อย 1.00–1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	วุฒิการศึกษา				รวม
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า	ปวส.หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปริมาณ	4.58 มากที่สุด	4.44 มาก	4.47 มาก	4.42 มาก	4.47 มาก
มีป้ายราคาแสดงคิดไว้ชัดเจน	4.52 มากที่สุด	4.32 มาก	4.39 มาก	4.19 มาก	4.35 มาก
มีหลายระดับราคาให้เลือก	4.00 มาก	4.00 มาก	3.86 มาก	3.33 ปานกลาง	3.79 มาก
ราคาถูกกว่าขนมปังชนิดอื่น	2.94 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.01 มาก	4.01 มาก	3.96 มาก	3.63 มาก	3.89 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 = มากที่สุด 3.51–4.50 = มาก 2.51–3.50 = ปานกลาง 1.51–2.50 = น้อย 1.00–1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีทที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ราคาที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น	วุฒิการศึกษา				รวม
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	ปวส.หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	
ต่ำกว่า 15 บาท	3 (17.60)	2 (8.00)	9 (10.30)	1 (4.80)	15 (10.17)
15-25 บาท	9 (52.90)	15 (60.00)	43 (49.40)	11 (52.40)	78 (53.67)
21-30 บาท	5 (29.40)	6 (24.00)	30 (34.50)	8 (38.10)	49 (31.60)
มากกว่า 30 บาท	0 (0.00)	2 (8.00)	5 (5.70)	1 (4.80)	8 (4.60)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	17 (100.00)	25 (100.00)	87 (100.00)	21 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีท ที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ราคาที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว	วุฒิการศึกษา				รวม
	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	ปวศ. หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูง กว่า ปริญญาตรี	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
20-30 บาท	11 (64.70)	15 (60.00)	40 (46.00)	10 (47.60)	15 (10.17)
31-40 บาท	4 (23.50)	8 (32.00)	32 (36.80)	7 (33.30)	78 (53.63)
41-50 บาท	1 (5.90)	0 (0.00)	13 (14.90)	3 (14.30)	49 (31.60)
มากกว่า 50 บาท	1 (5.90)	2 (8.00)	2 (2.30)	1 (4.80)	8 (4.60)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	17 (100.00)	25 (100.00)	57 (100.00)	21 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	วุฒิการศึกษา				รวม
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	ปวส. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	
หาซื้อได้ง่ายสะดวกมีจำหน่ายทั่วไป	4.70 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	4.38 มาก	4.57 มากที่สุด
มีจำหน่ายใกล้บ้าน	4.29 มาก	4.40 มาก	4.39 มาก	4.14 มาก	4.30 มาก
มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	3.88 มาก	4.20 มาก	4.04 มาก	3.47 ปานกลาง	3.89 มาก
มีสถานที่จอดรถ (สะดวกเพียงพอ)	3.88 มาก	3.20 ปานกลาง	3.75 มาก	3.71 มาก	3.63 มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.18 มาก	4.12 มาก	4.20 มาก	3.92 มาก	4.09 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	วุฒิการศึกษา				รวม
	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	ปวศ. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	
พนักงานขายให้บริการดี	4.35 มาก	4.12 มาก	4.22 มาก	3.80 มาก	4.12 มาก
มีการแนะนำสินค้าด้วยการจัดบูทให้ชิมฟรี	4.05 มาก	3.20 ปานกลาง	3.54 มาก	3.57 มาก	3.59 มาก
การโฆษณาทางโทรทัศน์วิทยุสิ่งพิมพ์	3.82 มาก	3.60 มาก	3.65 มาก	3.38 ปานกลาง	3.61 มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มีของแถม มีคูปอง	4.11 มาก	3.52 มาก	3.66 มาก	3.19 ปานกลาง	3.62 มาก
การแนะนำ บอกต่อจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติ เพื่อน	3.94 มาก	3.04 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.52 มาก	3.47 ปานกลาง
มีการสาธิตวิธีการบริโภครูปแบบต่างๆ	3.94 มาก	2.68 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.03 มาก	3.36 ปานกลาง	3.60 มาก	3.43 ปานกลาง	3.60 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ชนมปีงโฮลวิท จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000	5,001-10,000	10,001-25,000	25,001-40,000	มากกว่า40,000	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	
Food Safety : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.82 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.70 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด	4.71 มากที่สุด
Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ	4.65 มากที่สุด	4.70 มากที่สุด	4.55 มากที่สุด	4.70 มากที่สุด	4.42 มาก	4.60 มากที่สุด
Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	4.69 มากที่สุด	4.54 มากที่สุด	4.38 มาก	4.50 มาก	4.42 มาก	4.50 มาก
รสชาติอร่อย	4.60 มากที่สุด	4.25 มาก	4.20 มาก	4.00 มาก	4.28 มาก	4.26 มาก
สีทันและลักษณะน่ารับประทาน	3.86 มาก	3.60 มาก	3.88 มาก	3.60 มาก	3.71 มาก	3.73 มาก
อยากลองรับประทาน เพราะไม่เคยรับประทานมาก่อน	3.47 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง
ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	3.95 มาก	3.70 มาก	3.91 มาก	4.10 มาก	3.42 ปานกลาง	3.81 มาก
บรรจุภัณฑ์เปิดใช้สะดวก	3.52 มาก	3.56 มาก	3.52 มาก	4.00 มาก	3.42 ปานกลาง	3.60 มาก
ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ	3.86 มาก	4.09 มาก	3.91 มาก	4.50 มาก	4.00 มาก	4.07 มาก
ฉลากระบุส่วนประกอบของอาหาร	4.17 มาก	3.98 มาก	3.79 มาก	4.10 มาก	4.14 มาก	4.03 มาก
ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	4.04 มาก	4.07 มาก	3.72 มาก	4.10 มาก	4.14 มาก	4.01 มาก
ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.65 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.90 มากที่สุด	3.71 มาก	4.49 มาก
มีเครื่องหมายอย.	4.43 มาก	4.62 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	4.80 มากที่สุด	4.00 มาก	4.49 มาก
มีเครื่องหมายฮาลาล	3.39 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	2.57 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง
มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	3.69 มาก	3.56 มาก	3.62 มาก	3.60 มาก	3.14 ปานกลาง	3.52 มาก
แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	3.56 มาก	3.50 ปานกลาง	3.66 มาก	3.40 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.08 มาก	3.98 มาก	3.92 มาก	4.10 มาก	3.76 มาก	3.96 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ขนมปังโฮลวีต จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000	5,001-10,000	10,001-25,000	25,001-40,000	มากกว่า40,000	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพและ ปริมาณ	4.78 มากที่สุด	4.35 มาก	4.45 มาก	4.40 มาก	4.57 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด
มีป้ายราคาแสดง คิดไว้ชัดเจน	4.43 มาก	4.27 มาก	4.37 มาก	4.60 มากที่สุด	4.42 มาก	4.41 มาก
มีหลายระดับราคา ให้เลือก	4.00 มาก	3.70 มาก	3.86 มาก	3.90 มาก	3.71 มาก	3.83 มาก
ราคาถูกกว่าขนม ปังชนิดอื่น	3.04 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.71 มาก	3.21 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.06 มาก	3.35 ปานกลาง	3.89 มาก	4.05 มาก	4.10 มาก	3.99 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีต ที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น จำแนกตาม
รายได้ต่อเดือน

ราคาที่ต้องการ ซื้อ/ขนาดแถวสั้น	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000	5,001-10,000	10,001-25,000	25,001-40,000	มากกว่า40,000	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 บาท	6 (26.10)	5 (9.80)	4 (6.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	15 (8.50)
15-25 บาท	12 (52.20)	26 (51.00)	33 (55.90)	4 (40.00)	3 (42.90)	78 (48.40)
21-30 บาท	5 (21.70)	18 (35.30)	17 (28.80)	6 (60.00)	3 (42.90)	49 (37.70)
มากกว่า 30 บาท	0 (0.00)	2 (3.90)	5 (8.50)	0 (0.00)	1 (14.30)	8 (5.34)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	23 (100.00)	51 (100.00)	59 (100.00)	10 (100.00)	7 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีท ที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ราคาที่ต้องการ ซื้อ/ขนาดแถวยาว	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000	5,001-10,000	10,001- 25,000	25,001- 40,000	มากกว่า 40,000	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
20-30 บาท	13 (56.50)	29 (56.90)	29 (49.20)	3 (30.00)	2 (28.60)	76 (44.20)
31-40 บาท	8 (34.80)	15 (29.40)	21 (35.60)	5 (50.00)	2 (28.60)	51 (35.60)
41-50 บาท	1 (4.30)	5 (9.80)	7 (11.90)	2 (20.00)	2 (28.60)	17 (14.90)
มากกว่า 50 บาท	1 (4.30)	2 (3.90)	2 (3.40)	0 (0.00)	1 (14.30)	6 (5.10)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	23 (100.00)	51 (100.00)	59 (100.00)	10 (100.00)	7 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000	5,001-10,000	10,001-25,000	25,001-40,000	มากกว่า 40,000	
	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล	ค่าเฉลี่ยแปรผล
หาซื้อได้ง่ายสะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.73 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด	4.60 มากที่สุด	4.28 มาก	4.55 มากที่สุด
มีจำหน่ายใกล้บ้าน	4.39 มาก	4.37 มาก	4.38 มาก	4.20 มาก	3.85 มาก	4.23 มาก
มีจำหน่ายใกล้ที่ทำงาน	4.00 มาก	4.01 มาก	3.88 มาก	4.30 มาก	3.85 มาก	4.00 มาก
มีสถานที่จอดรถ(สะดวกเพียงพอ)	3.69 มาก	3.64 มาก	3.61 มาก	4.00 มาก	3.85 มาก	3.75 มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.20 มาก	4.15 มาก	4.11 มาก	4.27 มาก	3.95 มาก	4.13 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00=มากที่สุด 3.51-4.50=มาก 2.51-3.50=ปานกลาง 1.51-2.50=น้อย 1.00-1.50=น้อยที่สุด

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ไม่เกิน 5,000	5,001-10,000	10,001-25,000	25,001-40,000	มากกว่า 40,000	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล
พนักงานขาย ให้บริการดี สุภาพ	4.39 มาก	4.07 มาก	4.11 มาก	4.40 มาก	4.14 มาก	4.22 มาก
มีการแนะนำสินค้า ด้วยการจัดบูทให้ ชิมฟรี	3.82 มาก	3.49 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.80 มาก	4.00 มาก	3.69 มาก
การโฆษณาทาง โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์	3.82 มาก	3.58 มาก	3.57 มาก	3.30 ปานกลาง	4.14 มาก	3.68 มาก
การส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา มี ของแถม มีคู่มือ สั้น โขด	3.60 มาก	3.68 มาก	3.49 ปานกลาง	4.10 มาก	3.71 มาก	3.71 มาก
การแนะนำ บอกต่อ จากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติ เพื่อน	3.47 ปานกลาง	3.52 มาก	3.23 ปานกลาง	3.60 มาก	3.57 มาก	3.47 ปานกลาง
มีการสาธิตวิธีการ บริโภครูปแบบ ต่างๆ	3.39 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.74 มาก	3.56 มาก	3.48 ปานกลาง	3.78 มาก	3.83 มาก	3.67 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00= มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ขนมปังโฮลวีท ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำแนกตามอาชีพ						รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน ของรัฐ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย/ อาชีพอิสระ	ข้าราชการ เกษียณ/ไม่ได้ ประกอบอาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	
Food Safety : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	5.00 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.58 มากที่สุด	4.77 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.78 มากที่สุด
Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการ	5.00 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.50 มาก	4.58 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.72 มากที่สุด
Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	5.00 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด	4.66 มากที่สุด	4.21 มาก	4.43 มาก	4.00 มาก	4.50 มาก
รสชาติอร่อย	5.00 มากที่สุด	4.40 มาก	3.83 มาก	4.26 มาก	4.20 มาก	5.00 มากที่สุด	4.44 มาก
สีกลิ่นและลักษณะ น่ารับประทาน	4.00 มาก	3.68 มาก	3.66 มาก	3.78 มาก	3.79 มาก	5.00 มากที่สุด	3.98 มาก
ออกทองรับประทานเพราะ ไม่เคยรับประทานมาก่อน	4.33 มาก	3.22 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	2.85 ปานกลาง	2.00 น้อย	3.03 ปานกลาง
ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก	4.66 มากที่สุด	3.80 มาก	3.66 มาก	4.02 มาก	3.70 มาก	4.00 มาก	3.97 มาก
บรรจุภัณฑ์เปิดใช้ สะดวก	4.00 มาก	3.44 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.60 มาก	3.70 มาก	4.00 มาก	3.65 มาก
ฉลากแสดงข้อมูล ทางโภชนาการ	4.00 มาก	3.93 มาก	3.91 มาก	3.82 มาก	4.27 มาก	4.00 มาก	3.98 มาก
ฉลากระบุส่วนประกอบของ อาหาร	4.66 มากที่สุด	4.00 มาก	4.00 มาก	3.70 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก	4.07 มาก
ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ ผลิต	4.33 มาก	3.95 มาก	3.33 ปานกลาง	3.87 มาก	4.08 มาก	5.00 มากที่สุด	4.09 มาก
ฉลากระบุวันที่ผลิตและวัน หมดอายุ	5.00 มากที่สุด	4.48 มาก	4.83 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.68 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.75 มากที่สุด
มีเครื่องหมายฮาลาล	4.66 มากที่สุด	4.44 มาก	4.41 มาก	4.53 มากที่สุด	4.77 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด
มีเครื่องหมายฮาลาล	3.66 มาก	2.84 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	2.00 น้อย	2.97 ปานกลาง
มีคำแนะนำในการบริโภคและ วิธีการเก็บรักษา	4.33 มาก	3.42 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.89 มาก	4.00 มาก	3.72 มาก
แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	4.00 มาก	3.33 ปานกลาง	3.66 มาก	3.51 มาก	3.72 มาก	4.00 มาก	3.70 มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.47 มาก	3.93 มาก	3.77 มาก	3.73 มาก	4.04 มาก	4.18 มาก	4.06 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยและแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	จำแนกตามอาชีพ						รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน ของรัฐ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย/ อาชีพอิสระ	ข้าราชการ เกษียณ/ ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ และปริมาณ	5.00 มากที่สุด	4.53 มากที่สุด	4.33 มาก	4.24 มาก	4.60 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.61 มากที่สุด
มีป้ายราคา แสดงคิดไว้ ชัดเจน	5.00 มากที่สุด	4.31 มาก	4.00 มาก	4.21 มาก	4.58 มากที่สุด	5.00 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด
มีหลายระดับ ราคาให้เลือก	4.66 มากที่สุด	3.71 มาก	3.25 ปานกลาง	3.73 มาก	4.14 มาก	2.00 น้อย	3.58 มาก
ราคาถูกกว่า ขนมปังชนิด อื่น	3.66 มาก	3.00 ปาน กลาง	2.58 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	2.00 น้อย	2.91 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย โดยรวม	4.58 มากที่สุด	3.88 มาก	3.54 มาก	3.78 มาก	4.15 มาก	3.50 ปานกลาง	3.90 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปังโฮลวีทที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวสั้น
จำแนกตามอาชีพ

ราคาต้องการ ซื้อ/ขนาดแถว สั้น	จำแนกตามอาชีพ						รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน ของรัฐ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย/ อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ เกษียณ/ ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
ต่ำกว่า 15 บาท	0 (0.00)	8 (17.80)	1 (8.30)	2 (4.90)	4 (8.30)	0 (0.00)	15 (6.50)
15-25 บาท	1 (33.30)	20 (44.40)	10 (83.30)	25 (61.00)	21 (43.80)	1 (100)	77 (60.90)
21-30 บาท	2 (66.70)	13 (28.90)	0 (0.00)	13 (31.70)	21 (43.80)	0 (0.00)	49 (28.51)
มากกว่า 30 บาท	0 (0.00)	4 (8.90)	1 (8.30)	1 (2.40)	2 (4.20)	0 (0.00)	8 (3.90)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3 (100.00)	45 (100.00)	12 (100.00)	41 (100.00)	48 (100.00)	1 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 34 จำนวนและร้อยละของราคาขนมปัง โฮลวีทที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว
จำแนกตามอาชีพ

ราคาที่ต้องการซื้อ/ขนาดแถวยาว	จำแนกตามอาชีพ						รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน ของรัฐ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย/ อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ เกษียณ/ ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ	
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	
20-30 บาท	1 (33.30)	21 (46.70)	7 (58.30)	26 (63.40)	20 (41.70)	1 (100.00)	76 (57.23)
31-40 บาท	1 (33.30)	16 (35.60)	5 (41.70)	11 (26.80)	18 (37.50)	0 (0.00)	51 (29.15)
41-50 บาท	1 (33.30)	3 (6.70)	0 (0.00)	4 (9.80)	9 (18.80)	0 (0.00)	17 (11.43)
มากกว่า 50 บาท	0 (0.00)	5 (11.10)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.10)	0 (0.00)	6 (2.20)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3 (100.00)	45 (100.00)	12 (100.00)	41 (100.00)	48 (100.00)	1 (100.00)	150 (100.00)

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	จำแนกตามอาชีพ						รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน ของรัฐ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย/ อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ เกษียณ/ ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	
หาซื้อได้ง่าย	4.66	4.73	4.41	4.58	4.52	5.00	4.65
สะดวก มีจำหน่าย ทั่วไป	มากที่สุด	มากที่สุด	มาก	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
มีจำหน่ายใกล้ บ้าน	4.33	4.44	4.16	4.24	4.39	4.00	4.26
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
มีจำหน่ายใกล้ที่ ทำงาน	4.00	4.00	3.75	3.87	4.12	2.00	3.62
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	น้อย	มาก
มีสถานที่จอดรถ (สะดวกเพียงพอ)	5.00	3.77	3.50	3.26	3.87	4.00	3.90
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	มาก	มาก	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.49	4.23	3.95	3.98	4.22	3.75	4.10
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยและแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมปังโฮลวีท จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำแนกตามอาชีพ						รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงานของ รัฐ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย/อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ เกษียณ/ ไม่ได้ ประกอบ อาชีพ	
	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	ค่าเฉลี่ย แปรผล	
พนักงานขาย ให้บริการดี สุภาพ	4.66 มากที่สุด	4.26 มาก	4.16 มาก	3.87 มาก	4.29 มาก	4.00 มาก	4.20 มาก
มีการแนะนำสินค้า ด้วยการจัดบูทให้ ชิมฟรี	4.33 มาก	3.57 มาก	3.41 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.79 มาก	5.00 มากที่สุด	3.87 มาก
การโฆษณาทาง โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์	4.33 มาก	3.62 มาก	3.33 ปานกลาง	3.51 มาก	3.72 มาก	5.00 มากที่สุด	3.91 มาก
การส่งเสริมการ ขาย เช่น การลด ราคา มีของแถม มี คู่มือป้องกันโรค	4.66 มากที่สุด	3.46 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง	3.65 มาก	3.70 มาก	5.00 มากที่สุด	3.98 มาก
การแนะนำบอกต่อ จากบุคคลอื่นๆ เช่นญาติ เพื่อน	5.00 มากที่สุด	3.40 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	5.00 มากที่สุด	3.87 มาก
มีการสาธิตวิธีการ บริโภครูปแบบ ต่างๆ	4.33 มาก	3.17 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	5.00 มากที่สุด	3.59 มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.55 มากที่สุด	3.58 มาก	3.35 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.73 มาก	4.83 มากที่สุด	3.90 มาก

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 = มากที่สุด 3.51-4.50 = มาก 2.51-3.50 = ปานกลาง 1.51-2.50 = น้อย 1.00-1.50 = น้อยที่สุด

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นางสาวยุพาพิศ อินทร์เจลิยว

วัน เดือน ปี เกิด 7 สิงหาคม 2524

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสารวิทยา กรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2543

สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตร คณะเกษตรศาสตร์บางพระ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ปีการศึกษา 2547

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved