

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่งในอำเภอไชยปราการ อำเภอฝางและอำเภอแม่อาย จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่งในอำเภอไชยปราการ อำเภอฝางและอำเภอแม่อาย จังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม จากผู้ค้าส่งส้มสายน้ำผึ้งจำนวน 200 ตัวอย่าง ผลการศึกษา แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1-5)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง (ตารางที่ 6-15)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง (ตารางที่ 16-20)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ตารางที่ 21-36)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของผู้ค้าส่งที่มีต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง (ตารางที่ 37)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	69	34.50
หญิง	131	65.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.50 รองลงมาคือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.5

#### ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	27	13.50
30 – 40 ปี	79	39.50
41 – 50 ปี	50	25.00
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	44	22.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ มีอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ มากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 22.00 น้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.50

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	100	50.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	49	24.50
อนุปริญญาหรือ ปวส.	20	10.00
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	31	15.50
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 24.50 และมีการศึกษาระดับ อนุปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 10.00 ปริญญาตรีหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 15.50

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	19	9.50
10,000 – 20,000 บาท	97	48.50
20,001 – 30,000 บาท	44	22.00
มากกว่า 30,000 บาท	40	20.00
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.00 และมีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.50

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอำเภอที่ซื้อส้มสายน้ำผึ้ง

อำเภอ	จำนวน	ร้อยละ
อำเภอไชยปราการ	90	45.00
อำเภอฝาง	152	76.00
อำเภอแม่ฮาด	89	44.50

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อส้มที่อำเภอฝาง คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือซื้อที่อำเภอไชยปราการ คิดเป็นร้อยละ 45.00 และ อำเภอแม่ฮาด คิดเป็นร้อยละ 44.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้อส้มสายน้ำผึ้ง

วิธีการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อยี่ห้อมเดิมเป็นประจำ	43	21.50
ซื้อโดยไม่สนใจยี่ห้อ	157	78.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อโดยไม่สนใจยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 78.50 รองลงมาคือ ซื้อยี่ห้อมเดิมเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 21.50

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อของส้มสายน้ำผึ้งที่ซื้อ

ยี่ห้อ	จำนวน	ร้อยละ
ชนาธร	31	15.50
ฮันนี่ คิวิน	24	12.00
ปู้หมื่น	19	9.50
ช.เจริญ	13	6.50
สุจินต์	2	1.00
จงรักภักดิ์	25	12.50
เอ็มเค	21	10.50
แท็บ	15	7.50
อื่น ๆ ได้แก่ มิโชค สวนฉายสุวรรณ บุญถึง อนันผา โกเกียรติ สายทอง ว่างานิล อ่างขวาง	177	88.50

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อส้มโดยไม่คำนึงถึงยี่ห้อซื้อตาม  
โรงแวกซ์ หรือไม่จำเป็นต้องมียี่ห้อสวนไหนลูกสวยก็ซื้อ และยี่ห้ออื่น ๆ เช่น มิโชค สวน  
ฉายสุวรรณ บุญถึง อนันผา โกเกียรติ สายทอง ว่างานิจ อ่างขวาง คิดเป็นร้อยละ 88.50 รองลงมาคือ  
ส้มชนาธร คิดเป็นร้อยละ 15.50 และส้มจงรักภักดิ์ คิดเป็นร้อยละ 12.50 ฮันนี่ คิวิน คิดเป็นร้อยละ  
12.00เอ็มเค คิดเป็นร้อยละ10.50 ปู้หมื่น คิดเป็นร้อยละ9.50 แท็บ คิดเป็นร้อยละ7.50 ช.เจริญ คิด  
เป็นร้อยละ1.00 สุจินต์ คิดเป็นร้อยละ6.50

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อ ส้มสายน้ำผึ้ง

เหตุผลในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เชื่อมั่นในยี่ห้อของผู้ผลิต	61	30.50
ชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือยี่ห้อ	30	15.00
สัมคุณภาพดี ไม่มีลูกเน่าเสียปะปน	116	58.00
ส้มสามารถเก็บไว้ได้นาน	61	30.50
ส้มรสชาติดี	174	87.00
มีการรับรองความปลอดภัยด้านสารเคมีตกค้างจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้	41	20.50
อื่น ๆ	11	5.50

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ ได้แก่ ต่อรองราคาได้ ส้มมีสีผิวสวย ราคาถูก

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้งเพราะส้มรสชาติดี คิดเป็นร้อยละ 87.00 รองลงมาคือสัมคุณภาพดี ไม่มีลูกเน่าเสียปะปน คิดเป็นร้อยละ 58.00 และเชื่อมั่นในยี่ห้อของผู้ผลิต ส้มสามารถเก็บไว้ได้นาน คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีการรับรองความปลอดภัยด้านสารเคมีตกค้างจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ คิดเป็นร้อยละ 20.50 ชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 15.00 อื่น ๆ ได้แก่ต่อรองราคาได้ ส้มมีสีผิวสวย ราคาถูกคิดเป็นร้อยละ 5.50

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนในการซื้อส้มสายน้ำผึ้ง

จำนวน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 กิโลกรัม	7	3.50
501 – 1,000 กิโลกรัม	14	7.00
1,001 – 3,000 กิโลกรัม	46	23.00
มากกว่า 3,000 กิโลกรัม	133	66.50
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อส้มสายน้ำผึ้งครั้งละมากกว่า 3,000 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมาคือ 1,001 – 3,000 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ 501 – 1,000 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 7.00 น้อยกว่า 500 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง

ความถี่ในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	94	47.00
สองถึงสามวันต่อครั้ง	60	30.00
สัปดาห์ละครั้ง	38	19.00
นาน ๆ ครั้ง	8	4.00
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือ ส้มสายน้ำผึ้งสองถึงสามวันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.00 และซื้อสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.00 นาน ๆ ครั้งคิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทการชำระเงิน

การชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ชำระด้วยเงินสด	129	64.50
ชำระโดยการให้เครดิต	60	30.00
ชำระด้วยเงินสดและให้เครดิต	11	5.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาคือ ชำระเงินโดยการให้เครดิต คิดเป็นร้อยละ 30.00 และชำระด้วยเงินสดและให้เครดิต คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการซื้อ ส้มสายน้ำผึ้ง

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	3	1.50
การโฆษณาทางวิทยุ	9	4.50
ป้ายโฆษณา	2	1.00
การโฆษณาทางใบปลิว / แผ่นพับ	5	2.50
ข้อมูลจากญาติหรือเพื่อน	68	34.00
ข้อมูลจากผู้ผลิตโดยตรง	164	82.00
อื่น ๆ	18	9.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ ได้แก่ การพูดคุยโดยนายหน้าหรือคนรู้จัก ชาวบ้าน การออกสำรวจด้วยตนเอง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารจากผู้ผลิตโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ ข้อมูลจากญาติหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และอื่น ๆ ได้แก่ การพูดคุยโดยนายหน้าหรือคนรู้จัก ชาวบ้าน การออกสำรวจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 9.00 การโฆษณาทางวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 4.50 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 1.50 การโฆษณาทางใบปลิว / แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 2.50 ป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 1.00



ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการในการซื้อส้มสายน้ำผึ้ง

วิธีการ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อผ่านนายหน้า	31	15.50
ผู้ผลิตส่งตรง	30	15.00
ซื้อด้วยตนเอง	137	68.50
อื่น ๆ	2	1.00
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อส้มสายน้ำผึ้งด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมาคือ ซื้อผ่านนายหน้า คิดเป็นร้อยละ 15.50 และซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 15.00 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการกำหนดราคาส้มสายน้ำผึ้ง

วิธีการกำหนดราคา	จำนวน	ร้อยละ
กำหนดราคาตามผู้ค้าส่ง	139	69.50
กำหนดราคาโดยผู้ผลิต	61	30.50
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กำหนดราคาส้มสายน้ำผึ้งตามผู้ค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาคือกำหนดราคาโดยผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 30.50

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการติดต่อกับผู้ผลิต

วิธีการติดต่อกับผู้ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์	197	98.50
อื่น ๆ	3	1.50
รวม	200	100.00

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ทั้งทางโทรศัพท์และทางแฟกซ์ มาติดต่อด้วยตัวเอง

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้โทรศัพท์ในการติดต่อกับผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 98.50 รองลงมาคือติดต่อทั้งทางโทรศัพท์และแฟกซ์ มาติดต่อด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 1.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อส้มสายน้ำผึ้งของผู้ค้าส่ง  
 ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย  
 ส่วนประสมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.74	มาก
2. ด้านราคา	3.76	มาก
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.04	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.61	มาก
รวม	3.53	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด  
 ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาดเรียงตามลำดับได้แก่ด้านราคา รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริม  
 การตลาด และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ระดับของความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปล ผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ทรายี่หือเป็นที รู้จักของคนทั่วไป	49 (24.50)	37 (18.50)	20 (10.00)	26 (13.00)	68 (34.00)	200 (100.00)	2.86	ปาน กลาง
2. บรรจุภัณฑ์ สะดวกในการ ขนส่ง	94 (47.00)	32 (16.00)	7 (3.50)	23 (11.50)	44 (22.00)	200 (100.00)	3.54	มาก
3. ปราศจากสารพิษ ตกค้าง	41 (20.50)	80 (40.00)	27 (13.50)	31 (15.50)	21 (10.50)	200 (100.00)	3.44	ปาน กลาง
4. มีคุณภาพ สามารถนำไปขาย ต่อได้ราคาดี	139 (69.50)	56 (28.00)	3 (1.50)	0 (0.00)	2 (1.00)	200 (100.00)	4.65	มาก ที่สุด
5. ปริมาณบรรจุได้ มาตรฐาน	146 (73.00)	32 (16.00)	4 (2.00)	12 (6.00)	6 (3.00)	200 (100.00)	4.50	มาก ที่สุด
6. สินค้ามีเพียงพอ กับความต้องการ ของผู้ค้าส่ง	102 (51.00)	33 (16.50)	13 (6.50)	7 (3.50)	45 (22.50)	200 (100.00)	3.70	มาก
7. สามารถเก็บ รักษาได้ค่อนข้าง นาน เสียหายน้อย	102 (51.00)	33 (16.50)	13 (6.50)	7 (3.50)	45 (22.50)	200 (100.00)	3.54	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.74</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ มีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี (4.65) ปริมาณบรรจุ ได้มาตรฐาน (4.50) ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ

ของผู้ค้าส่ง (3.70) บรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย (3.54) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้าน ปราศจากสารพิษตกค้าง (3.44) และ ทรายหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป (2.86)

**ตารางที่ 18** จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับของความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	76 (38.00)	41 (20.50)	14 (7.00)	21 (10.50)	48 (24.00)	200 (100.00)	3.38	ปานกลาง
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	142 (71.00)	49 (24.50)	5 (2.50)	2 (1.00)	2 (1.00)	200 (100.00)	4.63	มากที่สุด
3. ราคาเป็นไปตามกลไกตลาด	77 (38.50)	81 (40.50)	6 (3.00)	14 (7.00)	22 (11.00)	200 (100.00)	3.88	มาก
4. ราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้	50 (25.00)	43 (21.50)	34 (17.00)	36 (18.00)	37 (18.50)	200 (100.00)	3.16	ปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.76</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.63) ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด (3.88) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ (3.38) และราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ (3.16)

ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	ระดับของความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปล ผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ระบบการจัดส่ง สินค้ามีความ ถูกต้อง	99 (49.50)	33 (16.50)	8 (4.00)	10 (5.00)	50 (25.00)	200 (100.00)	3.60	มาก
2. บริเวณที่จอดรถ มีเพียงพอ	58 (29.00)	35 (17.50)	18 (9.00)	24 (12.00)	65 (32.50)	200 (100.00)	2.98	ปาน กลาง
3. มีบริการจัดส่ง ถึงที่	37 (18.50)	25 (12.50)	11 (5.50)	17 (8.50)	110 (55.00)	200 (100.00)	2.31	น้อย
4. ส่งมอบสินค้า ได้ทันเวลา	56 (28.00)	39 (19.50)	4 (2.00)	49 (24.50)	52 (26.00)	200 (100.00)	2.99	ปาน กลาง
5. มีบริการให้ยืม ภาชนะบรรจุ	94 (47.00)	15 (7.50)	15 (7.50)	15 (7.50)	61 (30.50)	200 (100.00)	3.33	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.04	ปาน กลาง

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย  
โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.04 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่  
ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง (3.60) ให้  
ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ (3.33) ส่งมอบสินค้า  
ได้ทันเวลา (2.99) บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ (2.98) และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อปัจจัยย่อย  
ด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ (2.31)

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของความสำคัญ					รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา	73 (36.50)	38 (19.00)	14 (7.00)	43 (17.00)	41 (20.50)	200 (100.00)	3.34	ปานกลาง
2. มีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า	85 (42.50)	20 (10.00)	13 (6.50)	14 (7.00)	68 (34.00)	200 (100.00)	3.20	ปานกลาง
3. มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง	94 (47.00)	28 (14.00)	8 (4.00)	11 (5.50)	59 (29.50)	200 (100.00)	3.43	ปานกลาง
4. สามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์	169 (84.50)	26 (13.00)	5 (2.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	200 (100.00)	4.82	มากที่สุด
5. มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง	79 (39.50)	46 (23.00)	14 (7.00)	16 (8.00)	45 (22.50)	200 (100.00)	3.49	ปานกลาง
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม	38 (19.00)	68 (34.00)	47 (23.50)	33 (16.50)	14 (7.00)	200 (100.00)	3.41	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.61	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ สามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ (4.82) ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง (3.49) มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง (3.43) มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม (3.41) ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา (3.34) มีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า (3.20)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ตรีयीหือเป็นทึรู้จักของคนทัวไป	2.79 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
2. บรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง	3.18 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.54 (มาก)
3. ปราศจากสารพิษตกค้าง	3.28 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
4. มีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี	4.43 (มาก)	4.76 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
5. ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน	4.34 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
6. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของผู้ค้าส่ง	3.68 (มาก)	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)
7. สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย	3.66 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.62</b> (มาก)	<b>3.80</b> (มาก)	<b>3.74</b> (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.74 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.80 และให้ความสำคัญที่มากกว่าเพศชายที่ค่าเฉลี่ย 3.62 ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.43รองลงมาคือ ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.34 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของผู้ค้าส่งมีค่าเฉลี่ย 3.68 สามารถเก็บรักษาได้



ค่อนข้างนาน เสียหายน้อยมีค่าเฉลี่ย 3.66 ปราศจากสารพิษตกค้างมีค่าเฉลี่ย 3.28 บรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ทรายี่ห่อเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมีค่าเฉลี่ย 2.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.76 รองลงมาคือ ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.58 และให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านบรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.73 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของผู้ค้าส่ง 3.70 ปราศจากสารพิษตกค้าง 3.52 สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย 3.47 ทรายี่ห่อเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป 2.90



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.49 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.76 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
3. ราคาเป็นไปตามกลไกตลาด	4.14 (มาก)	3.74 (มาก)	3.88 (มาก)
4. ราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้	3.17 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.89</b> (มาก)	<b>3.69</b> (มาก)	<b>3.76</b> (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 โดย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.89 ให้ความสำคัญมากกว่าเพศหญิง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.76 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.49 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางราคาไม่สูงทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.17

เพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.56 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.74 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.32 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางราคาไม่สูงทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.16

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง	3.66 (มาก)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
2. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	3.24 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
3. มีบริการจัดส่งถึงที่	2.14 (น้อย)	2.39 (น้อย)	2.31 (น้อย)
4. ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา	3.05 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
5. มีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ	3.62 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
รวม	3.14 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.04 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.14 และให้ความสำคัญในระดับมากกว่าเพศหญิงที่มีค่าเฉลี่ย 2.98

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือมีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.62 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.24 ให้ความสำคัญด้านส่งมอบสินค้าทันเวลามีค่าเฉลี่ย 3.05 ให้ความสำคัญในระดับน้อยกับการมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.57 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้าน

มีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.17 ส่งมอบสินค้าทันเวลามีค่าเฉลี่ย 2.95 บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.84 และให้ความสำคัญในระดับน้อยกับการมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.39



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา	3.52 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
2. มีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า	2.95 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3. มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง	3.59 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
4. สามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์	4.72 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)
5. มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม	3.34 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
รวม	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีค่าเฉลี่ย 3.59 และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ย 3.62

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้าน สามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.72 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้าน มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.59 และได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.52 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่งมีค่าเฉลี่ย 3.46 มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.34 และมีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้าน สามารถติดต่อได้ผ่านทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.87 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้าน มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อย ด้านมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.45 มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.35 มีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.32 และได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.24



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	น้อยกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ทรายหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	3.50 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.34 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
2. บรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง	3.50 (มาก)	3.93 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
3. ปราศจากสารพิษตกค้าง	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
4. มีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี	5.00 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
5. ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน	4.50 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
6. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของผู้ค้าส่ง	3.50 (มาก)	3.83 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
7. สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย	5.00 (มากที่สุด)	3.70 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>4.07</b> (มาก)	<b>3.86</b> (มาก)	<b>3.53</b> (มาก)	<b>3.60</b> (มาก)	<b>3.74</b> (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.07 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.86 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.53 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย

มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือ ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.50 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้าน ทรายหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป บรรจุกฎเกณฑ์สะดวกในการขนส่ง ปราศจากสารพิษตกค้างและสินค้ามีเพียงพอความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้าน มีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาคือ ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.53 ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านบรรจุกฎเกณฑ์สะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.93 สินค้ามีเพียงพอความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.83 สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.70 ปราศจากสารพิษตกค้างมีค่าเฉลี่ย 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อย ด้านทรายหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมีค่าเฉลี่ย 2.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้าน มีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.52 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.46 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยด้าน ปราศจากสารพิษตกค้าง มีค่าเฉลี่ย 3.46 สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.30 สินค้ามีเพียงพอความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.20 บรรจุกฎเกณฑ์สะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.04 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อย ทรายหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 2.78

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.68 รองลงมาคือ ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.61 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีเพียงพอความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.00 สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.36ปราศจากสารพิษตกค้าง มีค่าเฉลี่ย 3.15 บรรจุกฎเกณฑ์สะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.11 และให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยย่อย ทรายหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมีค่าเฉลี่ย 2.34



ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ				
	น้อยกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	4.50 (มากที่สุด)	3.41 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.50 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
3. ราคาเป็นไปตามกลไกตลาด	4.50 (มากที่สุด)	3.92 (มาก)	4.02 (มาก)	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)
4. ราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็ สามารถค้าส่งได้	3.50 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>4.25</b> (มาก)	<b>3.85</b> (มาก)	<b>3.61</b> (มาก)	<b>3.74</b> (มาก)	<b>3.76</b> (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.25 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.85 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.61 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.74

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.50 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.59 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.92 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.48 ด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.50 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านราคา เป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.02 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.00 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 2.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.86 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.81 และราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.52 และ ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 2.79

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ				
	น้อยกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง	4.00 (มาก)	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
2. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	3.50 (มาก)	3.01 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
3. มีบริการจัดส่งถึงที่	3.50 (มาก)	2.29 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.31 (น้อย)
4. ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา	4.50 (มากที่สุด)	3.13 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
5. มีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
รวม	3.80 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.04 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.80 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.08 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.73 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ มากกว่า 50 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.50 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.00 บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีบริการจัดส่งถึงที่ มีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.56 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.43 ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.13 บริเวณที่จอด

รวมเพียงพอมีค่าเฉลี่ย 3.01 และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.58 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.84 ด้านส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 2.58 และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.45 บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.27 ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.81 และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.25

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	น้อยกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	41 - 50 ปี	มากกว่า 50 ปี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา	4.00 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
2. มีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า	4.00 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	2.45 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3. มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง	3.50 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
4. สามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์	5.00 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.94 (มากที่สุด)	4.95 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)
5. มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง	4.50 (มากที่สุด)	3.53 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
รวม	3.57 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.57 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.08 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.19 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.50 และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยด้านได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่งมีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 – 40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้าน สามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.68 ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านมี กิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.64 มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.53 มีการให้ เทรดดิทกับผู้ค้าส่งมีค่าเฉลี่ย 3.36 ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีเครื่องจักรใน การคัดเกรดและบรรจุสินค้ามีค่าเฉลี่ย 3.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.94 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีการให้เทรดดิทกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.66 มีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.62 ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.48 มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.38 มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัย ย่อยด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.95 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อ ปัจจัยย่อยด้านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.47 มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.09 ด้านมีการให้เทรดดิทกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.04 และให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยย่อย ด้านเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า มี ค่าเฉลี่ย 2.45

**ตารางที่ 29** ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า ม.ปลาย	ม.ปลาย / ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ทรายหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	3.03 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.20 (น้อย)	2.96 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
2. บรรจุกิจกรรมสะดวกในการขนส่ง	3.83 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)
3. ปราศจากสารพิษตกค้าง	3.50 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
4. มีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ ราคาดี	4.64 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
5. ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน	4.69 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	3.65 (มาก)	4.06 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
6. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ของผู้ค้าส่ง	3.68 (มาก)	4.04 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.70 (มาก)
7. สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย	3.48 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.80 (มาก)	3.61 (มาก)	3.54 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3.72</b> (มาก)	<b>3.45</b> (ปานกลาง)	<b>3.69</b> (มาก)	<b>3.74</b> (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 3.72 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.69 รองลงมาคือ มีคุณภาพสามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.64 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย

ด้านบรรจุกิจกรรมสะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.83 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.68 ปราศจากสารพิษตกค้างและปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อย ด้านสามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.48 ทรายี่หือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.73 รองลงมาคือ มีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.62 ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.04 สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.51 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อย ด้านปราศจากสารพิษตกค้าง มีค่าเฉลี่ย 3.26 บรรจุกิจกรรมสะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.16 และทรายี่หือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 2.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.75 ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อย ด้านสามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.80 ปราศจากสารพิษตกค้าง ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.65 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อย ด้านสินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.20 บรรจุกิจกรรมสะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 2.90 และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อปัจจัยย่อย ด้านทรายี่หือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 2.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.67 ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.06 บรรจุกิจกรรมสะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.64 สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.61 สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.54 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านปราศจากสารพิษตกค้าง มีค่าเฉลี่ย 3.41 และทรายี่หือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 2.96



ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า ม.ปลาย	ม.ปลาย / ปวช.	ปวส. อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.51 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	2.96 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.67 (มากที่สุด)	4.67 (มากที่สุด)	4.55 (มากที่สุด)	4.51 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
3. ราคาเป็นไปตามกลไกตลาด	3.76 (มาก)	4.26 (มาก)	3.90 (มาก)	3.67 (มาก)	3.88 (มาก)
4. ราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็ สามารถค้าส่งได้	3.00 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.58 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.73 (มาก)</b>	<b>3.79 (มาก)</b>	<b>3.97 (มาก)</b>	<b>3.68 (มาก)</b>	<b>3.76 (มาก)</b>

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาค่าต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ย 3.73 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 3.79 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. มีค่าเฉลี่ย 3.97 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาค่าต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.67 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.76 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.51 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.67 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.26 ให้ความสำคัญในระดับ

ปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.22 และราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.55 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.90 ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.75 และราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.51 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.67 ราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.58 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 2.96

**ตารางที่ 31** ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า ม.ปลาย	ม.ปลาย / ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ระบบการจัดส่งสินค้ามีความ ถูกต้อง	3.44 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)	4.09 (มาก)	3.60 (มาก)
2. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	3.09 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	3.06 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
3. มีบริการจัดส่งถึงที่	2.32 (น้อย)	2.30 (น้อย)	1.60 (น้อย)	2.74 (ปานกลาง)	2.31 (น้อย)
4. ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา	2.76 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
5. มีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ	3.33 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>2.98</b> (ปานกลาง)	<b>3.09</b> (ปานกลาง)	<b>2.77</b> (ปานกลาง)	<b>3.30</b> (ปานกลาง)	<b>3.04</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.04 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ย 2.98 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 3.09 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. มีค่าเฉลี่ย 2.77 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาคือมีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.33 และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.09 ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.76 และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.59 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.34 ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.26 บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.00 และให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยย่อย ด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.70 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.20 ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.05 และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อปัจจัยย่อย บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.30 และด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 1.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 4.09 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.38 ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.25 บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.06 และด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.75

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า ม.ปลาย	ม.ปลาย / ปวช.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา	3.30 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
2. มีเครื่องจักรในการคิดเกรดและบรรจุสินค้า	3.36 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	3.16 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3. มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง	3.41 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
4. สามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์	4.85 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)
5. มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง	3.46 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม	3.46 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.64</b> (มาก)	<b>3.52</b> (มาก)	<b>3.27</b> (ปานกลาง)	<b>3.63</b> (มาก)	<b>3.61</b> (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านมัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ย 3.64 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 3.52 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. มีค่าเฉลี่ย 3.27 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาด้านมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.85 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางค่าเฉลี่ยเดียวกัน ต่อปัจจัยย่อยด้านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีกิจกรรม

ช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.46 และมีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.41 มีเครื่องจักรในการคัดแยกและบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.36 และได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.85 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.59 มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.51 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.38 มีเครื่องจักรในการคัดแยกและบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.20 และด้านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 2.61

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.75 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.35 และมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้า มีค่าเฉลี่ย 3.20 ด้านมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.05 ด้านได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 2.85 และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีเครื่องจักรในการคัดแยกและบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 2.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.70 ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.70 และมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.58 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ด้านมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.22 และด้านมีเครื่องจักรในการคัดแยกและบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.16

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	น้อยกว่า 10,000 บ.	10,000 – 20,000 บ.	20,001 – 30,000 บ.	มากกว่า 30,000 บ.	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ทรายหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	3.63 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)
2. บรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง	4.68 (มากที่สุด)	3.73 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
3. ปราศจากสารพิษตกค้าง	3.94 (มาก)	3.81 (มาก)	2.77 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
4. มีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ ราคาดี	5.00 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.52 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)
5. ปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน	4.63 (มากที่สุด)	3.37 (ปานกลาง)	4.47 (มาก)	4.77 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
6. สินค้ามีเพียงพอกับความต้องการ ของผู้ค้าส่ง	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.70 (มาก)	3.55 (มาก)	3.70 (มาก)
7. สามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย	4.04 (มาก)	3.62 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
รวม	4.23 (มาก)	3.70 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.74 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือผู้มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 4.23 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.70 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.54 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ระดับค่าเฉลี่ยปานกลางคือผู้มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.49

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อย ด้านมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 5.00 รองลงมาคือบรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.68 และด้านปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.63 ให้

ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านสามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อยมีค่าเฉลี่ย 4.04 ด้านปราศจากสารพิษตกค้าง มีค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านสินค้ามีเพียงพอกับ ความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.73 และด้านตราหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.65 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านปราศจากสารพิษตกค้าง มีค่าเฉลี่ย 3.81 และด้านสินค้ามีเพียงพอกับ ความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.75 ด้านบรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.73 ด้านสามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อยมีค่าเฉลี่ย 3.62 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ด้านปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 3.37 และตราหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.59 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.47 และสินค้ามีเพียงพอกับ ความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.70 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านบรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ด้านสามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อย มีค่าเฉลี่ย 3.18 ด้านปราศจากสารพิษตกค้าง มีค่าเฉลี่ย 2.77 และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อปัจจัยย่อย ด้านตราหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 2.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านปริมาณบรรจุได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.77 รองลงมาคือมีคุณภาพ สามารถนำไปขายต่อได้ ราคาดี มีค่าเฉลี่ย 4.52 และให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีเพียงพอ กับความต้องการของผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.55 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านสามารถเก็บรักษาได้ค่อนข้างนาน เสียหายน้อยมีค่าเฉลี่ย 3.47 ด้านปราศจากสารพิษตกค้าง มีค่าเฉลี่ย 3.05 ด้านบรรจุภัณฑ์สะดวกในการขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 2.80 และด้านตราหือเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 2.62



ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	น้อยกว่า 10,000 บ.	10,000 – 20,000 บ.	20,001 – 30,000 บ.	มากกว่า 30,000 บ.	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ	3.84 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.36 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.77 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
3. ราคาเป็นไปตามกลไกตลาด	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)	3.50 (มาก)	4.10 (มาก)	3.88 (มาก)
4. ราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็ สามารถค้าส่งได้	3.10 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)	<b>3.63</b> (มาก)	<b>3.69</b> (มาก)	<b>3.76</b> (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.83 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.63 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.36 รองลงมาคือ ด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.05 ด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.84 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.61 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.93 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 3.42 และด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.36

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.77 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.50 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.31 และด้านราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 2.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.65 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเป็นไปตามกลไกตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.10 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีค่าเฉลี่ย 3.27 และด้านราคาไม่สูงมาก ทุนไม่มากก็สามารถค้าส่งได้ มีค่าเฉลี่ย 2.77

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	น้อยกว่า 10,000 บ.	10,000 – 20,000 บ.	20,001 – 30,000 บ.	มากกว่า 30,000 บ.	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ระบบการจัดส่งสินค้ามีความ ถูกต้อง	3.57 (มาก)	3.69 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)
2. บริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ	3.21 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)
3. มีบริการจัดส่งถึงที่	2.94 (ปานกลาง)	2.39 (น้อย)	1.47 (น้อยที่สุด)	2.72 (ปานกลาง)	2.31 (น้อย)
4. ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา	3.84 (มาก)	2.92 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	3.42 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
5. มีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ	3.31 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
รวม	3.37 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.51 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.04 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.37 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.14 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 2.51 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.57 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยด้านมีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.31 และด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.69 มีบริการให้ยืมภาชนะบรรจุ

มีค่าเฉลี่ย 3.51 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ  
มีค่าเฉลี่ย 3.22 ด้าน ส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.92 และให้ความสำคัญในระดับน้อย ต่อ  
ปัจจัยย่อย ด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับ  
ปานกลาง ต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.29 มีบริการให้ยืม  
ภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 2.75 และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 2.72 ให้ความสำคัญในระดับ  
น้อย ต่อปัจจัยย่อย ด้านส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.36 และให้ความสำคัญในระดับน้อย  
ที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 1.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อ  
ปัจจัยย่อย ด้านระบบการจัดส่งสินค้ามีความถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือ ด้านมีบริการให้ยืม  
ภาชนะบรรจุ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านส่งมอบสินค้าได้  
ทันเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.42 ด้านมีบริการจัดส่งถึงที่ มีค่าเฉลี่ย 2.72 และบริเวณที่จอดรถมีเพียงพอ มี  
ค่าเฉลี่ย 2.57

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	น้อยกว่า 10,000 บ.	10,000 – 20,000 บ.	20,001 – 30,000 บ.	มากกว่า 30,000 บ.	รวม
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1. ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา	3.68 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
2. มีเครื่องจักรในการคิดเกรดและบรรจุสินค้า	3.73 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
3. มีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง	4.00 (มาก)	3.51 (มาก)	2.86 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
4. สามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์	4.89 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)	4.82 (มากที่สุด)
5. มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง	3.78 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
6. มีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม	3.31 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.89</b> (มาก)	<b>3.59</b> (มาก)	<b>3.41</b> (ปานกลาง)	<b>3.73</b> (มาก)	<b>3.61</b> (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.89 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.59 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.41 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย 3.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อย ด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.89 ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านมีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 4.00 ด้านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มี

ค่าเฉลี่ย 3.78 ด้านมีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.73 ด้านได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.68 และด้านมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อปัจจัยย่อย ด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.76 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.51 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.41 ด้านได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.36 ด้านมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมมีค่าเฉลี่ย 3.34 และด้านมีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.86 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.70 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ด้านมีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.90 ด้านได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 2.88 และด้านมีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 2.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อได้ง่ายทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 4.87 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.72 ได้รับส่วนลดกรณีสินค้ามีปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.62 ด้านมีการให้เครดิตกับผู้ค้าส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.60 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ต่อปัจจัยย่อย ด้านมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.32 ด้านมีเครื่องจักรในการคัดเกรดและบรรจุสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.27

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านปัญหาและอุปสรรคของผู้ค้าส่งที่มีต่อการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง

ตารางที่ 37 จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัญหาและอุปสรรคในการเลือกซื้อส้มสายน้ำผึ้ง

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน	ร้อยละ
ผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นช่วง ๆ ไม่สม่ำเสมอทำให้การค้าไม่ต่อเนื่อง	86	43.00
ส้มสายน้ำผึ้งเป็นสินค้าเกษตรที่มีราคาไม่แน่นอนทำให้ขาดทุนมาก	51	25.50
สวนส้มสายน้ำผึ้งอยู่ห่างไกล ยากต่อการดูแลผลผลิตก่อนตัดสินใจซื้อ	87	43.50
หากต้องการปริมาณมาก ต้องซื้อจากหลาย ๆ สวนทำให้คุณภาพไม่สม่ำเสมอ	96	48.00
โรงคัดขนาดไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล	44	22.00
การจัดการในโรงคัดแยกไม่เป็นระบบ	40	20.00
ตระกร้าที่ใช้บรรจุมักสูญหาย	99	49.50
ต้องเสียค่าบริการที่พักรถหรือสินค้าข้ามคืน	40	20.00
เส้นทางขนส่งไม่สะดวก	51	25.50
ค่าขนส่งแพง เนื่องจากราคาน้ำมันเพิ่มขึ้น	165	82.50
ไม่สามารถเลือกผลส้มตามขนาดที่ต้องการได้	59	29.50
ไม่สามารถจัดหาเครื่องคัดขนาดเป็นของตัวเองเนื่องจากราคาแพง	102	51.00
ความเสียหายที่เกิดจากเครื่องคัดขนาดไม่ได้มาตรฐาน	31	15.50

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัญหาเรียงตามลำดับดังนี้ ค่าขนส่งแพง เนื่องจากราคาน้ำมันเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 82.50 ไม่สามารถจัดหาเครื่องคัดขนาดเป็นของตัวเองได้เนื่องจากราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 51.00 ตะกร้าที่ใช้บรรจุมักสูญหาย คิดเป็น ร้อยละ 49.50 หากต้องการปริมาณมาก ต้องซื้อจากหลาย ๆ สวนทำให้คุณภาพไม่สม่ำเสมอคิดเป็นร้อยละ 48.00 สวนส้มสายน้ำผึ้งอยู่ห่างไกล ยากต่อการดูแลผลผลิตก่อนตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 43.50 ผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นช่วง ๆ ไม่สม่ำเสมอทำให้การค้าไม่ต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 43.00 ไม่สามารถเลือกผลส้มตามขนาดที่ต้องการได้ คิดเป็นร้อยละ 29.50 เส้นทางขนส่งไม่

สะดวก คิดเป็นร้อยละ 25.50 สัมภาษณ์ผู้เป็นสินค้าเกษตรที่มีราคาไม่แน่นอนทำให้ขาดทุนมากคิดเป็นร้อยละ 25.50 โรงคัดขนาดไม่เพียงพอในช่วงเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 22.00 การจัดการในโรงคัดแยกไม่เป็นระบบ คิดเป็นร้อยละ 20.00 ต้องเสียค่าบริการที่พักรถหรือสินค้าข้ามคืน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ความเสียหายที่เกิดจากเครื่องคัดขนาดไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 15.50

#### ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ค้าส่งอยากให้เกษตรกรผลิตส้มออกมานอกฤดูด้วย จะได้มีตลาดกว้างทั่วประเทศ และส้มควรมีมาตรฐานที่ดี และมีคุณภาพความทัดเทียมกัน

ปัญหาด้านแรงงาน การขาดแคลนแรงงาน ต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าว ซึ่งมักมีปัญหาตามมาภายหลัง

ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ผู้ค้าส่งอยากให้มีการซื้อขายโดยใช้เฉพาะเงินสดเท่านั้น หรือมีการจ่ายเงินตามกำหนดเวลาที่ตกลงกันไว้ ซึ่งจะได้ไม่เป็นปัญหาในการซื้อขายและจะลดปัญหาเรื่องการซื้อขายด้วยระบบเครดิตขาดความน่าเชื่อถือ และในภาวะปัจจุบันปัญหาเรื่องค่าขนส่งเป็นปัญหาสำคัญ ดังนั้นผู้ค้าส่งจึงอยากให้รัฐบาลช่วยเหลือเรื่องค่าขนส่งอันเนื่องมาจากราคาน้ำมันที่แพงขึ้นด้วย