บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร ได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ ประเภทของอาหาร จำนวนเงินที่ใช้ซื้อ วัตถุประสงค์ ข้อพิจารณา และความถี่ในการซื้อ (ตารางที่ 2 - 13)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (ตารางที่ 14 - 17)

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด (ตารางที่ 18 - 21)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน (ตารางที่ 22 - 37)

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน (ตารางที่ 38 - 53)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	72	36.0
หญิง	128	64.0
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 64 และเป็นเพศชาย จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 36

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 ปี	3	1.5
15 - 25 ปี	39	19.5
26 - 35 ปี	84	42.0
36 - 45 ปี	51	25.5
46 - 55 ปี	19	9.5
มากกว่า 55 ปี	4	2.0
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี มากที่สุด จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมามีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีอายุระหว่าง 46 - 55 ปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 มีอายุมากกว่า 55 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0 และมีอายุน้อยกว่า 15 ปี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โสด	80	40.0
สมรส	100	50.0
หย่าร้าง / แยกกันอยู่	9	4.5
หม้าย	11	5.5
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 ลองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 สถานภาพหม้าย จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 และน้อยที่สุดมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	2.5
มัธยมศึกษา	33	16.5
ปวส. / อนุปริญญา	58	29.0
ปริญญาตรี	92	46.0
สูงกว่าปริญญาตรี	12	6.0
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.0รองลงมาเป็นการศึกษาในระดับ ปวส./อนุปริญญา จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.0 มีระดับมัธยมศึกษา จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.5 มีสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 และน้อยที่สุดมีระดับประถมศึกษา จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	14	7.0
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	37	18.5
พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง	110	55.0
เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	26	13.0
แม่บ้าน	13	6.5
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้างมากที่สุด จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาเป็นอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 เจ้าของกิจการ / ค้าขาย จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 และน้อยที่สุดมีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	13	6.5
5,000 ─ 15,000 บาท	64	32.0
15,001 ─ 25,000 บาท	48	24.0
25,001 ─ 35,000 บาท	41	20.5
35,001 ─ 45,000 บาท	8	4.0
มากกว่า 45,000 บาท	26	13.0
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 ─ 15,000 บาท จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 ─ 25,000 บาท จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 ─ 35,000 บาท จำนวน 41 ราย คิดเป็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ร้อยละ 20.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 และน้อยที่สุดมี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 ─ 45,000 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัวเอง	123	61.5
คู่สมรส	21	10.5
เพื่อน	11	5.5
สมาชิกในครอบครัว	37	18.5
พนักงานขาย	7	3.5
อื่นๆ	1	0.5
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 8 พบว่า ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อจำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาเป็นสมาชิกในครอบครัวเป็นผู้มีอิทธิพลในการซื้อ จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 มีคู่สมรสที่มีอิทธิพลในการซื้อ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5 มีเพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีพนักงานขายเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 และน้อยที่สุดเป็นผู้ที่มีอิทธิพลอื่นๆ เช่น หัวหน้างาน จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งที่ซื้อ

ประเภทของอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง	70	35.0
อาหารทะเลสำเร็จรูปแช่แข็ง	94	47.0
เบเกอรี่และขนมหวานแช่แข็ง	17	8.5
ฟาสต์ฟูดส์แช่แข็ง	19	9.5
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออาหารทะเลสำเร็จรูปแช่แข็งมากที่สุด จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมามีการซื้ออาหารกล่องสำเร็จรูปแช่แข็ง จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีการซื้อฟาสต์ฟูดส์แช่แข็ง จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 และน้อยที่สุดเป็นการซื้อเบเกอรี่และขนมหวานแช่แข็ง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

เหตุ-ผลในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รสชาติอร่อย	20	10.0
อยากทดลอง	22	11.0
สะดวกในการบริโภค	123	61.5
การโฆษณาในสื่อต่างๆ	9	4.5
กิจกรรมส่งเสริมการขาย ชิมฟรี	4	2.0
มีผู้แนะนำ	4	2.0
เก็บได้นาน	16	8.0
อื่นๆ	2	1.0
รวม	**200**	**100.0**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 10 พบว่า ความสะดวกในการบริโภคเป็นเหตุผลในการซื้อมากที่สุดจำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา เป็นความอยากทดลอง จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 ความอร่อยของรสชาติ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 สามารถเก็บได้นาน จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0 การโฆษณาในสื่อต่างๆ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 กิจกรรมส่งเสริมการขายชิมฟรี และมีผู้แนะนำ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0 เท่ากัน และน้อยที่สุดเป็นอื่นๆ เช่น เพื่อนซื้อมาฝาก จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการพิจารณาในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

ข้อพิจารณาในการซื้อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รสชาติ	98	49.0
ยี่ห้อ	10	5.0
บรรจุภัณฑ์	28	14.0
ราคา	20	10.0
ส่วนประกอบ	14	7.0
ตรารับรองคุณภาพ (อย.)	20	10.0
อื่นๆ	10	5.0
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณารสชาติในการซื้อมากที่สุดจำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.0รองลงมาเป็นบรรจุภัณฑ์ จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 มีเรื่องราคาและตรารับรองคุณภาพเท่ากัน คือ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนประกอบ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 และน้อยที่สุดมียี่ห้อและข้อพิจารณาอื่นๆ คือ ปรุงง่าย สะดวกรวดเร็ว และประหยัดเวลา เท่ากัน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อ

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ทุกวัน	-	-
สัปดาห์ละ 4 ─ 6 ครั้ง	7	3.5
สัปดาห์ละ 2 ─ 3 ครั้ง	20	10.0
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	38	19.0
เดือนละ 2 ครั้ง	35	17.5
เดือนละ 1 ครั้ง	29	14.5
ไม่แน่นอน	71	35.5
รวม	**200**	**100.0**

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อแบบไม่แน่นอนมากที่สุด จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาสัปดาห์ละ 1 ครั้งจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 สัปดาห์ละ 2 ครั้ง จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.5 เดือนละครั้ง จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.5 สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 และน้อยที่สุดเป็น สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินในการซื้อต่อครั้ง

จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้ง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	75	37.5
101 ─ 200 บาท	70	35.0
201 ─ 300 บาท	30	15.0
301 ─ 400 บาท	15	7.5
401 ─ 500 บาท	5	2.5
มากกว่า 500 บาท	5	2.5
รวม	**200**	**100.0**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้เงินในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งต่อครั้ง ไม่เกิน100 บาท มากที่สุด จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาใช้เงินในการซื้อต่อครั้ง 101-200 บาทจำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 ใช้เงินในการซื้อต่อครั้ง 201-300 บาท จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ใช้เงินในการซื้อต่อครั้ง 301-400 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5 และน้อยที่สุดใช้เงินในการซื้อต่อครั้ง 401-500 และมากกว่า 500 บาทเท่ากัน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะอาด / ความปลอดภัยในการบริโภค	114 (57.0)	71 (35.5)	14 (7.0)	1 (0.5)	- (-)	4.49 (มาก)	1
คุณค่าทางโภชนาการ	67 (33.5)	91 (45.5)	38 (19.0)	4 (2.0)	- (-)	4.11 (มาก)	2
รสชาติดี	66 (33.0)	74 (37.0)	55 (27.5)	5 (2.5)	- (-)	4.01 (มาก)	4
มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน	54 (27.0)	83 (41.5)	52 (26.0)	11 (5.5)	- (-)	3.90 (มาก)	7
รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ	50 (25.0)	90 (45.0)	51 (25.5)	9 (4.5)	- (-)	3.91 (มาก)	6
เก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน	64 (32.0)	86 (43.0)	44 (22.0)	6 (3.0)	- (-)	4.04 (มาก)	3
สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ	32 (16.0)	86 (43.0)	65 (32.5)	17 (8.5)	- (-)	3.67 (มาก)	8
ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์	62 (31.0)	80 (40.0)	53 (26.5)	4 (2.0)	1 (0.5)	3.99 (มาก)	5
บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย	18 (9.0)	77 (38.5)	89 (44.5)	16 (8.0)	- (-)	3.49 (ปานกลาง)	9
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก	19 (9.5)	75 (37.5)	85 (42.5)	21 (10.5)	- (-)	3.46 (ปานกลาง)	10
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.91 (มาก)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.49 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.11 เก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน ค่าเฉลี่ย 4.04 รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.01 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.99 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่นและเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.91 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.90 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.49 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน	49 (24.5)	91 (45.5)	55 (27.5)	5 (2.5)	- (-)	3.92 มาก)	1
คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา	39 (19.5)	106 (53.0)	52 (26.0)	3 (1.5)	- (-)	3.91 (มาก)	2
เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา	24 (12.0)	99 (49.5)	71 (35.5)	6 (3.0)	- (-)	3.71 (มาก)	3
เปรียบเทียบกับซื้อตามร้านอาหารราคาเหมาะสม	14 (7.0)	95 (47.5)	87 (43.5)	4 (2.0)	- (-)	3.60 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.79 (มาก)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัย ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.92 คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.91 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.71 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน /ที่พัก	40 (20.0)	87 (43.5)	61 (30.5)	12 (6.0)	- (-)	3.78 (มาก)	1
ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	23 (11.5)	66 (52.0)	84 (42.0)	24 (12.0)	1 (0.5)	3.68 (มาก)	2
สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก	23 (11.5)	99 (33.0)	71 (35.5)	6 (3.0)	3 (1.5)	3.41 (ปานกลาง)	4
การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ / ดึงดูดใจ	14 (7.0)	59 (29.5)	94 (47.0)	27 (13.5)	3 (1.5)	3.30 (ปานกลาง)	6
การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด	18 (9.0)	66 (33.0)	92 (46.0)	22 (11.0)	2 (1.0)	3.38 (ปานกลาง)	5
มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตลอดเวลา	19 (9.5)	75 (37.5)	84 (42.0)	21 (10.5)	1 (0.5)	3.45 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.50 (มาก)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พักค่า มีค่าเฉลี่ย 3.78 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.68 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.45 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.41 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดมีค่าเฉลี่ย 3.38 การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณาในสื่อต่างๆ	24 (12.0)	45 (22.5)	85 (42.5)	44 (22.0)	2 (1.0)	3.23 (ปานกลาง)	2
มีพนักงานขายแนะนำ	14 (7.0)	58 (29.0)	81 (40.5)	46 (23.0)	1 (0.5)	3.19 (ปานกลาง)	4
มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม	20 (10.0)	54 (27.0)	81 (40.5)	42 (21.0)	3 (1.5)	3.23 (ปานกลาง)	2
การแสดงสินค้า ณ จุดขาย	11 (5.5)	55 (27.5)	84 (42.0)	49 (24.5)	1 (0.5)	3.13 (ปานกลาง)	5
การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	25 (12.5)	46 (23.0)	83 (41.5)	46 (23.0)	- (-)	3.25 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.21 (ปานกลาง)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.21 ซึ่งในรายละเอียดย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.25 การโฆษณาในสื่อต่างๆ และมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.23 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.19 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ใน กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน	62 (31.0)	75 (37.5)	43 (21.5)	18 (9.0)	2 (1.0)	3.89 (มาก)	1
คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด	37 (18.5)	92 (46.0)	66 (33.0)	5 (2.5)	- (-)	3.81 (มาก)	2
ไม่อร่อย / รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด	37 (18.5)	82 (41.0)	71 (35.5)	10 (5.0)	- (-)	3.73 (มาก)	3
มีให้เลือกน้อยชนิด	11 (5.5)	77 (38.5)	93 (46.5)	17 (8.5)	2 (1.0)	3.39 (ปานกลาง)	7
ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่น/เก็บ	22 (11.0)	88 (44.0)	75 (37.5)	14 (7.0)	1 (0.5)	3.58 (มาก)	5
สินค้าไม่สด ใหม่ เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน	33 (16.5)	75 (37.5)	74 (37.0)	18 (9.0)	- (-)	3.62 (มาก)	4
ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ	28 (14.0)	48 (24.0)	96 (48.0)	27 (13.5)	1 (0.5)	3.38 (ปานกลาง)	8
ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์	34 (17.0)	61 (30.5)	90 (45.0)	13 (6.5)	2 (1.0)	3.56 (มาก)	6
สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล	15 (7.5)	47 (23.5)	109 (54.5)	28 (14.0)	1 (0.5)	3.24 (ปานกลาง)	9
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.58 (มาก)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 3.89 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.81 ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.73 สินค้าไม่สดใหม่ เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.62 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.58 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.56 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.39 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.38 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์	30 (15.0)	63 (31.5)	87 (43.5)	18 (9.0)	2 (1.0)	3.51 (มาก)	1
ราคาไม่เหมะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	24 (12.0)	66 (33.0)	92 (46.0)	17 (8.5)	1 (0.5)	3.48 (ปานกลาง)	2
ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร	20 (10.0)	67 (33.5)	97 (48.5)	16 (8.0)	- (-)	3.46 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.48 (ปานกลาง)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.51 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาไม่เหมะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.48 และราคาสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
หาซื้อยาก / ไม่สะดวก	26 (13.0)	68 (34.0)	72 (36.0)	32 (16.0)	2 (1.0)	3.42 (ปานกลาง)	1
ที่จอดรถไม่สะดวก	27 (13.5)	44 (22.0)	85 (42.5)	39 (19.5)	5 (2.5)	3.25 (ปานกลาง)	2
การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ	9 (4.5)	47 (23.5)	96 (48.0)	46 (23.0)	2 (1.0)	3.08 (ปานกลาง)	4
เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา	16 (80.0)	47 (23.5)	94 (47.0	41 (20.5)	2 (1.0)	3.17 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.23 (ปานกลาง)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.23 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาในปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หาซื้อยาก/ไม่สะดวกมีค่าเฉลี่บ 3.42 ที่จอดรถไม่สะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.25 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลามีค่าเฉลี่ย 3.17 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.08 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ	9 (4.5)	54 (27.0)	92 (46.0)	43 (21.5)	2 (1.0)	3.13 (ปานกลาง)	3
ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม	13 (6.5)	401 (20.0)	103 (51.5)	43 (21.5)	1 (0.5)	3.11 (ปานกลาง)	5
ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	14 (7.0)	42 (21.0)	101 (50.5)	41 (20.5)	2 (1.0)	3.13 (ปานกลาง)	3
ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	26 (13.0)	58 (34.0)	86 (43.0)	38 (19.0)	4 (2.0)	3.20 (ปานกลาง)	2
ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	14 (7.0)	68 (29.0)	72 (36.0)	32 (16.0)	2 (1.0)	3.42 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						**3.20 (ปานกลาง)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.42 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.20 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ และไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง เท่ากันโดย มีค่าเฉลี่ย 3.13 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.11 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ลำดับที่
	เพศ			
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ความสะอาด / ความปลอดภัยในการบริโภค	4.44 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	1
คุณค่าทางโภชนาการ	3.94 (มาก)	4.20 (มาก)	4.11 (มาก)	2
รสชาติดี	3.76 (มาก)	4.14 (มาก)	4.01 (มาก)	4
มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน	3.78 (มาก)	3.97 (มาก)	3.90 (มาก)	7
รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่น และเก็บ	3.99 (มาก)	3.86 (มาก)	3.91 (มาก)	6
เก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	3
สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ	3.76 (มาก)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)	8
ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์	4.29 (มาก)	3.82 (มาก)	3.99 (มาก)	5
บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย	3.42 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	9
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก	3.44 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	10
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.89 (มาก)**	**3.91 (มาก)**	**3.91 (มาก)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.44 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.29 เก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.06 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.99 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 3.94 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.78 รสชาติดี และสถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.44 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม/ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.52 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.20 รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.14 เก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.03 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.97 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่นและเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.86 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.82 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.61 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ลำดับที่
	เพศ			
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน	4.08 (มาก)	3.83 (มาก)	3.92 (มาก)	1
คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา	4.01 (มาก)	3.84 (มาก)	3.91 (มาก)	2
เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา	3.64 (มาก)	3.74 (มาก)	3.71 (มาก)	3
เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม	3.51 (มาก)	3.64 (มาก)	3.60 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.81 (มาก)**	**3.76 (มาก)**	**3.79 (มาก)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.08 คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 4.01 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคามีค่าเฉลี่ย 3.64 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.51ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.84 มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.83 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.74 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ลำดับที่
	เพศ			
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน /ที่พัก	3.93 (มาก)	3.69 (มาก)	3.78 (มาก)	1
ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	2
สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก	3.61 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	4
การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ / ดึงดูดใจ	3.40 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	6
การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด	3.65 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	5
มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตลอดเวลา	3.60 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.66 (มาก)**	**3.41 (ปานกลาง)**	**3.79 (มาก)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบให้ความความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.79 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.65 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.61 มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.60 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 3.40 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.61 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.37 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.30 การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 3.24 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ลำดับที่
	เพศ			
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
การโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.33 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2
มีพนักงานขายแนะนำ	3.36 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	4
มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม	3.46 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2
การแสดงสินค้า ณ จุดขาย	3.39 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	5
การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.44 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	1
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.40 (ปานกลาง)**	**3.09 (ปานกลาง)**	**3.21 (ปานกลาง)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.40 และ 3.09 ตามลำดับซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญในลำดับต่างกัน ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่เพศชาย ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.46 การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.44 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.39 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.36 การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่เพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.16 การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.14 มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.10 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.09 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 2.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะอาด / ความปลอดภัยในการบริโภค	4.00 (มาก)	4.46 (มาก)	4.48 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.49 (มาก)
คุณค่าทางโภชนาการ	2.67 (ปานกลาง)	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.11 (มาก)
รสชาติดี	2.67 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	3.95 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.01 (มาก)
มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน	2.67 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.92 (มาก)	4.10 (มาก)	3.95 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	3.90 (มาก)
รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ	3.33 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
เก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน	2.67 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	4.01 (มาก)	4.16 (มาก)	4.42 (มาก)	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)
สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ	2.33 (น้อย)	3.62 (มาก)	3.65 (มาก)	3.82 (มาก)	3.79 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์	3.00 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	4.26 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)
บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย	3.67 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก	3.00 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.00 (ปานกลาง)**	**3.80 (มาก)**	**3.92 (มาก)**	**3.98 (มาก)**	**4.03 (มาก)**	**3.68 (มาก)**	**3.91 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.00 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.33 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ และยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติดี มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน และเก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.67 ค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.46 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.05 ระบุวันที่หมดอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.95 เก็บไว้บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 3.87 รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 3.82 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.72 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน และสถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.62 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.49 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัย ในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.48 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.10 รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.06 ระบุวันที่หมดอายุ มีค่าเฉลี่ย 4.04 เก็บไว้บริโภคได้นานมีค่าเฉลี่ย 4.01 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.92 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.89 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.65 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.57 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีค่าโดยรวมอยู่ในระดับความมากมีค่าเฉลี่ย 3.98 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.55 ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.22 เก็บไว้บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.16 รสชาติดี และมีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 4.06 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.45 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46-55 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.63 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ เก็บไว้บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.42 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.26 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.21 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รสชาติดี และมีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าเฉลี่ย 3.79 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.58 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.75 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 4.50 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค คุณค่าทางโภชนาการ รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ เก็บไว้บริโภคได้นาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงามทันสมัย และยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักเท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ และระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน	3.67 (มาก)	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	3.86 (มาก)	4.21 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)
คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา	3.00 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.98 (มาก)	3.75 (มาก)	4.11 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มราคา	3.00 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)	3.59 (มาก)	3.79 (มาก)	3.75 (มาก)	3.71 (มาก)
เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม	3.00 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.74 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.17 (ปานกลาง)**	**3.74 (มาก)**	**3.88 (มาก)**	**3.66 (มาก)**	**3.94 (มาก)**	**3.50 (มาก)**	**3.79 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา และเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.92 มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.82 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.67 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน และคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.98 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.80 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.75 มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.86 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.59 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46-55 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 4.11 มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.21 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.79 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.75 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 4.00 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.25 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน /ที่พัก	3.00 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.76 (มาก)	3.63 (มาก)	4.37 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)
ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	2.67 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	3.59 (มาก)	4.32 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)
สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก	2.33 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	4.16 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ / ดึงดูดใจ	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด	3.00 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตลอดเวลา	2.67 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.78 (ปานกลาง)**	**3.46 (ปานกลาง)**	**3.53 (มาก)**	**3.40 (ปานกลาง)**	**3.93 (มาก)**	**3.00 (ปานกลาง)**	**3.50 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.78 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ และการจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป และมีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.67 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.49 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.28 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.21 การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.18 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย3.63 ผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย3.51 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.42 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.59 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.49 ผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย3.29 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.27 วางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46-55 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 4.37 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 4.32 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.79 การจัดวางผลิตภัณฑ์ใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.53 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การวางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การวางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.75 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.25 สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด และมีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.33 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีพนักงานขายแนะนำ	2.67 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	3.23 (ปานกลาง)
การแสดงสินค้า ณ จุดขาย	2.33 (น้อย)	3.10 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการตลาดเช่นลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	2.67 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.80 (ปานกลาง)**	**3.33 (ปานกลาง)**	**3.28 (ปานกลาง)**	**3.03 (ปานกลาง)**	**3.22 (ปานกลาง)**	**2.90 (ปานกลาง)**	**3.21 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.33 มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.00 มีพนักงานขายแนะนำ และการส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.67 ค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 2.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.49 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.44 การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.41 มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.23 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.43 การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.30 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.25 การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.21 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.10 การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.06 การโฆษณาในสื่อต่างๆ และมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.02 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 2.94 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46-55 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.37 การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีพนักงานขายแนะนำ มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม และการแสดงสินค้า ณ จุดขาย เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.16 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.90 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โฆษณาในสื่อต่างๆ และมีพนักงานขายแนะนำ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.25 การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.00 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 2.75 ค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 2.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บ.เอกชน/รับจ้าง	เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะอาด / ความปลอดภัยในการบริโภค	4.29 (มาก)	4.49 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)	4.49 (มาก)
คุณค่าทางโภชนาการ	3.64 (มาก)	4.22 (มาก)	4.11 (มาก)	4.19 (มาก)	4.08 (มาก)	4.11 (มาก)
รสชาติดี	3.57 (มาก)	4.03 (มาก)	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	4.01 (มาก)
มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน	3.43 (ปานกลาง)	4.05 (มาก)	3.81 (มาก)	4.23 (มาก)	4.08 (มาก)	3.90 (มาก)
รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น เก็บ	3.57 (มาก)	3.92 (มาก)	3.86 (มาก)	4.27 (มาก)	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)
เก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน	3.64 (มาก)	3.97 (มาก)	3.99 (มาก)	4.42 (มาก)	4.31 (มาก)	4.04 (มาก)
สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ	3.07 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.74 (มาก)	3.69 (มาก)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)
ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	4.15 (มาก)	3.99 (มาก)
บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงามทันสมัย	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก	3.07 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.62 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.54 (มาก)**	**3.92 (มาก)**	**3.92 (มาก)**	**4.03 (มาก)**	**3.95 (มาก)**	**3.91 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.29 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.71 คุณค่าทางโภชนาการ และเก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 รสชาติดี และรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บ เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.57 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย และมีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.43 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก และสถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.49 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.22 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 4.05 รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.03 เก็บไว้บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 3.97 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ระบุวันที่หมดอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.84 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.49 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัย ในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.53 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.11 รสชาติดี และระบุวันที่หมดอายุ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.05 เก็บไว้บริโภคได้นานมีค่าเฉลี่ย 3.99 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.86 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.81 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.74 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.57 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.47 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.03 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.54 ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยในระดับมาก ได้แก่ เก็บไว้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.42 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่นและเก็บ มีค่าเฉลี่ย 4.27 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 4.23 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.19 รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.04 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.00 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.69 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค และเก็บไว้บริโภคได้นาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.15 คุณค่าทางโภชนาการ และมีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.00 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.62 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.58 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บ.เอกชน/รับจ้าง	เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน	3.71 (มาก)	3.86 (มาก)	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)
คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา	3.71 (มาก)	3.84 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	3.91 (มาก)
เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)	3.77 (มาก)	3.50 (มาก)	3.69 (มาก)	3.71 (มาก)
เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม	3.50 (มาก)	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.64 (มาก)**	**3.74 (มาก)**	**3.85 (มาก)**	**3.62 (มาก)**	**3.77 (มาก)**	**3.79 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.71 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.64 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.86 คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.84 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.68 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.97 คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.96 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.77 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.92 คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.81 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.85 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.69 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บ.เอกชน/รับจ้าง	เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน / ที่พัก	3.64 (มาก)	3.59 (มาก)	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.78 (มาก)
ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	2.93 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.62 (มาก)	3.68 (ปานกลาง)
สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก	3.00 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ / ดึงดูดใจ	3.14 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด	3.57 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตลอดเวลา	2.93 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.20 (ปานกลาง)**	**3.26 (ปานกลาง)**	**3.47 (ปานกลาง)**	**3.51 (มาก)**	**3.52 (มาก)**	**3.50 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.20 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.64 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.57 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.14 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.00 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป และมีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.93 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.30 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก และการจัดวางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.24 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.14 มีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.82 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.43 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.40 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.35 ผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.77 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.58 วางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.27 ผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.85 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.62 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.46 การวางผลิตภัณฑ์น่าดึงดูด/น่าสนใจ และผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บ.เอกชน/รับจ้าง	เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.14 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)
มีพนักงานขายแนะนำ	2.93 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม	3.21 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
การแสดงสินค้า ณ จุดขาย	3.00 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.00 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.06 (ปานกลาง)**	**3.03 (ปานกลาง)**	**3.30 (ปานกลาง)**	**3.05 (ปานกลาง)**	**3.35 (ปานกลาง)**	**3.21 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.21 การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.14 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย และการส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 2.93 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลาง ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.19 มีพนักงานขายแนะนำ และการส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.03 มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 2.97 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 2.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.38 มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.37 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.31 การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.24 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.22 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.05 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม และการแสดงสินค้า ณ จุดขาย เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.08 การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ และการโฆษณาในสื่อต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.04 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.69 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.46 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.31 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.23 มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.08 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	รายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	มากกว่า 45,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ความสะอาด / ความปลอดภัยในการบริโภค	4.15 (มาก)	4.34 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)
คุณค่าทางโภชนาการ	3.38 (ปานกลาง)	4.02 (มาก)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	4.42 (มาก)	4.11 (มาก)
รสชาติดี	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	4.06 (มาก)	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)	4.15 (มาก)	4.01 (มาก)
มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน	3.54 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	4.22 (มาก)	3.75 (มาก)	4.42 (มาก)	3.90 (มาก)
รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.35 (มาก)	3.91 (มาก)
เก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.04 (มาก)
สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ	3.38 (มาก)	3.73 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)
ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์	3.77 (มาก)	4.27 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)	4.15 (มาก)	3.99 (มาก)
บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย	3.69 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	4.13 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก	3.31 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.62 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.62 (มาก)**	**3.84 (มาก)**	**3.81 (มาก)**	**4.01 (มาก)**	**4.02 (มาก)**	**4.18 (มาก)**	**3.91 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.15 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ / วิธีเตรียมอุ่น และเก็บรักษาชัดเจน และระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.77 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัยมีค่าเฉลี่ย 3.69 รสชาติดี และเก็บรักษาไว้บริโภคได้นานเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.62 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.54 คุณค่าทางโภชนาการ และสถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.38 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.31 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.34 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.27 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.02 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ /วิธีเตรียมอุ่น และเก็บรักษาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.81 รสชาติดี และเก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.73 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.70 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.56 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.45 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.63 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.13 รสชาติดี และเก็บไว้บริโภคได้นาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ /วิธีเตรียมอุ่น และเก็บรักษาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.77 ระบุวันที่หมดอายุ มีค่าเฉลี่ย 3.75 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 3.73 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.40 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.33 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.21 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.56 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.27 รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.24 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน มีค่าเฉลี่ย 4.22 เก็บรักษาไว้บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.10 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ /วิธีเตรียมอุ่น และ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เก็บรักษาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.00 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.88 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.76 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.56 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ เก็บไว้บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.50 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ รสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.38 ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.25 บรรจุภัณฑ์รูปแบบสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.13 คุณค่าทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.00 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ และยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 มีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน และรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ /วิธีเตรียมอุ่น และเก็บรักษาชัดเจน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 ระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาด/ความปลอดภัยในการบริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.73 เก็บไว้บริโภคได้นาน มีค่าเฉลี่ย 4.62 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการ และมีหลากหลายชนิดให้เลือกรับประทาน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.42 รายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ /วิธีเตรียมอุ่น และเก็บรักษาชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.35 รสชาติดี และระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 สถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.62 บรรจุภัณฑ์รูปร่างสวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.42 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	รายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	มากกว่า 45,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน	3.85 (มาก)	4.02 (มาก)	3.81 (มาก)	3.98 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)
คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา	3.54 (มาก)	3.97 (มาก)	3.85 (มาก)	3.88 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	4.23 (มาก)	3.91 (มาก)
เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)	3.63 (มาก)	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.92 (มาก)	3.71 (มาก)
เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม	3.46 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)	3.73 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.60 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.60 (มาก)**	**3.82 (มาก)**	**3.71 (มาก)**	**3.86 (มาก)**	**3.53 (มาก)**	**3.89 (มาก)**	**3.79 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.85 คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา และเปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 4.02 คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.97

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.64 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.85 มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.81 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.63 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก คือ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.98 คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.88 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.83 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.75 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.62 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา และเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมกับราคา มีค่าเฉลี่ย 4.23 เปรียบเทียบกับการปรุงเองแล้วคุ้มกับราคา มีค่าเฉลี่ย 3.92 มีป้ายแสดงราคาบนบรรจุภัณฑ์ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.88 เปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหารแล้วราคาเหมาะสม 3.54 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	รายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	มากกว่า 45,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน /ที่พัก	3.31 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	3.63 (มาก)	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)
ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป	3.31 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)	3.96 (มาก)	3.68 (มาก)
สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก	2.77 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.62 (มาก)	4.08 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ / ดึงดูดใจ	2.92 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด	3.23 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)
มีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายตลอดเวลา	3.15 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.12 (ปานกลาง)**	**3.55 (มาก)**	**3.38 (ปานกลาง)**	**3.52 (มาก)**	**3.42 (ปานกลาง)**	**3.78 (มาก)**	**3.50 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.12 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก และผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.31 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.23 มีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.15 การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 2.92 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.77 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.72 มีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.53 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.47 การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 3.41 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย3.38 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.63 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.35 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.25 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.17 การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.61 สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.46 มีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.44 การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 3.39 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป และสถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.62 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.38 การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ และการจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.08 สถานที่จำหน่ายใกล้ที่ทำงาน/ที่พัก และผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายทั่วไป เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 มีผลิตภัณฑ์วางขายตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.62 การจัดวางผลิตภัณฑ์ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.58 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางผลิตภัณฑ์น่าสนใจ/ดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	รายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	มากกว่า 45,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
การโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.31 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
มีพนักงานขายแนะนำ	3.00 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม	3.08 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
การแสดงสินค้า ณ จุดขาย	3.00 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.15 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
รวม	**3.11 (ปานกลาง)**	**3.44 (ปานกลาง)**	**3.04 (ปานกลาง)**	**3.08 (ปานกลาง)**	**3.10 (ปานกลาง)**	**3.22 (ปานกลาง)**	**3.21 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.11 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลาง ได้แก่ การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.31 การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.15 มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.08 มีพนักงานขายแนะนำ และการแสดงสินค้า ณ จุดขาย เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย3.44 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ และการโฆษณาในสื่อต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.53 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำ และมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.41 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย3.04 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.08 มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม และการส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.06 การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.02 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 2.96 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.24 มีพนักงานขายแนะนำ มีค่าเฉลี่ย 3.10 การส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.05 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีค่าเฉลี่ย 3.02 การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.98 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ มีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.25 การแสดงสินค้า ณ จุดขาย และการส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.13 การโฆษณาในสื่อต่างๆ และมีพนักงานขายแนะนำ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่ การ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โฆษณาในสื่อต่างๆ การแสดงสินค้า ณ จุดขาย และการส่งเสริมการตลาด เช่น ลดราคาในเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.27 มีพนักงานขายแนะนำ และมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ชิม เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.15 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าร้านค้าปลีกสมัยใหม่ใน กรุงเทพมหานครจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ลำดับที่
	เพศ			
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน	3.89 (มาก)	3.88 (มาก)	3.89 (มาก)	1
คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	2
ไม่อร่อย / รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)	3.73 (มาก)	3
มีให้เลือกน้อยชนิด	3.22 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	7
ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่น และเก็บ	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)	3.58 (มาก)	5
สินค้าไม่สด ใหม่ เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน	3.78 (มาก)	3.52 (มาก)	3.62 (มาก)	4
ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ	3.53 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	8
ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์	3.82 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	6
สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล	3.32 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	9
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.61 (มาก)**	**3.55 (มาก)**	**3.58 (มาก)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 3.89 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.82 สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บไม่ถูกกรรมวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.78 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.74 ไม่อร่อยรสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.65 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.58 ไม่มีสถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.53 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.32 มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.22 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 3.88 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.84 ไม่อร่อยรสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.77 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.58 สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บไม่ถูกกรรมวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.48 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.41 ไม่มีสถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.29 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.19 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ลำดับที่
	เพศ			
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์	3.79 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	1
ราคาไม่เหมะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	3.64 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	2
ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร	3.53 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.65 (มาก)**	**3.38 (ปานกลาง)**	**3.48 (ปานกลาง)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบ เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.65 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ราคาไม่เหมะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.64 ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.41 ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.38 ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ลำดับที่
	เพศ			
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
หาซื้อยาก / ไม่สะดวก	3.75 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	1
ที่จอดรถไม่สะดวก	3.61 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2
การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ	3.28 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	4
เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา	3.43 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.52 (มาก)**	**3.06 (ปานกลาง)**	**3.23 (ปานกลาง)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อยาก/ไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลามีค่าเฉลี่ย 3.43 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.28 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หาซื้อยาก / ไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.23 ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.04 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.02 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ

ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ		ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ลำดับที่
	เพศ			
	ชาย	หญิง		
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		
ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.35 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2
ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม	3.32 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	4
ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง	3.39 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2
ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3.51 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	1
ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.32 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.38 (ปานกลาง)**	**2.98 (ปานกลาง)**	**3.20 (ปานกลาง)**	

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.51 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีค่าเฉลี่ย 3.39 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.35 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม และไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.32 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.98 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.02 ไม่การโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.00 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม และไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.98 ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.94 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน	3.33 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	4.37 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)
คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด	2.67 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.90 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.81 (มาก)
ไม่อร่อย / รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด	3.00 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.75 (มาก)	3.95 (มาก)	3.50 (มาก)	3.73 (มาก)
มีให้เลือกน้อยชนิด	2.33 (น้อย)	3.38 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประ-กอบเตรียม อุ่น และเก็บ	3.33 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 (ต่อ)

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
สินค้าไม่สด ใหม่เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน	3.00 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.55 (มาก)	3.74 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ	3.00 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	2.50 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุของผลิตภัณฑ์	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล	3.00 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.00 (ปานกลาง)**	**3.42 (ปานกลาง)**	**3.69 (มาก)**	**3.55 (มาก)**	**3.69 (มาก)**	**2.92 (ปานกลาง)**	**3.58 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจจะมีสิ่งปลอมปน ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ รักษา และไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.33 ไม่อร่อย / รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ และสินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 2.67 ค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 2.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.82 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจจะมีสิ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปลอมปน และไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.49 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.41 มีให้เลือกน้อยชนิด และไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บรักษา เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.38 สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.33 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.26 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจจะมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 3.94 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.90 ไม่อร่อย / รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด และสินค้าไม่สด ใหม่ เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.69 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางได้แก่ มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.43 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.32 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 4.00 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.78 ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.75 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่น และเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.61 สินค้าไม่สด ใหม่ เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.49 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.41 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.24 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46-55 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 4.37 ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.95 สินค้าไม่สดใหม่ เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน และไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.74 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.68 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.63ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

มีค่าเฉลี่ย 3.53 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.32 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล ค่าเฉลี่ย 3.26 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด และไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 3.25 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.00 สินค้าไม่สดใหม่ เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน และไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.75 มีให้เลือกน้อยชนิด ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บรักษา และไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์	3.00 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.55 (มาก)	3.84 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.00 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ราคาสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร	2.67 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
รวม	**2.89 (ปานกลาง)**	**3.45 (ปานกลาง)**	**3.52 (มาก)**	**3.46 (ปานกลาง)**	**3.54 (มาก)**	**3.17 (ปานกลาง)**	**3.48 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.89 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ และราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 2.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.45 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.59 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย3.44 ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.55 ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.46 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.45 ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.39 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46-55 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเฉลี่ย ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.47 ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.32 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ และราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
หาซื้อยาก / ไม่สะดวก	3.00 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ที่จอดรถไม่สะดวก	1.67 (น้อย)	3.05 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ	2.33 (น้อย)	2.87 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา	2.37 (น้อย)	3.21 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.34 (น้อย)**	**3.17 (ปานกลาง)**	**3.28 (ปานกลาง)**	**3.16 (ปานกลาง)**	**3.46 (ปานกลาง)**	**3.19 (ปานกลาง)**	**3.23 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.34 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.00 ค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย2.37 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.33 ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 1.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.21 ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.05 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.87 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.44 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.27 ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.25 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.16 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.27 ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.25 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.08 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.02 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46-55 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.84 หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.26 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.25) หาซื้อยากไม่สะดวก และที่จอดรถไม่สะดวก เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ

ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อายุ						
	น้อยกว่า 15 ปี	15-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	มากกว่า 55 ปี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ	4.00 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.75 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร	3.67 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)
ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	3.00 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	3.00 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.33 (ปานกลาง)**	**3.00 (ปานกลาง)**	**3.19 (ปานกลาง)**	**3.07 (ปานกลาง)**	**3.19 (ปานกลาง)**	**3.25 (ปานกลาง)**	**3.20 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 15 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.33 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ และไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดมีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.10 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.08 ไม่มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.00 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.97 ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.87 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.36 ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.20 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.17 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.15 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.07 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.20 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.12 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.08 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.02 ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46-55 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.32 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.21 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม และไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ เท่าโดยมีค่าเฉลี่ย 3.11 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปี ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.75 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.25 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.00 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.75 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บ.เอกชน/รับจ้าง	เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน	3.21 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)	4.27 (มาก)	3.54 (มาก)	3.89 (มาก)
คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด	3.36 (มาก)	3.86 (มาก)	3.86 (มาก)	3.73 (มาก)	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)
ไม่อร่อย / รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด	3.21 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.82 (มาก)	3.65 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
มีให้เลือกน้อยชนิด	3.07 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บรักษา	3.43 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)	3.58 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
สินค้าไม่สด ใหม่ เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน	3.07 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ	3.07 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์	3.43 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.50 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล	2.86 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.19 (ปานกลาง)**	**3.64 (มาก)**	**3.64 (มาก)**	**3.52 (มาก)**	**3.57 (มาก)**	**3.58 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลาง ได้แก่ ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บรักษา และไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.43 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสดมีค่าเฉลี่ย 3.36 อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.21 มีให้เลือกน้อยชนิด สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน และไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 2.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจจะมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 3.92 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.86 ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.81 สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.62 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.59 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.49 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.38 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจจะมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 3.91 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.86 ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.82 สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.73 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.69 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.62 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.52 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.38 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 4.27 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.73 ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.65 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่นและเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.58 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 3.38 มีให้เลือกน้อยชนิด และไม่มีสถาบันมีชื่อรับรองคุณภาพ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.23 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.12 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 3.77 อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจจะมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ มีให้เลือกน้อยชนิด สินค้าไม่สด ใหม่ เนื่องจากเก็บรักษาไม่ถูกวิธีของร้าน และไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียมอุ่นและเก็บรักษา มีค่าเฉลี่ย 3.38 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.23 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล มีค่าเฉลี่ย 3.15 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบ.เอกชน/รับจ้าง	เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์	3.14 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)	3.23 (มาก)	3.51 (มาก)
ราคาไม่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.29 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)
ราคาสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร	3.36 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.26 (ปานกลาง)**	**3.46 (ปานกลาง)**	**3.54 (มาก)**	**3.40 (ปานกลาง)**	**3.41 (มาก)**	**3.48 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.26 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.36 ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.29 ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.49 ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.63 ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.38 ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.27 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาสูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลาง ได้แก่ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.46 ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บ.เอกชน/รับจ้าง	เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
หาซื้อยาก / ไม่สะดวก	3.21 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ที่จอดรถไม่สะดวก	2.50 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ	2.50 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา	3.14 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.84 (ปานกลาง)**	**3.23 (ปานกลาง)**	**3.31 (ปานกลาง)**	**3.16 (ปานกลาง)**	**3.10 (ปานกลาง)**	**3.23 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.84 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.21 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.14 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ ที่จอดรถไม่สะดวก เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.23 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.41 ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.32 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.22 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.97 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.51ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.27 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.24 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.21 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.16 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.38 หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.27 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ และเปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.31 หาซื้อยากไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.23 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.00 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.85 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	อาชีพ					
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บ.เอกชน/รับจ้าง	เจ้าของกิจการ/ค้าขาย	แม่บ้าน	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.07 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม	2.79 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร	3.07 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	2.86 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ	2.64 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.09 (ปานกลาง)**	**3.24 (ปานกลาง)**	**3.17 (ปานกลาง)**	**2.95 (ปานกลาง)**	**3.02 (ปานกลาง)**	**3.20 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ และไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารเท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.86 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 2.79 ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.64 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลาง ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.38 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.35 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.22 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.19 ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.29 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.18 ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.16 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.15 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.09 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.95 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.04 ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.00 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.96 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 2.92 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 2.85 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพแม่บ้าน ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.31 ไม่มีการขายลดราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.08 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ และขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.92 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.85 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	รายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	มากกว่า 45,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน	4.15 (มาก)	4.34 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.73 (มากที่สุด)	3.89 (มาก)
คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด	3.38 (มาก)	4.02 (มาก)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	4.42 (มาก)	3.81 (มาก)
ไม่อร่อย / รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	4.06 (มาก)	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)	4.15 (มาก)	3.73 (มาก)
มีให้เลือกน้อยชนิด	3.54 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	4.22 (มาก)	3.75 (มาก)	4.42 (มาก)	3.39 (มาก)
ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ เตรียมอุ่น และเก็บ	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	3.77 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.35 (มาก)	3.58 (มาก)
สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บไม่ถูกวิธีของร้าน	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	3.62 (มาก)
ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ	3.38 (มาก)	3.73 (มาก)	3.40 (มาก)	3.76 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)	3.38 (มาก)
ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์	3.23 (มาก)	3.63 (มาก)	3.42 (มาก)	3.76 (มาก)	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)	3.56 (มาก)
สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดูกาล	3.00 (มาก)	3.36 (มาก)	3.19 (มาก)	3.27 (มาก)	3.13 (มาก)	3.12 (มาก)	3.24 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.52 (มาก)**	**3.79 (มาก)**	**3.82 (มาก)**	**4.02 (มาก)**	**3.90 (มาก)**	**4.14 (มาก)**	**3.58 (มาก)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระดับมาก ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 4.15 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่นและเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด และสินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บไม่ถูกวิธีของร้านเท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.62 มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด และไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.38 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.23 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดู มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 4.34 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 4.02 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.81ไม่อร่อย / รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด และสินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บไม่ถูกวิธีของร้านเท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.73 มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.70 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.63 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดู มีค่าเฉลี่ย 3.36 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 4.63 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 4.13 ไม่อร่อย / รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด และสินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บไม่ถูกวิธีของร้านเท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.06 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 3.77 มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 3.73 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.42 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.40 สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดู มีค่าเฉลี่ย 3.19 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 4.56 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 4.27 ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.24 มีให้เลือกน้อยชนิด มีค่าเฉลี่ย 4.22 สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บไม่ถูกวิธีของร้านมีค่าเฉลี่ย 4.10 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ และไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดู มีค่าเฉลี่ย 3.27 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บไม่ถูกวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.50 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 4.38 อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 4.25 คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 4.00 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.88 มีให้เลือกน้อยชนิด และไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่น และเก็บ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเฉลี่ย ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดู มีค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งอาจมีสิ่งปลอมปน มีค่าเฉลี่ย 4.73 สินค้าไม่สดใหม่เนื่องจากการเก็บไม่ถูกวิธีของร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.62 ค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ คุณค่าทางโภชนาการไม่เท่าอาหารปรุงสดและมีให้เลือกน้อยชนิด เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 4.42 ไม่มีรายละเอียดบนฉลากบอกส่วนประกอบ/เตรียม อุ่นและเก็บ มีค่าเฉลี่ย 4.35 ไม่อร่อย/รสชาติไม่เหมือนอาหารปรุงสด มีค่าเฉลี่ย 4.15 ไม่มีสถาบันที่เชื่อถือรับรองคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ไม่มีฉลากระบุวันที่หมดอายุบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ สินค้าขาดตลาดบางช่วงฤดู มีค่าเฉลี่ย 3.12 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	รายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	มากกว่า 45,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์	3.08 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.51 (มาก)
ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ	3.00 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
ราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร	3.15 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.08 (ปานกลาง)**	**3.64 (มาก)**	**3.42 (ปานกลาง)**	**3.43 (ปานกลาง)**	**3.09 (ปานกลาง)**	**3.59 (มาก)**	**3.48 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูง เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.15 ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.08 ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.65 ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ และราคาสูง เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 ซึ่งในรายละเอียด พบว่าปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.46 ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.42 ราคาสูง เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.43 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ และราคาไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 ราคาสูง เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.37 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูง เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.38 ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.00 ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.88 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.59 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีป้ายบอกราคาบนบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.78 ราคาไม่เหมาะสม เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูง เมื่อเปรียบเทียบกับการซื้อตามร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.46 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	รายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	มากกว่า 45,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
หาซื้อยาก / ไม่สะดวก	2.92 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
ที่จอดรถไม่สะดวก	2.69 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ	2.69 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา	2.77 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.77 (ปานกลาง)**	**3.45 (ปานกลาง)**	**3.06 (ปานกลาง)**	**3.17 (ปานกลาง)**	**2.75 (ปานกลาง)**	**3.46 (ปานกลาง)**	**3.23 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.77 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หาซื้อยาก/ไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 2.92 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.77 ที่จอดรถไม่สะดวก และการจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.69 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ที่ระดับความสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ หาซื้อยาก/ไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.39 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.38 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.22 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.06 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หาซื้อยาก/ไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.23 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.06 ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.04 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.92 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หาซื้อยาก/ไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.29 ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.20 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.12 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.07 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.75 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.13 เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 2.88 หาซื้อยาก/ไม่สะดวก และที่จอดรถไม่สะดวก เท่ากันโดย มีค่าเฉลี่ย 2.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย3.46 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ที่จอดรถไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.85 หาซื้อยาก/ไม่สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.58ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ เปิด-ปิดร้านไม่เป็นเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.23 การจัดวางสินค้าไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.19 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	รายได้ต่อเดือน						
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,000-15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	มากกว่า 45,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ	3.23 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม	2.92 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหาร	2.92 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์	2.77 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
ไม่มีการลดลดราคาขายในช่วงเทศกาลต่างๆ	2.62 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม	**2.89 (ปานกลาง)**	**3.36 (ปานกลาง)**	**3.01 (ปานกลาง)**	**3.07 (ปานกลาง)**	**2.72 (ปานกลาง)**	**3.09 (ปานกลาง)**	**3.20 (ปานกลาง)**

หมายเหตุ : ระดับความสำคัญมากที่สุด 4.50-5.00 ระดับความสำคัญมาก 3.50-4.49 ระดับความสำคัญปานกลาง 2.50-3.49 ระดับความสำคัญน้อย 1.50-2.49 ระดับความสำคัญน้อยที่สุด 1.00-1.49

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.89 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม และไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง เท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.92 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.77 ไม่มีการลดลดราคาขายในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.62 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ค่าเฉลี่ย 3.36 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.42 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.41 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ และไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งเท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.34 ไม่มีการลดลดราคาขายในช่วงเทศกาลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.01 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.19 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง และไม่มีการลดราคาขายในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.98 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 2.90 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาทให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.07 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.24 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง และไม่มีการลดลดราคาขายในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.05 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม มีค่าเฉลี่ย 3.02 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.98 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.72 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 2.87 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ และไม่มีการลดลดราคาขายในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 2.75 ไม่มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง มีค่าเฉลี่ย 2.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัญหาด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานสาธิตการปรุงอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง มีค่าเฉลี่ย 3.23 ไม่มีการโฆษณาในสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.12 ขาดการแนะนำสินค้าโดยให้ชิม และไม่มีการลดลดราคาขายในช่วงเทศกาลต่างๆ เท่ากันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.04 ไม่มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved