

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของในกรุงเทพมหานคร ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ซึ่งสอบถามผู้ซึ่งเคยบริโภคอาหารทะเลแปรรูป โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษาซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลจากข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 4.1- 4.7)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป (ตารางที่ 4.8 - 4.29)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามเพศ อายุ และระดับรายได้ (ตารางที่ 4.30 - 4.83)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ชาย	194	48.50	2
หญิง	206	51.50	1
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.50 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.50

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โสด	203	50.75	1
สมรส	185	46.25	2
อื่นๆ	12	3.00	3
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็น ร้อยละ 50.75 รองลงมา ได้แก่ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 46.25 และสถานภาพอื่นๆ คิดเป็น ร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 20 ปี	15	3.75	5
21-30 ปี	166	41.50	1
31-40 ปี	113	28.25	2
41-50 ปี	47	11.75	4
51ปีขึ้นไป	59	14.75	3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 21-30 ปี คิดเป็น ร้อยละ 41.50 รองลงมา ได้แก่ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.25 อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.75 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.75 และอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.75

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	32	8.00	5
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	103	25.75	2
ลูกจ้าง	37	9.25	3
พนักงานบริษัทเอกชน	172	43.00	1
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	35	8.75	4
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	14	3.50	6
อื่นๆ	7	1.75	7
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ สื่อมวลชน ลูกจ้างชั่วคราว ครู โรงเรียนเอกชน และอาสาสมัคร

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็น ร้อยละ 43.00 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 25.75 ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 9.25 นักเรียน/ นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.75 รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.00 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	28	7.00	5
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	42	10.50	3
อนุปริญญา หรือ ปวส.	30	7.50	4
ปริญญาตรี	230	57.50	1
สูงกว่าปริญญาตรี	69	17.25	2
อื่นๆ	1	0.25	6
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่ระบุการศึกษา

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมา ได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.25 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 10.50 ระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 7.50 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 7.00 และระดับการศึกษาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 5,000 บาท	30	7.50	5
5,001-10,000 บาท	59	14.75	2
10,001-15,000 บาท	49	12.25	3
15,001-20,000 บาท	45	11.25	4
20,001 บาท ขึ้นไป	217	54.25	1
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมา ได้แก่ รายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.75 รายได้ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.25 รายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.25 รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกัน

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1 คน	14	3.50	5
2 คน	49	12.35	4
3 คน	99	24.75	3
4 คน	103	25.75	2
ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป	135	33.75	1
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมาได้แก่ จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2 คน คิดเป็นร้อยละ 12.35 และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

## ส่วนที่ 2 กระบวนการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารทะเลแปรรูป

ปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปล)	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.ความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป	3 (0.75)	10 (2.50)	130 (32.50)	141 (32.25)	116 (29)	400 (100.00)	3.89 มาก	3
2.ความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อหา	0 (0.00)	4 (1.00)	90 (22.50)	198 (49.50)	108 (27.00)	400 (100.00)	4.02 มาก	1
3.อาหารทะเลมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	0 (0.00)	11 (2.75)	144 (36.00)	181 (45.25)	64 (16.00)	400 (100.00)	3.74 มาก	4
4.อาหารทะเลมีความแตกต่างหลากหลาย	0 (0.00)	33 (8.25)	159 (39.75)	167 (41.75)	41 (10.25)	400 (100.00)	3.54 มาก	5
5.อาหารทะเลแปรรูปมีรสชาติที่ดี	1 (0.25)	35 (8.75)	163 (40.75)	150 (37.50)	51 (12.75)	400 (100.00)	3.54 มาก	5
6.ความสะอาดในการปรุงและการเก็บรักษา	0 (0.00)	8 (2.00)	101 (25.25)	188 (47.00)	103 (25.75)	400 (100.00)	3.96 มาก	2

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดในการปรุงและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูป

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการในการซื้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปล)	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ	3 (0.75)	44 (11.00)	153 (38.25)	148 (37.00)	52 (13.00)	400 (100.00)	3.51 มาก	2
2.การโฆษณาของร้านค้า หรือตัวแทนจำหน่าย	7 (1.75)	66 (16.50)	190 (47.50)	106 (26.50)	31 (7.75)	400 (100.00)	3.22 ปานกลาง	4
3.การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์	3 (0.75)	73 (18.25)	172 (43.00)	122 (30.50)	30 (7.50)	400 (100.00)	3.26 ปานกลาง	3
4.เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	22 (5.50)	79 (19.75)	154 (38.50)	107 (26.75)	38 (9.50)	400 (100.00)	3.15 ปานกลาง	5
5.อยากทดลองตราสินค้าใหม่	8 (2.00)	32 (8.00)	133 (32.25)	145 (36.25)	82 (20.50)	400 (100.00)	3.65 มาก	1

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูป ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ อยากทดลองตราสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูป

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
สื่อทางวิทยุ	51	12.75	7
สื่อสิ่งพิมพ์	120	30.00	4
สื่อโทรทัศน์	269	62.75	1
คนรู้จัก	61	15.25	6
พนักงานขาย	127	31.75	3
แผ่นพับ หรือ โบว์ชัวร์	65	16.25	5
ทดลองใช้จริง	139	34.75	2
อื่นๆ	11	2.75	8

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.อื่นๆ ได้แก่ การทดลองให้ชิมใน โมเดิร์นเทรด การทำโปรโมชันต่าง และร้านค้า

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 62.75 รองลงมา ได้แก่ การทดลองใช้จริง คิดเป็นร้อยละ 34.75 และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 31.75



ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราสินค้าที่รู้จักมากที่สุด

ตราสินค้า	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
Easy-Go	33	8.25	4
I-อิม	6	1.50	5
S&P	51	12.75	3
สุรพลฟู้ด	78	19.50	2
พรานทะเล	227	56.75	1
PSP	4	1.00	6
อื่นๆ	1	0.25	7
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่ระบุตราสินค้า

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเล คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา ได้แก่ ตราสินค้าสุรพลฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 19.50 และ S&P คิดเป็นร้อยละ 12.75

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเสาะหาข้อมูลข่าวสารก่อนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่หาข้อมูลเพิ่มเติม	264	66.00	1
ใช้ระยะเวลาภายใน 1 วัน	97	24.25	2
ใช้ระยะเวลานานกว่า 1 วัน	39	9.75	3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เสาะหาข้อมูลเพิ่มเติม คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมา ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาภายใน 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลานานกว่า 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 9.75

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่ค้นหาเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูป

ประเภทของข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ราคาของสินค้า	213	53.25	2
คุณค่าทางโภชนาการ	138	34.50	3
คุณสมบัติของสินค้า/รสชาติ	237	59.25	1
ขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	57	14.25	5
ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	114	28.50	4
ร้านค้าที่จัดจำหน่าย	50	12.50	6
อื่นๆ	6	1.50	7

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.อื่นๆ ได้แก่ โปรโมชัน ความสด ความสะอาด ความสะดวกในการปรุง และความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดมักหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติ/รสชาติ คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมา ได้แก่ ราคาของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 53.25 และคุณค่าทางโภชนาการ คิดเป็นร้อยละ 34.50

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เมื่อได้รับคำแนะนำแล้วตัดสินใจซื้อทันที	216	54.00	1
หาข้อมูลของหลายๆตราสินค้าก่อนตัดสินใจ	168	42.00	2
อื่นๆ	16	4.00	3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ลองทดสอบสินค้าก่อน ตรวจสอบข้อมูลของสินค้าก่อน และตัดสินใจซื้อทันทีที่อยากรับประทาน หรือต้องการใช้

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่อได้รับคำแนะนำแล้วตัดสินใจซื้อทันที คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลตราสินค้าต่างๆ ก่อนตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 42.00

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ใช้ในการประเมินทางเลือกเพื่อซื้ออาหารทะเลแปรรูป

ปัจจัยที่ประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปล)	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	0 (0.00)	3 (0.75)	108 (27.00)	218 (54.50)	71 (17.75)	400 (100.00)	3.89 มาก	7
2. คุณภาพ และคุณค่าทางด้านโภชนาการ	0 (0.00)	0 (0.00)	91 (22.75)	173 (43.25)	136 (34.00)	400 (100.00)	4.11 มาก	2
3. ชนิดของอาหารทะเล เช่น กุ้ง ปลา หอย เป็นต้น	0 (0.00)	6 (1.50)	119 (29.75)	193 (48.25)	82 (20.50)	400 (100.00)	3.88 มาก	8
4. รสชาติ	0 (0.00)	5 (1.25)	80 (20.00)	202 (50.50)	113 (28.25)	400 (100.00)	4.06 มาก	4
5. รูปแบบบรรจุภัณฑ์	0 (0.00)	53 (13.25)	166 (41.50)	152 (38.00)	29 (7.25)	400 (100.00)	3.39 ปานกลาง	11
6. ขนาดของบรรจุภัณฑ์	0 (0.00)	53 (19.75)	184 (46.00)	135 (33.25)	28 (7.00)	400 (100.00)	3.34 ปานกลาง	13
7. ราคาสินค้า	0 (0.00)	8 (2.00)	101 (25.25)	196 (49.00)	95 (23.75)	400 (100.00)	3.95 มาก	6
8. ความสะดวกในการซื้อ เช่น ง่าย หรือมีตู้โชว์แยกต่างหาก	0 (0.00)	7 (1.75)	74 (18.50)	217 (54.25)	102 (25.50)	400 (100.00)	4.04 มาก	5
9. การได้รับรองมาตรฐานจากอย.	0 (0.00)	7 (1.75)	40 (10.00)	166 (41.50)	187 (46.75)	400 (100.00)	4.33 มาก	1
10. ความหลากหลายของชนิดและประเภทสินค้า	0 (0.00)	15 (3.75)	137 (34.25)	185 (46.25)	63 (15.75)	400 (100.00)	3.74 มาก	9
11. การโฆษณาผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์	2 (0.50)	53 (13.25)	165 (41.25)	139 (34.75)	41 (10.25)	400 (100.00)	3.41 ปานกลาง	10
12. เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ชิมก่อนตัดสินใจซื้อ	3 (0.75)	28 (7.00)	109 (27.25)	153 (38.25)	107 (26.75)	400 (100.00)	3.38 ปานกลาง	12
13. ความสะดวกในการปรุงและสามารถเก็บรักษาได้นาน	1 (0.25)	5 (1.25)	73 (18.25)	192 (48.00)	129 (32.25)	400 (100.00)	4.11 มาก	2
14. คำแนะนำจากบุคคลอื่น	31 (7.75)	81 (20.25)	135 (33.75)	115 (28.75)	38 (9.50)	400 (100.00)	3.12 ปานกลาง	14

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การได้รับการรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและสามารถเก็บรักษาได้นาน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และรสชาติ (4.06)

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป

วัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
รับประทานเอง	350	87.50	1
ของฝาก	29	7.25	2
งานสังสรรค์	17	4.25	3
อื่นๆ	4	1.00	4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เก็บไว้เวลาทำงานดึก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมา ได้แก่ ซื้อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 7.25 และซื้อเพื่องานสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 4.25

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามองค์ประกอบที่ใช้ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้า

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
รสชาติของสินค้า	97	24.25	3
ความสะอาด	107	26.75	2
คุณภาพของวัตถุดิบ	154	39.50	1
คุณค่าทางด้านโภชนาการ	34	8.50	4
อื่นๆ	4	1.00	5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ รสชาติของสินค้า ผู้ผลิต และทุกข้อรวมกัน

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของสินค้า โดยพิจารณาจากคุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมา ได้แก่ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 26.75 และรสชาติของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 24.25

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป

ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
คนในครอบครัว	126	31.50	2
ตัวเอง	259	64.75	1
เพื่อน หรือคนรู้จัก	12	3.00	3
อื่นๆ	3	0.75	4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ แฟน

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าตัวเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 64.75 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 31.50 และเพื่อนหรือคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้ในการพิจารณาก่อนตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป

เหตุผลที่ใช้ในการพิจารณาก่อนตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เลือกซื้อสินค้าเดิม	72	18.00	3
พิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ	168	42.00	1
พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ	102	25.50	2
เปลี่ยนสินค้าไปเรื่อยๆ	47	11.75	4
อื่นๆ	11	2.75	5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ความสะอาด คุณภาพและราคา

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยพิจารณาคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมา ได้แก่ พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 25.50 และเลือกซื้อตราสินค้าเดิม คิดเป็นร้อยละ 18.00

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่นิยมซื้อ

ชนิดของบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
กระป๋อง	61	15.25	3
ถุงพลาสติก	115	28.75	2
กล่องพลาสติก	215	53.75	1
อื่นๆ	9	2.25	4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ กล่องพลาสติกใส และวัสดุที่ปลอดภัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และกล่องกระดาษ

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปในบรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 28.75 และกระป๋อง คิดเป็นร้อยละ 15.25

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับอาหารทะเลแปรรูป

ขนาดของบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 100 กรัม	53	13.25	3
101-300 กรัม	221	55.25	1
301-500 กรัม	101	25.25	2
501-750 กรัม	20	5.00	4
751 กรัมขึ้นไป	5	1.25	5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปในขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 55.25 รองลงมา ได้แก่ ขนาด 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 25.25 และขนาดไม่เกิน 100 กรัม คิดเป็นร้อยละ 13.25

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 1 ครั้ง	91	22.75	2
2 ครั้ง	203	50.75	1
3 ครั้ง	65	16.25	3
4 ครั้ง	20	5.00	5
5 ครั้งขึ้นไป	21	5.25	4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.75 และ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.25

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปเฉลี่ยต่อครั้ง

จำนวนเงินที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 100 บาท	95	23.75	2
101-500 บาท	268	67.00	1
501 บาทขึ้นไป	37	9.25	3
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ยเป็นเงิน 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.75 และ 501 บาทขึ้นไปต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.25

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูป

แหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูป	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ร้านค้าทั่วไป	73	18.25	2
ร้านขายของที่ระลึก/ สถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล	23	5.75	4
ตลาด	59	14.75	3
ห้างสรรพสินค้า/ ซูเปอร์มาเกต	346	86.50	1
อื่นๆ	5	1.25	5

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.ที่จุดขายสินค้านอกสถานที่ และงานแสดงสินค้า

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต คิดเป็นร้อยละ 86.50 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 18.25 และตลาด คิดเป็นร้อยละ 14.75



ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้อ

ผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ตนเอง	314	78.50	1
คนในครอบครัว	82	20.50	2
เพื่อน	4	1.00	3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 78.50 รองลงมาได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 20.50 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจภายหลังการบริโภคที่มีต่ออาหารทะเลแปรรูป

ข้อมูลด้านความพึงพอใจเกี่ยวกับ อาหารทะเลแปรรูป	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย (แปล)	ลำดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1.รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป	0 (0.00)	6 (1.50)	172 (43.00)	159 (39.75)	63 (15.75)	400 (100.00)	3.70 มาก	4
2.ความสะอาดและปลอดภัย	0 (0.00)	3 (0.75)	128 (32.00)	196 (49.00)	73 (18.25)	400 (100.00)	3.85 มาก	3
3.ความสะดวกในการปรุงและเก็บ รักษา	0 (0.00)	3 (0.75)	94 (23.50)	234 (58.50)	69 (17.25)	400 (100.00)	4.02 มาก	1
4.ราคาของสินค้าคุ้มค่ากับอาหาร	0 (0.00)	25 (6.25)	198 (49.50)	134 (33.50)	43 (10.75)	400 (100.00)	3.49 ปานกลาง	7
5.คำอธิบายในการปรุงและเก็บ รักษา	0 (0.00)	28 (7.00)	167 (41.75)	169 (42.25)	36 (9.00)	400 (100.00)	3.53 มาก	6
6.ความสดของอาหารทะเลแปรรูป	2 (0.50)	16 (4.00)	172 (43.00)	148 (37.00)	62 (15.50)	400 (100.00)	3.63 มาก	5
7.ความหลากหลายของชนิดสินค้า	0 (0.00)	34 (8.50)	178 (44.50)	147 (36.75)	41 (10.25)	400 (100.00)	3.49 ปานกลาง	7
8.ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิต และหมดอายุ	3 (0.75)	10 (2.50)	80 (20.00)	210 (52.50)	97 (24.25)	400 (100.00)	3.97 มาก	2

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความพึงพอใจภายหลังการบริโภคที่มีต่ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ได้แก่ ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิต และหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และความสะอาดและปลอดภัย (3.85)

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกปฏิบัติเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในตราสินค้าที่บริโภค

ปฏิกริยาตอบสนองของเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เลิกซื้อตราสินค้านั้น	313	78.25	1
นำอาหารที่เหลือไปกิน	20	5.00	3
ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต	15	3.75	4
บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น	48	12.00	2
อื่นๆ	4	1.00	5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ทิ้งสินค้านั้น ไม่ซื้อตราสินค้านั้นอีกสักกระยะหนึ่ง

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในตราสินค้าจะเลิกซื้อตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 78.25 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ นำอาหารที่เหลือไปกิน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการปฏิบัติเมื่อเกิดความพึงพอใจในตราสินค้าที่บริโภค

ปฏิบัติการตอบสนองของเมื่อเกิดความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ซื้อตราสินค้านั้นตลอด	174	43.50	1
เปลี่ยนตราสินค้าใหม่ในการซื้อครั้งต่อไป	25	6.25	4
ซื้อตราสินค้านั้นสลับกับตราสินค้าอื่น	107	26.75	2
บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น	93	23.25	3
อื่นๆ	1	0.25	5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ จะซื้อผลิตภัณฑ์อื่นของตราสินค้านั้นด้วย

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเมื่อเกิดความพึงพอใจในตราสินค้า จะซื้อตราสินค้านั้นตลอด คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมา ได้แก่ ซื้อตราสินค้านั้นสลับกับตราสินค้าอื่น คิดเป็นร้อยละ 26.75 และบอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 23.25

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดที่จะเลือกบริโภคอาหารทะเลต่อไปในอนาคต

ความคิดที่จะเลือกบริโภคอาหารทะเลต่อไปในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เลือกที่จะบริโภค	383	95.75	1
ไม่เลือกที่จะบริโภค	17	4.25	2
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเลือกที่จะบริโภคอาหารทะเลแปรรูปต่อไป คิดเป็นร้อยละ 95.75 รองลงมา ได้แก่ ไม่เลือกที่จะบริโภคอาหารทะเลแปรรูปต่อไป คิดเป็นร้อยละ 4.25

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เห็นว่าจะเลือกที่จะบริโภคอาหารทะเลแปรรูปต่อไป มีเหตุผล คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการปรุงคิดเป็นจำนวน 138 คน ส่วนเหตุผลอื่น ได้แก่ สามารถหาซื้อได้ง่าย คิดเป็นจำนวน 63 คน มีความสะอาด คิดเป็นจำนวน 45 คน มีรสชาติดี คิดเป็นจำนวน 39 คน มีคุณค่าทางด้านโภชนาการสูง คิดเป็นจำนวน 37 คน และสามารถเก็บรักษาได้นาน คิดเป็นจำนวน 32 คน และไม่บอกเหตุผลจำนวน 29 คน

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ที่ไม่เลือกที่จะบริโภคอาหารทะเลแปรรูปต่อไป มีเหตุผล คือ มีความคิดว่าอาหารทะเลสดมีรสชาติ และคุณค่าทางด้านโภชนาการที่สูงกว่า คิดเป็นจำนวน 9 คน ส่วนเหตุผลอื่น ได้แก่ ไม่ชอบอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นจำนวน 4 คน และไม่บอกเหตุผลจำนวน 4 คน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามเพศ อายุ และระดับรายได้ (ตารางที่ 4.30 - 4.83)

### 3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามเพศ

ปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้อ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.ความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป	3.91 มาก (3)	3.88 มาก (3)
2.ความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อหา	4.01 มาก (1)	4.04 มาก (1)
3.อาหารทะเลมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.82 มาก (4)	3.67 มาก (4)
4.อาหารทะเลมีความแตกต่างหลากหลาย	3.58 มาก (6)	3.50 มาก (5)
5.อาหารทะเลแปรรูปมีรสชาติที่ดี	3.62 มาก (5)	3.46 ปานกลาง (6)
6.ความสะอาดในการปรุงและการเก็บรักษา	3.98 มาก (2)	3.95 มาก (2)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ความสะดวก และรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีปัจจัยที่จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวก และความรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.92)

**ตารางที่ 4.31** แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการในการซื้อ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ	3.47 ปานกลาง (2)	3.53 มาก (2)
2.การโฆษณาของร้านค้า หรือตัวแทนจำหน่าย	3.24 ปานกลาง (4)	3.20 ปานกลาง (4)
3.การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์	3.26 ปานกลาง (3)	3.25 ปานกลาง (3)
4.เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	3.14 ปานกลาง (5)	3.16 ปานกลาง (5)
5.อยากทดลองตราสินค้าใหม่	3.68 มาก (1)	3.63 มาก (1)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ปัจจัยที่กระตุ้นความต้องการซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ได้แก่ อยากทดลองตราสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.64) อันดับรองลงมา ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ได้แก่ อยากทดลองตราสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามแหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูล	เพศ		รวม
	ชาย จำนวน (ร้อยละ)	หญิง จำนวน (ร้อยละ)	
สื่อทางวิทยุ	27 (13.92)	24 (11.65)	51 (6.06)
สื่อสิ่งพิมพ์	60 (30.93)	60 (29.13)	120 (14.26)
สื่อโทรทัศน์	115 (59.28)	154 (74.76)	269 (31.81)
คนรู้จัก	26 (13.40)	35 (16.99)	61 (7.25)
พนักงานขาย	65 (33.51)	62 (30.10)	127 (15.09)
แผ่นพับ หรือ โบว์ชัวร์	29 (14.95)	36 (17.48)	65 (7.71)
ทดลองใช้จริง	65 (33.51)	74 (35.92)	139 (16.51)
อื่นๆ	6 (3.09)	5 (2.43)	11 (1.31)

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.อื่นๆ ได้แก่ การทดลองให้ชิมใน โมเดิร์นเทรด การทำโปรโมชันต่าง และร้านค้า

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายจำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 59.28 รองลงมา ได้แก่ ทดลองใช้จริง และพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 33.51

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงจำนวนมากที่สุด ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูป จากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 74.76 รองลงมา ได้แก่ ทดลองใช้จริง คิดเป็นร้อยละ 35.92



ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้าที่รู้จักมากที่สุด  
จำแนกตามเพศ

ตราสินค้า	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
EASY-GO	11 (5.67)	22 (10.68)	33 (8.25)
I-อีม	2 (1.03)	4 (1.94)	6 (1.50)
S&P	21 (10.82)	30 (14.56)	51 (12.70)
สุรพลฟู้ด	39 (20.10)	39 (18.93)	78 (19.50)
พรานทะเล	118 (60.82)	109 (52.91)	227 (56.7)
PSP	2 (1.03)	2 (0.97)	4 (1.00)
อื่นๆ	1 (0.52)	0 (0.00)	1 (0.25)
<b>รวม</b>	<b>194</b> <b>(100.00)</b>	<b>206</b> <b>(100.00)</b>	<b>400</b> <b>(100.00)</b>

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่ระบุตราสินค้า

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ชายส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเล คิดเป็นร้อยละ 60.82 รองลงมา ได้แก่ สุรพลฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 20.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้หญิงส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.91 รองลงมา ได้แก่ สุรพลฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 18.93

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทข้อมูลที่ค้นหาเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามเพศ

ประเภทข้อมูล	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาสินค้า	95 (48.97)	118 (57.28)	213 (26.13)
คุณค่าด้านโภชนาการ	61 (31.44)	77 (37.38)	138 (16.93)
คุณสมบัติของสินค้า/รสชาติ	113 (58.25)	124 (60.19)	237 (29.08)
ขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	25 (12.89)	32 (15.53)	57 (6.99)
ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	51 (26.29)	63 (30.58)	114 (13.99)
ร้านค้าที่จัดจำหน่าย	17 (8.76)	33 (16.02)	50 (6.14)
อื่นๆ	3 (1.55)	3 (1.46)	6 (0.74)

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.อื่นๆ ได้แก่ โปรโมชัน ความสด ความสะอาด ความสะดวกในการปรุง และความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายจำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า/รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 48.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงจำนวนมากที่สุด ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า/รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 60.19 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 57.28

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีใช้ในการประเมินทางเลือกในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	3.87 มาก (8)	3.92 มาก (7)
2.คุณภาพของสินค้า และคุณค่าทางด้านโภชนาการ	4.04 มาก (3)	4.18 มาก (2)
3.ชนิดของอาหารทะเล เช่น กุ้ง ปลา หอย	3.88 มาก (7)	3.88 มาก (8)
4.รสชาติ	3.98 มาก (4)	4.13 มาก (3)
5.รูปแบบบรรจุภัณฑ์	3.38 ปานกลาง (11)	3.40 ปานกลาง (12)
6.ขนาดของบรรจุภัณฑ์	3.29 ปานกลาง (13)	3.40 ปานกลาง (12)
7.ราคาสินค้า	3.93 มาก (6)	3.96 มาก (6)
8.ความสะดวกในการซื้อ เช่น หาง่าย หรือมีตู้โชว์แยกต่างหาก	3.98 มาก (4)	4.08 มาก (5)
9.ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก อย.	4.29 มาก (1)	4.37 มาก (1)
10.ความหลากหลายของชนิดสินค้า	3.76 มาก (10)	3.72 มาก (10)

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีใช้ในการประเมินทางเลือกในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มเพศ (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
11.การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์	3.36 ปานกลาง (12)	3.46 ปานกลาง (11)
12.เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ชิมก่อนตัดสินใจซื้อ	3.82 มาก (9)	3.84 มาก (9)
13.ความสะดวกในการปรุง และสามารถเก็บรักษาได้นาน	4.09 มาก (2)	4.12 มาก (4)
14.คำแนะนำจากบุคคลอื่น	3.08 ปานกลาง (14)	3.16 ปานกลาง (14)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก ออย. (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและสามารถเก็บรักษาได้นาน (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง มีปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก ออย. (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของสินค้า และคุณค่าทางด้านโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ จำแนกตามเพศ

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
รับประทานเอง	168 (86.60)	183 (88.83)	351 (87.75)
ของฝาก	14 (7.22)	15 (7.28)	29 (7.25)
งานสังสรรค์	9 (4.64)	8 (3.88)	17 (4.25)
อื่นๆ	3 (1.55)	0 (0.00)	3 (0.75)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เก็บไว้เวลาทำงานดึก

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 86.60 รองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 7.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 88.83 รองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 7.28

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้า จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
รสชาติของสินค้า	47 (24.23)	50 (24.27)	97 (24.25)
ความสะอาด	50 (25.77)	57 (27.77)	107 (26.75)
คุณภาพของวัตถุดิบ	77 (39.69)	81 (39.32)	158 (39.50)
คุณค่าทางด้านโภชนาการ	19 (9.79)	15 (7.28)	34 (8.50)
อื่นๆ	1 (0.52)	3 (1.46)	4 (1.00)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ราคาสินค้า ผู้ผลิต และทุกข้อรวมกัน

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านคุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 39.69 รองลงมา ได้แก่ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 25.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านคุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 39.32 รองลงมา ได้แก่ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ

27.77

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มเพศ

การตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เลือกซื้อตราสินค้าเดิม	26 (13.40)	46 (22.33)	72 (18.00)
พิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ	79 (40.72)	89 (43.20)	168 (42.00)
พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ	60 (30.93)	42 (20.39)	102 (25.50)
เปลี่ยนตราสินค้าไปเรื่อยๆ	21 (10.82)	26 (12.62)	47 (11.75)
อื่นๆ	8 (4.12)	3 (1.46)	11 (2.75)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ความสะอาด คุณภาพและราคา

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 40.72 รองลงมาได้แก่ เปลี่ยนตราสินค้าไปเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 30.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 43.20 รองลงมาได้แก่ เลือกซื้อตราสินค้าเดิม คิดเป็นร้อยละ 22.33

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของอาหารทะเลแปรรูปที่นิยมซื้อ จำแนกตามเพศ

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับอาหารทะเลแปรรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
กระป๋อง	29 (14.99)	32 (15.53)	61 (15.25)
ถุงพลาสติก	61 (31.44)	54 (26.21)	115 (28.75)
กล่องพลาสติก	102 (52.58)	113 (54.85)	215 (53.75)
อื่นๆ	2 (1.03)	7 (3.04)	9 (2.25)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ กล่องพลาสติกใส และวัสดุที่ปลอดภัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และกล่องกระดาษ

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่นิยมซื้อบรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 52.58 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 31.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่นิยมซื้อบรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 54.85 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 26.21



ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กับอาหารทะเลแปรรูปที่นิยมซื้อ จำแนกตามเพศ

ขนาดของบรรจุภัณฑ์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 100 กรัม	25 (12.89)	28 (13.59)	53 (13.25)
101-300 กรัม	106 (54.64)	115 (55.83)	211 (55.25)
301-500 กรัม	49 (25.26)	52 (25.24)	101 (25.25)
501-750 กรัม	10 (5.15)	10 (4.85)	20 (5.00)
751 กรัมขึ้นไป	4 (2.06)	1 (0.49)	5 (1.25)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 54.64 รองลงมา ได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 25.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 55.83 รองลงมา ได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 25.24

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มเพศ

ความถี่ในการซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 1 ครั้ง	33 (17.01)	58 (28.16)	91 (22.75)
2 ครั้ง	102 (52.58)	101 (49.03)	203 (50.75)
3 ครั้ง	35 (18.04)	30 (14.56)	65 (16.25)
4 ครั้ง	13 (6.70)	7 (3.40)	20 (5.00)
5 ครั้งขึ้นไป	11 (5.67)	10 (4.85)	21 (5.25)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 52.58 รองลงมา ได้แก่ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.04

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนมากซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 49.03 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.16

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปต่อครั้ง จำแนกตามกลุ่มเพศ

ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยต่อครั้ง	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 100 บาท	38 (19.59)	57 (27.67)	95 (23.75)
101-500 บาท	134 (69.07)	134 (65.05)	268 (67.00)
501 บาทขึ้นไป	22 (11.34)	15 (7.28)	37 (9.25)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 69.07 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.05 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.67

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มเพศ

แหล่งที่ซื้อ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ร้านค้าทั่วไป	42 (21.65)	31 (15.05)	73 (14.42)
ร้านขายของที่ระลึก/สถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล	10 (5.15)	13 (6.31)	23 (4.55)
ตลาด	27 (13.92)	32 (15.53)	59 (11.66)
ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต	161 (82.99)	185 (89.81)	346 (68.38)
อื่นๆ	4 (2.06)	1 (0.49)	5 (0.99)

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.ที่จุดขายสินค้านอกสถานที่ และงานแสดงสินค้า

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายจำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต คิดเป็นร้อยละ 82.99 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 21.65

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงจำนวนมากที่สุด ซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต คิดเป็นร้อยละ 89.81 รองลงมา ได้แก่ ตลาด คิดเป็นร้อยละ 15.53

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มเพศ

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านตัดสินใจเอง	148 (76.29)	166 (80.58)	314 (78.50)
คนในครอบครัว	43 (22.16)	39 (18.93)	82 (20.50)
เพื่อน	3 (1.55)	1 (0.49)	4 (9.25)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่ตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 76.29 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 22.16

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่ตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 80.58 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 18.93

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในตราสินค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป  
จำแนกตามเพศ

ข้อมูลด้านความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป	3.74 มาก (4)	3.66 มาก (4)
2.ความสะอาดและปลอดภัย	3.87 มาก (3)	3.83 มาก (3)
3.ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา	3.92 มาก (1)	4.11 มาก (1)
4.ราคาของสินค้าคุ้มค่ากับอาหาร	3.48 มาก (8)	3.50 มาก (7)
5.คำอธิบายในการปรุงและเก็บรักษา	3.53 มาก (6)	3.53 มาก (6)
6.ความสดของอาหารทะเลแปรรูป	3.64 มาก (5)	3.62 มาก (5)
7.ความหลากหลายของชนิดสินค้า	3.49 ปานกลาง (7)	3.48 ปานกลาง (8)
8.ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิต และหมดอายุ	3.92 มาก (1)	4.02 มาก (2)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายมีความพึงพอใจในตราสินค้าอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุและสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจในตราสินค้าอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ได้แก่ ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติกรณี่ที่เกิดความไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามเพศ

ปฏิกริยาตอบสนองเมื่อไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เลิกซื้อตราสินค้านั้น	157 (80.93)	156 (75.73)	313 (78.25)
นำอาหารที่เหลือไปกิน	10 (5.15)	10 (4.85)	20 (5.00)
ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต	7 (3.61)	8 (3.88)	15 (3.75)
บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น	19 (9.79)	29 (14.08)	48 (12.00)
อื่นๆ	1 (0.52)	3 (1.46)	4 (1.00)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ทั้งสินค้านั้น ไม่ซื้อตราสินค้านั้นอีกสักกระยะหนึ่ง

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้านั้นเมื่อเกิดความไม่พอพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 80.93 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 9.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้านั้นเมื่อเกิดความไม่พอพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 75.73 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้นและนำอาหารที่เหลือไปกิน คิดเป็นร้อยละ 14.08

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ การปฏิบัติเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มเพศ

ปฏิริยาตอบสนองเมื่อพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ซื้อตราสินค้านั้นตลอด	78 (40.21)	96 (46.00)	174 (43.50)
เปลี่ยนตราสินค้าใหม่ในการซื้อครั้งต่อไป	15 (7.73)	10 (4.85)	25 (6.25)
ซื้อตราสินค้านั้นสลับกับตราสินค้าอื่น	62 (31.96)	45 (21.84)	107 (26.75)
บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น	39 (20.10)	54 (26.21)	93 (23.25)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.49)	1 (0.25)
รวม	194 (100.00)	206 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ จะซื้อผลิตภัณฑ์อื่นของตราสินค้านั้นด้วย

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายส่วนมากจะซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 40.21 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 20.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงส่วนมากจะซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 26.21



### 3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

ปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการบริโภค	กลุ่มอายุ				
	ไม่เกิน 20ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.ความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป	4.13 มาก (2)	3.88 มาก (3)	3.81 มาก (3)	3.96 มาก (2)	3.97 มาก (2)
2.ความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อหา	4.40 มาก (1)	4.10 มาก (1)	3.98 มาก (1)	3.81 มาก (3)	3.97 มาก (2)
3.อาหารทะเลมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.67 มาก (4)	3.71 มาก (4)	3.75 มาก (4)	3.77 มาก (4)	3.83 มาก (4)
4.อาหารทะเลมีความแตกต่างหลากหลาย	3.40 ปานกลาง (6)	3.58 มาก (5)	3.46 ปานกลาง (6)	3.51 มาก (5)	3.64 มาก (5)
5.อาหารทะเลแปรรูปมีรสชาติดี	3.47 ปานกลาง (5)	3.58 มาก (5)	3.50 มาก (5)	3.38 ปานกลาง (6)	3.61 มาก (6)
6.ความสะอาดในการปรุงและการเก็บรักษา	4.07 มาก (3)	3.99 มาก (2)	3.87 มาก (2)	4.04 มาก (1)	3.98 มาก (1)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีปัจจัยที่มีผลกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ได้แก่ ความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีปัจจัยที่มีผลกระทบทำให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีปัจจัยที่มีผลกระทบทำให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีปัจจัยที่มีผลกระทบทำให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะอาดในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ได้แก่ ความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีปัจจัยที่มีผลกระทบทำให้เกิดความต้องการบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะอาดในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวก และรวดเร็วในการซื้อหา และความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อ	กลุ่มอายุ				
	ไม่เกิน 20ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ	3.93 มาก (1)	3.61 มาก (1)	3.36 ปานกลาง (2)	3.55 มาก (1)	3.32 ปานกลาง (2)
2.การโฆษณาของร้านค้า หรือตัวแทนจำหน่าย	3.27 ปานกลาง (5)	3.28 ปานกลาง (5)	3.16 ปานกลาง (3)	3.21 ปานกลาง (3)	3.15 ปานกลาง (4)
3.การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์	3.67 มาก (2)	3.30 ปานกลาง (4)	3.15 ปานกลาง (4)	3.34 ปานกลาง (2)	3.19 ปานกลาง (3)
4.เห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ	3.67 มาก (2)	3.42 ปานกลาง (3)	2.80 ปานกลาง (5)	2.96 ปานกลาง (5)	3.08 ปานกลาง (5)
5.อยากทดลองตราสินค้าใหม่	3.60 มาก (4)	3.60 มาก (2)	3.65 ปานกลาง (1)	3.08 ปานกลาง (4)	3.83 มาก (1)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

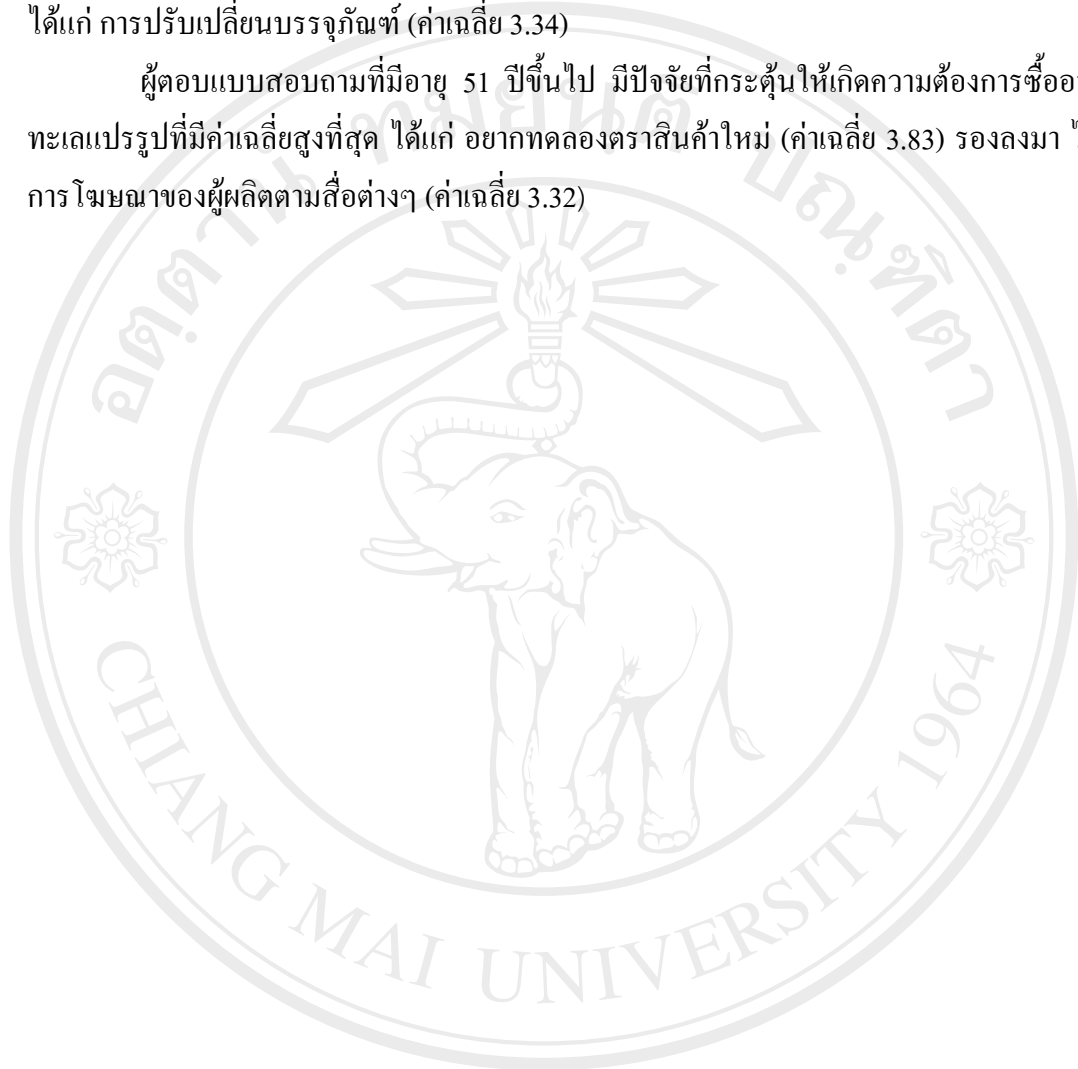
จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา ได้แก่ การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ และเห็นผู้อื่นใช้หรือมีผู้แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมา ได้แก่ อยากทดลองตราสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ อยากทดลองตราสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมา ได้แก่ การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ อยากรทดลองตราสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.32)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

แหล่งข้อมูล	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สื่อทางวิทยุ	3 (20.00)	25 (15.06)	14 (12.39)	1 (2.13)	8 (13.56)	51 (6.06)
สื่อสิ่งพิมพ์	8 (53.33)	64 (38.55)	27 (23.89)	10 (21.28)	11 (18.64)	120 (14.26)
สื่อโทรทัศน์	14 (93.33)	130 (78.31)	73 (64.60)	23 (48.94)	29 (49.15)	269 (31.81)
คนรู้จัก	3 (20.00)	30 (18.07)	14 (12.39)	8 (17.02)	6 (10.17)	61 (7.25)
พนักงานขาย	3 (20.00)	40 (24.10)	37 (32.74)	22 (46.81)	25 (42.37)	127 (15.09)
แผ่นพับ หรือ โบชัวร์	5 (33.33)	20 (12.05)	25 (22.12)	7 (14.89)	8 (12.56)	65 (7.71)
ทดลองใช้จริง	5 (33.33)	55 (33.13)	41 (36.28)	15 (31.91)	23 (38.98)	139 (16.51)
อื่นๆ	1 (6.67)	5 (3.01)	3 (2.65)	2 (4.62)	0 (0.00)	11 (1.31)

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.อื่นๆ ได้แก่ การทดลองให้ชิมในโมเดิร์นเทรด การทำโปรโมชันต่าง และร้านค้า

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีจำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 93.33 รองลงมา ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 53.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปีจำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 64.60 รองลงมา ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 38.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีจำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 64.60 รองลงมา ได้แก่ ทดลองใช้จริง คิดเป็นร้อยละ

36.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปีจำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 48.94 รองลงมา ได้แก่ พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 46.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปจำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 49.15 รองลงมา ได้แก่ พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 42.37



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้าที่รู้จักมากที่สุด จำแนกตามกลุ่มอายุ

ตราสินค้า	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
EASY-GO	2 (13.33)	23 (13.86)	8 (7.08)	0 (0.00)	0 (0.00)	33 (8.25)
I-อิม	0 (0.00)	2 (1.20)	3 (2.65)	1 (2.13)	0 (0.00)	6 (1.50)
S&P	3 (20.00)	24 (14.46)	9 (7.96)	5 (10.64)	10 (16.95)	51 (12.70)
สุรพลฟู้ด	0 (0.00)	23 (13.86)	25 (22.12)	13 (27.66)	17 (28.81)	78 (19.50)
พรานทะเล	10 (66.67)	94 (56.63)	66 (58.41)	26 (55.32)	31 (52.54)	227 (56.7)
PSP	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (1.77)	1 (2.13)	1 (1.69)	4 (1.00)
อื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.13)	0 (0.00)	1 (0.25)
รวม	15 (100.00)	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่ได้ระบุ

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเล คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา ได้แก่ S&P คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.63 รองลงมา ได้แก่ S&P คิดเป็นร้อยละ 14.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.41 รองลงมา ได้แก่ สุรพลฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 22.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.32 รองลงมา ได้แก่ สุรพลฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 27.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพราวนทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.54 รองลงมา ได้แก่ สุรพลฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 28.81

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทข้อมูลที่ค้นหาเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

ประเภทข้อมูล	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาสินค้า	12 (80.00)	91 (54.82)	59 (52.21)	23 (48.94)	28 (47.46)	213 (26.13)
คุณค่าด้านโภชนาการ	9 (60.00)	51 (30.72)	42 (37.17)	18 (38.30)	18 (30.51)	138 (16.93)
คุณสมบัติของสินค้า/รสชาติ	11 (73.33)	101 (60.84)	67 (59.29)	25 (53.19)	33 (55.93)	237 (29.08)
ขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	4 (26.67)	33 (19.88)	13 (11.50)	4 (8.51)	3 (5.08)	57 (6.99)
ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	3 (20.00)	53 (31.93)	30 (26.55)	13 (27.66)	15 (25.42)	114 (13.99)
ร้านค้าที่จัดจำหน่าย	1 (6.67)	34 (20.48)	8 (7.08)	3 (6.38)	4 (6.78)	50 (6.14)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.60)	4 (3.54)	1 (2.13)	0 (0.00)	6 (0.74)

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.อื่นๆ ได้แก่ โปรโมชัน ความสด ความสะอาด ความสะดวกในการปรุง และความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีจำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้าอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา ได้แก่ คุณสมบัติของสินค้า/รสชาติ คิดเป็นร้อยละ 73.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปีจำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า/รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 60.84 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 54.82



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี จำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า/รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 59.29 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 52.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี จำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า/รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 53.19 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 48.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า/รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 55.93 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 40.46

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้อ อาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มอายุ				
	ไม่เกิน 20ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	3.90 มาก (7)	4.03 มาก (6)	3.74 มาก (9)	3.83 มาก (8)	3.83 มาก (6)
2.คุณภาพของสินค้า และคุณค่าทางด้านโภชนาการ	4.40 มาก (1)	4.25 มาก (2)	4.01 มาก (3)	4.11 มาก (2)	3.85 มาก (5)
3.ชนิดของอาหารทะเล เช่น กุ้ง ปลา หอย	4.13 มาก (3)	4.02 มาก (8)	3.76 มาก (8)	3.72 มาก (9)	3.76 มาก (8)
4.รสชาติ	4.13 มาก (3)	4.21 มาก (4)	3.96 มาก (5)	4.06 มาก (3)	3.80 มาก (7)
5.รูปแบบบรรจุภัณฑ์	3.47 ปานกลาง (12)	3.54 มาก (11)	3.26 ปานกลาง (12)	3.36 ปานกลาง (13)	3.24 ปานกลาง (12)
6.ขนาดของบรรจุภัณฑ์	3.33 ปานกลาง (13)	3.47 ปานกลาง (13)	3.27 ปานกลาง (11)	3.40 ปานกลาง (12)	3.10 ปานกลาง (13)
7.ราคาสินค้า	4.07 มาก (5)	4.03 มาก (6)	3.92 มาก (6)	3.91 มาก (7)	3.75 มาก (9)
8.ความสะดวกในการซื้อ เช่น หาง่าย หรือมีตู้โชว์ แยกต่างหาก	3.87 มาก (8)	4.13 มาก (5)	4.05 มาก (2)	3.94 มาก (5)	3.86 มาก (4)
9.ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก ออย.	4.27 มาก (2)	4.40 มาก (1)	4.32 มาก (1)	4.13 มาก (1)	4.34 มาก (1)
10.ความหลากหลายของชนิดสินค้า	3.60 มาก (10)	3.89 มาก (9)	3.57 มาก (10)	3.68 มาก (10)	3.75 มาก (9)

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้อ อาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มอายุ				
	ไม่เกิน 20ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
11.การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์	3.82 มาก (9)	3.52 มาก (12)	3.26 ปาน กลาง (12)	3.49 ปาน กลาง (11)	3.25 ปานกลาง (11)
12.เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ชิมก่อนตัดสินใจซื้อ	3.60 มาก (10)	3.75 มาก (10)	3.85 มาก (7)	3.94 มาก (5)	4.02 มาก (3)
13.ความสะดวกในการปรุง และสามารถเก็บรักษา ได้นาน	4.00 มาก (6)	4.22 มาก (3)	4.00 มาก (4)	4.04 มาก (4)	4.08 มาก (2)
14.คำแนะนำจากบุคคลอื่น	3.00 ปาน กลาง (14)	3.33 ปาน กลาง (14)	2.86 ปาน กลาง (14)	3.15 ปาน กลาง (14)	3.05 ปานกลาง (14)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ คุณภาพของสินค้าและคุณค่าทางด้านโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของสินค้าและคุณค่าทางด้านโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของสินค้าและคุณค่าทางด้านโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและสามารถเก็บรักษาได้นาน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้าที่รู้จักมากที่สุด จำแนกตามกลุ่มอายุ

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
รับประทานเอง	11 (73.33)	150 (90.36)	100 (88.50)	40 (85.11)	50 (84.75)	351 (87.75)
ของฝาก	1 (6.67)	7 (4.22)	7 (6.19)	6 (12.77)	8 (13.56)	29 (7.25)
งานสังสรรค์	1 (6.67)	8 (4.82)	6 (5.31)	1 (2.13)	1 (1.69)	17 (4.25)
อื่นๆ	2 (13.33)	1 (0.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)
รวม	15 (100.00)	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เก็บไว้เวลาทำงานดึก

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมา ได้แก่ เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 90.36 รองลงมา ได้แก่ เพื่องานสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 4.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 88.50 รองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 6.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 85.11 รองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 12.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่มิ่วัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 84.75 รองลงมาได้แก่เพื่อเป็นของฝากคิดเป็นร้อยละ 12.56

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้า จำแนกตามกลุ่มอายุ

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
รสชาติของสินค้า	5 (33.33)	47 (28.31)	24 (21.24)	7 (14.89)	14 (23.73)	97 (24.25)
ความสะอาด	7 (46.67)	49 (29.52)	27 (23.89)	12 (25.53)	12 (20.34)	107 (26.75)
คุณภาพของวัตถุดิบ	2 (13.33)	56 (33.73)	50 (44.25)	22 (46.81)	28 (47.46)	158 (39.50)
คุณค่าทางด้านโภชนาการ	1 (6.67)	13 (7.83)	11 (9.73)	4 (8.51)	5 (8.47)	34 (8.50)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.60)	1 (0.88)	2 (4.26)	0 (0.00)	4 (1.00)
รวม	15 (100.00)	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ราคาสินค้า ผู้ผลิต และทุกข้อรวมกัน

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาได้แก่ รสชาติของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านคุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 33.73 รองลงมาได้แก่ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 29.52

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านคุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาได้แก่ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 23.89

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านคุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 46.81 รองลงมา ได้แก่ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 25.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านคุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 47.46 รองลงมา ได้แก่ รสชาติของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 23.73



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

การตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	อายุ 51 ปีขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เลือกซื้อตราสินค้าเดิม	8 (53.33)	36 (21.69)	17 (15.04)	2 (4.26)	9 (15.25)	72 (18.00)
พิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ	5 (33.33)	61 (36.75)	46 (40.71)	24 (51.06)	32 (54.24)	168 (42.00)
พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ	2 (13.33)	32 (19.28)	38 (33.63)	18 (38.30)	12 (20.34)	102 (25.50)
เปลี่ยนสินค้าไปเรื่อยๆ	0 (0.00)	30 (18.07)	9 (7.96)	2 (4.26)	6 (10.17)	47 (11.75)
อื่นๆ	0 (0.00)	7 (4.22)	3 (2.65)	1 (2.13)	0 (0.00)	11 (2.75)
รวม	15 31-	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ความสะอาด คุณภาพและราคา

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเลือกซื้อตราสินค้าเดิม คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา ได้แก่ พิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป โดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมา ได้แก่ เลือกซื้อตราสินค้าเดิม คิดเป็นร้อยละ 21.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป โดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 40.71 รองลงมา ได้แก่ พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 33.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป โดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 51.06 รองลงมา ได้แก่ พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 38.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป โดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 54.24 รองลงมา ได้แก่ พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 20.34



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของอาหารทะเลแปรรูปที่นิยมซื้อ จำแนกตามกลุ่มอายุ

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับอาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
กระป๋อง	3 (20.00)	19 (11.45)	22 (19.75)	6 (12.77)	11 (18.64)	61 (15.25)
ถุงพลาสติก	4 (26.67)	44 (26.51)	36 (31.86)	15 (31.91)	16 (27.12)	115 (28.75)
กล่องพลาสติก	8 (53.33)	101 (60.84)	52 (46.02)			161 (53.75)
อื่นๆ	0 (0.00)	2 (1.20)	3 (2.65)		1 (1.69)	6 (2.25)
รวม	15	166	113	47		400
		(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ กล่องพลาสติกใส และวัสดุที่ปลอดภัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และกล่องกระดาษ

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปในบรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนมากนิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปในบรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 46.02 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 31.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนมากนิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปในบรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 48.94 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 31.91

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปในบรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 52.54 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 27.12

ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับขนาดของบรรจุภัณฑ์ของ

ขนาดของบรรจุภัณฑ์						รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 100กรัม	4 (26.67)	29 (17.47)	10 (8.85)	3 (6.38)	7 (11.86)	53 (13.25)
101-300กรัม	6 (40.00)	92 (55.42)	61 (53.98)	25 (53.19)	37 (62.71)	211 (55.25)
301-500กรัม	4 (26.67)	36 (21.69)	35 (30.97)	14 (29.79)	12 (20.34)	101 (25.25)
501-750กรัม	1 (6.67)	6 (3.61)	6 (5.31)	4 (8.51)	3 (5.08)	20 (5.00)
751กรัม ขึ้นไป	0 (0.00)	3 (1.81)	1 (0.88)	1 (2.13)	0 (0.00)	5 (1.25)
รวม	15 (100.00)	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา ได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 55.42 รองลงมา ได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 21.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 53.98 รองลงมา ได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 30.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 53.19 รองลงมา ได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 29.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 62.71 รองลงมา ได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 20.34

ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปต่อเดือน จำแนกตามกลุ่มอายุ

ความถี่ในการซื้อ	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 1 ครั้ง	4 (26.67)	50 (30.12)	21 (18.58)	9 (19.15)	7 (11.86)	91 (22.75)
2 ครั้ง	8 (53.33)	65 (39.16)	67 (59.29)	24 (51.06)	39 (66.10)	203 (50.75)
3 ครั้ง	3 (20.00)	27 (16.27)	18 (15.93)	8 (17.02)	9 (15.25)	65 (16.25)
4 ครั้ง	0 (0.00)	11 (6.63)	4 (3.54)	2 (4.26)	3 (5.08)	20 (5.00)
5 ครั้ง ขึ้นไป	0 (0.00)	13 (7.83)	3 (2.65)	4 (8.51)	1 (1.69)	21 (5.25)
รวม	15 (100.00)	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนมากซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 39.16 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 59.29 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 51.06 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 66.10 รองลงมา ได้แก่ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.25

ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปต่อครั้ง จำแนกตามกลุ่มอายุ

ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดย ต่อครั้ง	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 100 บาท	5 (33.33)	50 (30.12)	24 (21.24)	9 (19.15)	7 (11.86)	95 (23.75)
101-500 บาท	9 (60.00)	104 (62.65)	79 (69.91)	35 (74.47)	41 (69.49)	268 (67.00)
501 บาทขึ้นไป	1 (6.67)	12 (7.23)	10 (8.85)	3 (6.38)	11 (18.64)	37 (9.25)
รวม	15 (100.00)	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.65 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 69.91 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 74.47 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.15

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 69.49 รองลงมา ได้แก่ 501 บาทขึ้นไปต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.64

ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

แหล่งที่ซื้อ	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ร้านค้าทั่วไป	8 (53.33)	37 (53.33)	14 (12.39)	6 (12.77)	8 (13.56)	73 (14.42)
ร้านขายของที่ระลึก/สถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล	3 (20.00)	11 (6.63)	1 (0.88)	3 (6.38)	5 (8.47)	23 (4.55)
ตลาด	5 (33.33)	23 (13.86)	11 (9.73)	10 (21.28)	10 (16.95)	59 (11.66)
ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เกต	10 (66.67)	147 (88.55)	104 (92.04)	37 (78.72)	48 (81.36)	346 (68.38)
อื่นๆ	1 (6.67)	3 (1.81)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.69)	5 (0.99)

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.ที่จุดขายสินค้านอกสถานที่ และงานแสดงสินค้า

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เกต คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็น ร้อยละ 53.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เกต คิดเป็นร้อยละ 88.55 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 53.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เกต คิดเป็นร้อยละ 92.04 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 12.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต คิดเป็นร้อยละ 78.72 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 12.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต คิดเป็นร้อยละ 81.36 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 16.95

**ตารางที่ 4.62** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านตัดสินใจเอง	10 (66.67)	139 (83.73)	88 (77.88)	33 (70.21)	44 (74.58)	314 (78.50)
คนในครอบครัว	5 (33.33)	25 (15.06)	24 (21.24)	14 (29.79)	14 (23.73)	82 (20.50)
เพื่อน	0 (0.00)	2 (1.20)	1 (0.88)	0 (0.00)	1 (1.69)	4 (9.25)
<b>รวม</b>	<b>15</b> <b>(100.00)</b>	<b>166</b> <b>(100.00)</b>	<b>113</b> <b>(100.00)</b>	<b>47</b> <b>(100.00)</b>	<b>59</b> <b>(100.00)</b>	<b>400</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 83.73 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 15.06

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 77.88 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 21.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 70.21 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 29.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นมีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 74.58 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 23.73

ตารางที่ 4.63 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

ข้อมูลความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มอายุ				
	ไม่เกิน 20ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป	3.93 มาก (2)	3.77 มาก (4)	3.58 มาก (4)	3.68 มาก (4)	3.68 มาก (4)
2.ความสะอาดและปลอดภัย	3.93 มาก (2)	3.92 มาก (2)	3.75 มาก (3)	3.79 มาก (3)	3.86 มาก (2)
3.ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา	4.00 มาก (1)	4.00 มาก (1)	4.19 มาก (1)	3.87 มาก (2)	3.86 มาก (2)
4.ราคาของสินค้าคุ้มค่ากับอาหาร	3.73 มาก (6)	3.54 มาก (8)	3.41 ปานกลาง (7)	3.40 ปานกลาง (8)	3.49 ปานกลาง (7)
5.คำอธิบายในการปรุงและเก็บรักษา	3.67 มาก (7)	3.57 มาก (7)	3.47 ปานกลาง (6)	3.43 ปานกลาง (7)	3.59 มาก (6)
6.ความสดของอาหารทะเลแปรรูป	3.80 มาก (4)	3.67 มาก (5)	3.50 มาก (5)	3.68 มาก (4)	3.68 มาก (4)
7.ความหลากหลายของชนิดสินค้า	3.33 ปานกลาง (8)	3.60 มาก (6)	3.36 ปานกลาง (8)	3.53 มาก (6)	3.42 ปานกลาง (8)
8.ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิต และหมดอายุ	3.80 มาก (4)	3.92 มาก (2)	3.94 มาก (2)	4.13 มาก (1)	4.08 มาก (1)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัยและรสชาติของอาหาร (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัยและฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา ได้แก่ ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษาและความสะอาดและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.86)



ตารางที่ 4.64 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

การปฏิบัติเมื่อไม่พึงพอใจใน อาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เลิกซื้อตราสินค้านั้น	14 (93.33)	118 (71.08)	88 (77.88)	41 (87.23)	52 (88.14)	313 (78.25)
นำอาหารที่เหลือไปกิน	0 (0.00)	11 (6.63)	4 (3.54)	1 (2.13)	4 (6.78)	20 (5.00)
ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต	0 (0.00)	4 (2.41)	7 (6.19)	1 (2.13)	3 (5.08)	15 (3.75)
บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น	1 (6.67)	31 (18.67)	12 (10.63)	4 (8.51)	0 (0.00)	48 (12.00)
อื่นๆ	0 (0.00)	2 (1.20)	2 (1.77)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (1.00)
รวม	15 (100.00)	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ทิ้งสินค้านั้น ไม่ซื้อตราสินค้านั้นอีกสักกระยะหนึ่ง

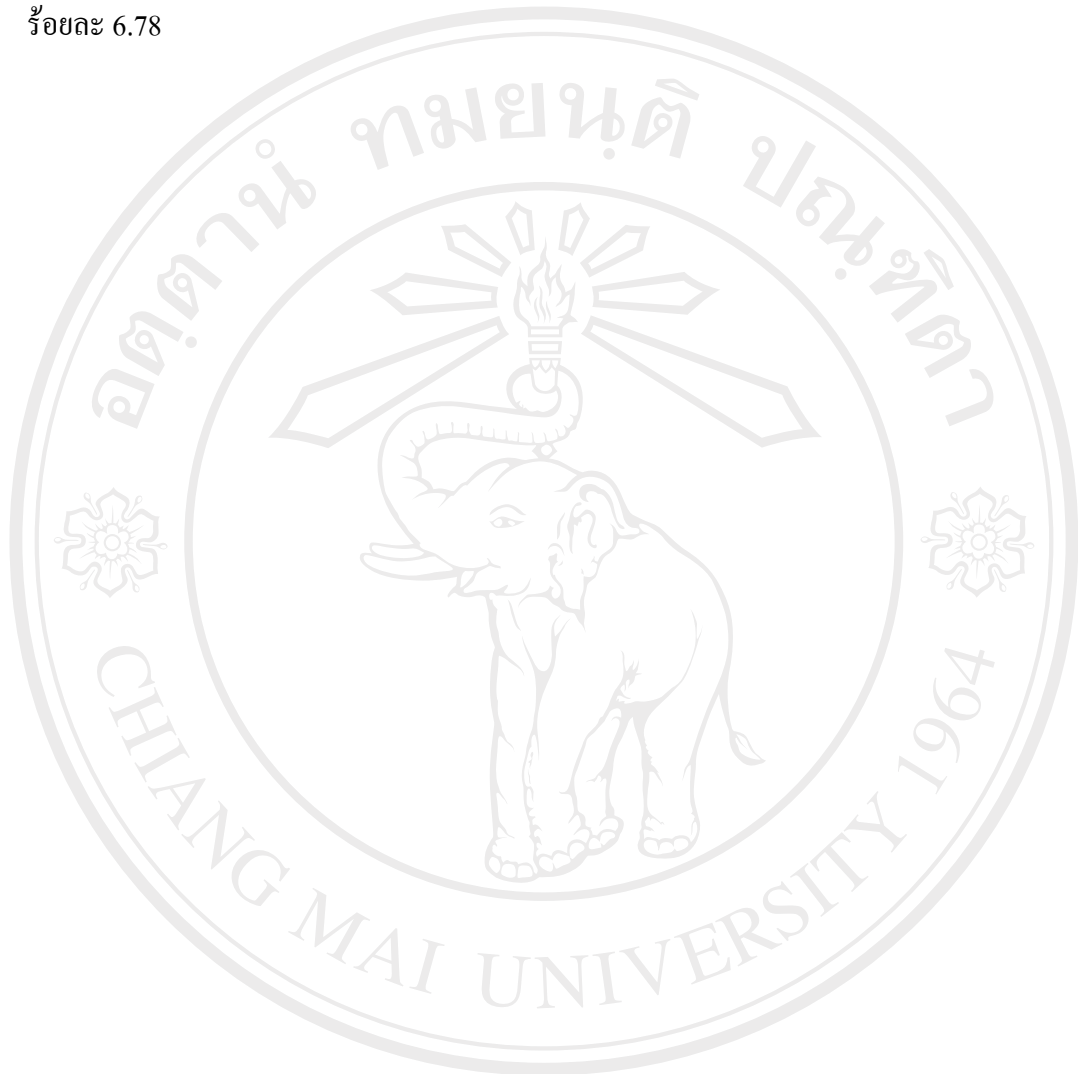
จากตารางที่ 4.64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้านั้นเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 93.33 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 6.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้านั้นเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 71.08 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 18.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้านั้นเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 77.88 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 10.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้านั้นเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 87.23 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 8.51

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้านั้นเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 88.14 รองลงมา ได้แก่ นำอาหารที่เหลือไปกิน คิดเป็นร้อยละ 6.78



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มอายุ

การปฏิบัติเมื่อพึงพอใจใน อาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มอายุ					รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30ปี	31-40ปี	41-50ปี	อายุ 51ปี ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ซื้อตราสินค้านั้นตลอด	12 (80.00)	76 (45.78)	38 (33.63)	22 (46.81)	26 (44.07)	174 (43.50)
เปลี่ยนตราสินค้าใหม่ในการซื้อครั้งต่อไป	0 (0.00)	13 (7.83)	5 (4.42)	1 (2.13)	6 (10.17)	25 (6.25)
ซื้อตราสินค้านั้นสลับกับตราสินค้าอื่น	0 (0.00)	35 (21.08)	42 (37.17)	12 (25.53)	18 (30.51)	107 (26.75)
บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น	3 (20.00)	41 (24.70)	28 (24.78)	12 (25.53)	9 (15.25)	93 (23.25)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.25)
รวม	15 (100.00)	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ จะซื้อผลิตภัณฑ์อื่นของตราสินค้านั้นด้วย

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่ซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนมากซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 45.78 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 24.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนมากซื้อตราสินค้านั้นสลับกับตราสินค้าอื่นเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 37.17 รองลงมา ได้แก่ ซื้อตราสินค้านั้นตลอดคิดเป็นร้อยละ 33.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนมากซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 46.81 รองลงมา ได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้นและซื้อตราสินค้านั้นสลับกับตราสินค้าอื่น คิดเป็นร้อยละ 25.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนมากซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 44.07 รองลงมา ได้แก่ ซื้อตราสินค้านั้นสลับกับตราสินค้าอื่น คิดเป็นร้อยละ 30.51



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### 3.3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามระดับรายได้

ตารางที่ 4.66 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบทำให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้อ	กลุ่มรายได้				
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001- 10,000บาท	10,001- 15,000บาท	15,001- 20,000บาท	20,001บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.ความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป	3.97 มาก (3)	3.85 มาก (3)	3.84 มาก (2)	3.73 มาก (4)	3.94 มาก (3)
2.ความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อหา	4.07 มาก (1)	4.03 มาก (1)	4.02 มาก (1)	3.98 มาก (1)	4.03 มาก (1)
3.อาหารทะเลมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	3.80 มาก (4)	3.83 มาก (4)	3.45 ปานกลาง (6)	3.78 มาก (3)	3.77 มาก (4)
4.อาหารทะเลมีความแตกต่างหลากหลาย	3.67 มาก (6)	3.78 มาก (5)	3.57 มาก (4)	3.44 ปานกลาง (6)	3.47 มาก (6)
5.อาหารทะเลแปรรูปมีรสชาติที่ดี	3.70 มาก (5)	3.58 มาก (6)	3.47 ปานกลาง (5)	3.53 มาก (5)	3.52 มาก (5)
6.ความสะอาดในการปรุงและการเก็บรักษา	4.03 มาก (2)	3.92 มาก (2)	3.82 มาก (3)	3.84 มาก (2)	4.03 มาก (1)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ความสะดวกและรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวก และรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวก และรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ได้แก่ ความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวก และรวดเร็วในการซื้อหา (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการเลือกบริโภคอาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวก และรวดเร็วในการซื้อหาและความสะอาดในการปรุงและการเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา ได้แก่ ความสดและสะอาดของอาหารทะเลแปรรูป (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ตารางที่ 4.67 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป  
จำแนกตามกลุ่มรายได้

ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้อ	กลุ่มรายได้				
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001- 10,000บาท	10,001- 15,000บาท	15,001- 20,000บาท	20,001บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ	3.87 มาก (1)	3.88 มาก (1)	3.33 ปานกลาง (2)	3.42 ปานกลาง (2)	3.41 ปานกลาง (2)
2.การโฆษณาของร้านค้า หรือตัวแทนจำหน่าย	3.47 ปานกลาง (5)	3.56 มาก (5)	3.02 ปานกลาง (3)	3.24 ปานกลาง (4)	3.13 ปานกลาง (4)
3.การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์	3.77 มาก (2)	3.59 มาก (3)	2.80 ปานกลาง (5)	3.31 ปานกลาง (3)	3.19 ปานกลาง (3)
4.เห็นผู้อื่นใช้อยู่ หรือมีผู้แนะนำ	3.60 มาก (3)	3.58 มาก (4)	2.96 ปานกลาง (4)	2.96 ปานกลาง (5)	3.06 ปานกลาง (5)
5.อยากทดลองตราสินค้าใหม่	3.50 มาก (4)	3.76 มาก (2)	3.39 ปานกลาง (1)	3.82 มาก (1)	3.67 มาก (1)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา ได้แก่ การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และเห็นผู้อื่นใช้อยู่หรือมีผู้แนะนำ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา ได้แก่ อยากทดลองตราสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยากทดลองตราสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.39) รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยากทดลองตราสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.67) รองลงมา ได้แก่ การโฆษณาของผู้ผลิตตามสื่อต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.41)



ตารางที่ 4.68 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

แหล่งข้อมูล	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้น ไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
สื่อทางวิทยุ	3 (10.00)	8 (13.56)	6 (12.24)	9 (20.00)	25 (11.52)	51 (6.06)
สื่อสิ่งพิมพ์	12 (40.00)	30 (50.85)	16 (32.65)	13 (28.89)	49 (22.58)	120 (14.26)
สื่อโทรทัศน์	24 (80.00)	46 (77.97)	36 (73.47)	30 (66.67)	133 (61.29)	269 (31.81)
คนรู้จัก	5 (16.67)	12 (20.34)	12 (24.49)	5 (11.11)	27 (12.44)	61 (7.25)
พนักงานขาย	9 (30.00)	7 (11.86)	11 (22.45)	16 (35.56)	84 (38.71)	127 (15.09)
แผ่นพับ หรือ โบว์ชัวร์	7 (23.33)	12 (20.34)	6 (12.24)	8 (17.78)	32 (14.75)	65 (7.71)
ทดลองใช้จริง	5 (16.67)	10 (16.95)	18 (36.73)	18 (40.00)	88 (40.55)	139 (16.51)
อื่นๆ	2 (6.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (4.15)	11 (1.31)

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.อื่นๆ ได้แก่ การทดลองให้ชิมใน โมเดิร์นเทรด การทำโปรโมชันต่าง และร้านค้า

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 40.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 77.97 รองลงมา ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 50.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 73.47 รองลงมา ได้แก่ ทดลองใช้จริง คิดเป็นร้อยละ 36.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา ได้แก่ ทดลองใช้จริง คิดเป็นร้อยละ 40.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวนมากที่สุดได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 61.29 รองลงมา ได้แก่ พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 40.55

ตารางที่ 4.69 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราสินค้าที่รู้จักมากที่สุด จำแนกตามกลุ่มรายได้

ตราสินค้า	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
EASY-GO	4 (13.33)	5 (8.47)	6 (12.24)	5 (11.11)	13 (5.99)	33 (8.25)
I-อิม	1 (3.33)	3 (5.08)	1 (2.04)	0 (0.00)	1 (0.46)	6 (1.50)
S&P	5 (16.67)	10 (16.95)	7 (14.29)	4 (8.89)	25 (11.52)	51 (12.70)
สุรพลฟู้ด	0 (0.00)	6 (10.17)	5 (10.20)	14 (31.11)	53 (24.42)	78 (19.50)
พรานทะเล	20 (66.67)	34 (57.63)	29 (59.18)	22 (48.89)	122 (56.22)	227 (56.7)
PSP	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.04)	0 (0.00)	3 (1.38)	4 (1.00)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (1.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.25)
รวม	15 (100.00)	166 (100.00)	113 (100.00)	47 (100.00)	59 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ไม่ระบุตราสินค้า

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเล คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา ได้แก่ S&P คิดเป็นร้อยละ 16.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.63 รองลงมา ได้แก่ S&P คิดเป็นร้อยละ 16.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.18 รองลงมา ได้แก่ S&P คิดเป็นร้อยละ 12.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนมากรู้จักตราสินค้าพรานทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.89 รองลงมา ได้แก่ สุรพลฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 31.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่รู้จักตราสินค้าพรานทะเลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.22 รองลงมา ได้แก่ สุรพลฟู๊ด คิดเป็นร้อยละ 24.42

ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามประเภทข้อมูลที่ค้นหาเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

ประเภทข้อมูล	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้น ไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาสินค้า	16 (53.33)	37 (62.71)	33 (67.35)	24 (53.33)	103 (47.47)	213 (26.13)
คุณค่าด้านโภชนาการ	16 (53.33)	23 (38.98)	13 (26.53)	15 (33.33)	71 (32.72)	138 (16.93)
คุณสมบัติของสินค้า/ รสชาติ	16 (53.33)	34 (57.63)	25 (51.02)	25 (55.65)	137 (63.13)	237 (29.08)
ขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์	8 (26.67)	10 (16.95)	9 (18.37)	4 (8.89)	26 (11.98)	57 (6.99)
ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	6 (20.00)	18 (30.51)	9 (18.37)	13 (28.89)	68 (31.34)	114 (13.99)
ร้านค้าที่จัดจำหน่าย	3 (16.67)	8 (16.95)	8 (36.73)	7 (40.00)	24 (40.55)	50 (6.14)
อื่นๆ	0 (6.67)	1 (0.00)	1 (0.00)	0 (0.00)	4 (4.14)	6 (0.74)

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.อื่นๆ ได้แก่ โปรโมชั่น ความสด ความสะอาด ความสะดวกในการปรุง และความปลอดภัย

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้า คุณค่าด้านโภชนาการ และคุณสมบัติของสินค้า/รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา ได้แก่ ขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้าอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 62.71 รองลงมา ได้แก่ คุณสมบัติของสินค้า/รสชาติ คิดเป็นร้อยละ 57.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของราคาสินค้าอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 67.35 รองลงมา ได้แก่ คุณสมบัติของสินค้า/รสชาติ คิดเป็นร้อยละ 51.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า/รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 55.65 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 53.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวนมากที่สุดค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า/รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 63.33 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้า คิดเป็นร้อยละ 47.47

ตารางที่ 4.71 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป  
จำแนกตามกลุ่มรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้อ อาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มรายได้				
	ไม่เกิน 5,000บาท	ไม่เกิน 5,000บาท	ไม่เกิน 5,000บาท	ไม่เกิน 5,000บาท	ไม่เกิน 5,000บาท
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
1.ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	4.00 มาก (5)	3.97 มาก (6)	3.69 มาก (8)	3.69 มาก (9)	3.94 มาก (6)
2.คุณภาพของสินค้า และคุณค่าทางด้าน โภชนาการ	4.10 มาก (3)	4.20 มาก (3)	4.14 มาก (1)	3.96 มาก (5)	4.12 มาก (3)
3.ชนิดของอาหารทะเล เช่น กุ้ง ปลา หอย	3.93 มาก (8)	3.97 มาก (6)	3.80 มาก (7)	3.71 มาก (8)	3.90 มาก (9)
4.รสชาติ	3.97 มาก (7)	4.22 มาก (2)	4.02 มาก (3)	4.04 มาก (4)	4.04 มาก (5)
5.รูปแบบบรรจุภัณฑ์	3.70 ปานกลาง (11)	3.68 มาก (13)	3.31 ปานกลาง (11)	3.20 ปานกลาง (13)	3.33 ปานกลาง (11)
6.ขนาดของบรรจุภัณฑ์	3.60 ปานกลาง (13)	3.71 ปานกลาง (12)	3.10 ปานกลาง (13)	3.22 ปานกลาง (12)	3.29 ปานกลาง (13)
7.ราคาสินค้า	4.00 มาก (5)	4.02 มาก (5)	3.96 มาก (4)	3.89 มาก (6)	3.93 มาก (7)
8.ความสะดวกในการซื้อ เช่น ทาง่าย หรือมีตู้โชว์ แยกต่างหาก	4.07 มาก (4)	4.03 มาก (4)	3.90 มาก (5)	4.07 มาก (3)	4.06 มาก (4)
9.ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก อย.	4.17 มาก (1)	4.36 มาก (1)	4.08 มาก (2)	4.36 มาก (1)	4.40 มาก (1)
10.ความหลากหลายของชนิดสินค้า	3.77 มาก (9)	3.92 มาก (8)	3.51 มาก (9)	3.67 มาก (10)	3.76 มาก (10)

ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้อ อาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มรายได้				
	ไม่เกิน 5,000บาท	ไม่เกิน 5,000บาท	ไม่เกิน 5,000บาท	ไม่เกิน 5,000บาท	ไม่เกิน 5,000บาท
	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ย แปล (ลำดับที่)
11.การโฆษณาสินค้าผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์	3.73 มาก (10)	3.71 มาก (10)	3.27 ปานกลาง (12)	3.36 ปานกลาง (11)	3.33 ปานกลาง (11)
12.เปิดโอกาสให้ผู้กล้าได้ชิมก่อนตัดสินใจซื้อ	3.70 มาก (11)	3.88 มาก (9)	3.43 มาก (10)	3.87 มาก (7)	3.92 มาก (8)
13.ความสะดวกในการปรุง และสามารถเก็บรักษา ได้นาน	4.13 มาก (2)	4.14 มาก (3)	3.86 มาก (6)	4.18 มาก (2)	4.14 มาก (2)
14.คำแนะนำจากบุคคลอื่น	3.33 ปานกลาง (14)	3.51 ปานกลาง (14)	2.88 ปานกลาง (14)	2.93 ปานกลาง (14)	3.08 ปานกลาง (14)

หมายเหตุค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและสามารถเก็บรักษาได้นาน (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา ได้แก่ รสชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ คุณภาพของสินค้าและคุณค่าทางด้านโภชนาการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและสามารถเก็บรักษาได้นาน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินทางเลือกในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ การรับรองมาตรฐานจาก อย. (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและสามารถเก็บรักษาได้นาน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 4.72 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
รับประทานเอง	24 (80.00)	48 (81.36)	39 (79.59)	42 (93.33)	198 (91.24)	351 (87.75)
ของฝาก	4 (13.33)	5 (8.47)	7 (14.29)	2 (4.44)	11 (5.07)	29 (7.25)
งานสังสรรค์	1 (3.33)	6 (10.17)	2 (4.08)	1 (2.22)	7 (3.23)	17 (4.25)
อื่นๆ	1 (3.33)	0 (0.00)	1 (2.04)	0 (0.00)	1 (0.46)	3 (0.75)
รวม	30 (100.00)	59 (100.00)	49 (100.00)	45 (100.00)	217 (100.00)	400 (100.00)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ เก็บไว้เวลาทำงานดึก

จากตารางที่ 4.72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 13.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 81.36 รองลงมา ได้แก่ เพื่องานสังสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 10.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 79.59 รองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 14.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 93.33 รองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 4.44



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 91.28 รองลงมา ได้แก่ เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 5.07

ตารางที่ 4.73 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้า จำแนกตามกลุ่มรายได้

ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
รสชาติของสินค้า	5 (16.67)	18 (30.51)	18 (36.73)	9 (20.00)	47 (21.66)	97 (24.25)
ความสะอาด	14 (46.67)	21 (35.59)	14 (28.57)	13 (28.89)	45 (20.74)	107 (26.75)
คุณภาพของวัตถุดิบ	9 (30.00)	12 (20.34)	11 (22.45)	18 (40.00)	108 (49.77)	158 (39.50)
คุณค่าทางด้านโภชนาการ	1 (3.33)	5 (8.47)	6 (12.24)	5 (11.11)	17 (7.83)	34 (8.50)
อื่นๆ	1 (3.33)	3 (5.08)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (1.00)
<b>รวม</b>	<b>30 (100.00)</b>	<b>59 (100.00)</b>	<b>49 (100.00)</b>	<b>45 (100.00)</b>	<b>217 (100.00)</b>	<b>400 (100.00)</b>

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ราคาสินค้า ผู้ผลิต และทุกข้อรวมกัน

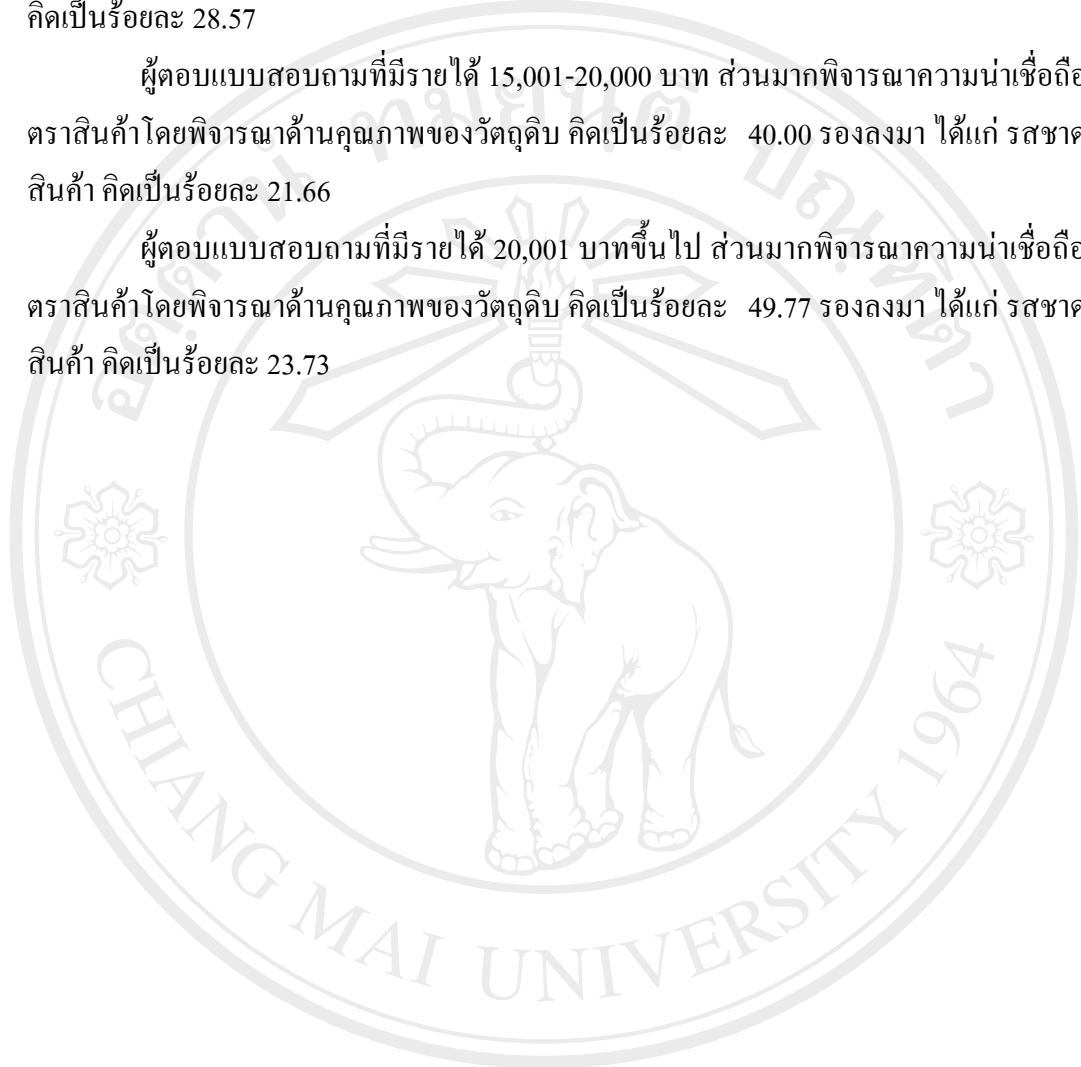
จากตารางที่ 4.73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 30.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 35.59 รองลงมา ได้แก่ รสชาติของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 30.51

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านรสชาติของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 36.73 รองลงมา ได้แก่ ความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 28.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านคุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา ได้แก่ รสชาติของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 21.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือของตราสินค้าโดยพิจารณาด้านคุณภาพของวัตถุดิบ คิดเป็นร้อยละ 49.77 รองลงมา ได้แก่ รสชาติของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 23.73



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.74 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

การตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เลือกซื้อตราสินค้าเดิม	6 (20.00)	17 (28.81)	11 (22.45)	7 (15.56)	31 (14.29)	72 (18.00)
พิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ	13 (43.33)	26 (44.07)	18 (36.73)	18 (40.00)	93 (42.86)	168 (42.00)
พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ	3 (10.00)	10 (16.95)	11 (22.45)	14 (31.11)	64 (29.49)	102 (25.50)
เปลี่ยนตราสินค้าไปเรื่อยๆ	8 (26.67)	3 (5.08)	8 (16.33)	5 (11.11)	23 (10.60)	47 (11.75)
อื่นๆ	0 (0.00)	3 (5.08)	1 (2.04)	1 (2.22)	6 (2.76)	11 (2.75)
<b>รวม</b>	<b>30 (100.00)</b>	<b>59 (100.00)</b>	<b>49 (100.00)</b>	<b>45 (100.00)</b>	<b>217 (100.00)</b>	<b>400 (100.00)</b>

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ความสะอาด คุณภาพและราคา

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมา ได้แก่ เปลี่ยนตราสินค้าไปเรื่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 44.07 รองลงมา ได้แก่ เลือกซื้อตราสินค้าเดิม คิดเป็นร้อยละ 28.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 36.73 รองลงมา ได้แก่ พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบและเลือกซื้อตราสินค้าเดิม คิดเป็นร้อยละ 22.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา ได้แก่ พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 31.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยพิจารณาถึงคุณค่าทางด้านโภชนาการเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 42.68 รองลงมา ได้แก่ พิจารณาด้านราคาเปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 29.49

**ตารางที่ 4.75** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของอาหารทะเลแปรรูปที่นิยมซื้อ จำแนกตามกลุ่มรายได้

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับอาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
กระป๋อง	6 (20.00)	14 (23.73)	11 (22.45)	7 (15.56)	23 (10.60)	61 (15.25)
ถุงพลาสติก	10 (33.33)	10 (16.95)	11 (22.45)	14 (31.11)	70 (32.26)	115 (28.75)
กล่องพลาสติก	13 (43.33)	34 (57.63)	27 (55.10)	24	117 (53.92)	215 (53.75)
อื่นๆ	1 (3.33)	1 (1.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (3.23)	9 (2.25)
<b>รวม</b>	<b>30 (100.00)</b>	<b>59 (100.00)</b>	<b>49 (100.00)</b>	<b>45 (100.00)</b>	<b>217 (100.00)</b>	<b>400 (100.00)</b>

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ กล่องพลาสติกใส และวัสดุที่ปลอดภัยและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และกล่องกระดาษ

จากตารางที่ 4.75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนมากนิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 57.63 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 23.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติกและกระป๋อง คิดเป็นร้อยละ 22.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 31.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ใช้บรรจุภัณฑ์แบบกล่องพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 53.92 รองลงมา ได้แก่ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 32.26

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.76 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับขนาดของบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่นิยมซื้อ จำแนกตามกลุ่มรายได้

ขนาดของบรรจุภัณฑ์	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 100 กรัม	5 (16.67)	14 (23.73)	6 (12.24)	6 (13.33)	22 (10.14)	53 (13.25)
101-300 กรัม	15 (50.00)	22 (37.29)	29 (59.18)	28 (62.22)	127 (58.53)	211 (55.25)
301-500 กรัม	8 (26.67)	16 (27.12)	10 (20.41)	8 (17.78)	59 (27.19)	101 (25.25)
501-750 กรัม	2 (6.67)	5 (8.47)	4 (8.16)	2 (4.44)	7 (3.23)	20 (5.00)
751 กรัมขึ้นไป	0 (0.00)	2 (3.39)	0 (0.00)	1 (2.22)	2 (0.92)	5 (1.25)
รวม	30 (100.00)	59 (100.00)	49 (100.00)	45 (100.00)	217 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเลือกซื้อขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนมากตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเลือกซื้อขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 37.29 รองลงมาได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 27.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเลือกซื้อขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 59.18 รองลงมาได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 20.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเลือกซื้อขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 62.22 รองลงมาได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 17.78

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเลือกซื้อขนาด 101-300 กรัม คิดเป็นร้อยละ 58.53 รองลงมา ได้แก่ 301-500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 27.19

ตารางที่ 4.77 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

ความถี่ในการซื้อ	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 1 ครั้ง	8 (26.67)	13 (22.03)	14 (28.57)	8 (17.78)	48 (22.12)	91 (22.75)
2 ครั้ง	10 (53.33)	21 (35.59)	20 (40.82)	24 (53.33)	128 (58.99)	203 (50.75)
3 ครั้ง	5 (16.67)	15 (25.42)	6 (12.24)	9 (20.00)	30 (13.82)	65 (16.25)
4 ครั้ง	2 (6.67)	5 (8.47)	3 (6.12)	3 (6.67)	7 (3.23)	20 (5.00)
5 ครั้งขึ้นไป	5 (16.67)	5 (8.47)	6 (12.24)	1 (2.22)	4 (1.84)	21 (5.25)
รวม	30 (100.00)	59 (100.00)	49 (100.00)	45 (100.00)	217 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนมากซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 35.59 รองลงมา ได้แก่ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 25.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนมากซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40.82 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา ได้แก่ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 58.99 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.12

ตารางที่ 4.78 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปต่อครั้ง จำแนกตามกลุ่มรายได้

ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดย ต่อครั้ง	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ไม่เกิน 100 บาท	11 (36.67)	17 (28.81)	22 (44.90)	12 (26.67)	33 (15.21)	95 (23.75)
101-500 บาท	16 (53.33)	39 (66.10)	26 (53.06)	32 (71.11)	155 (71.43)	268 (67.00)
501 บาทขึ้นไป	3 (10.00)	3 (5.08)	1 (2.04)	1 (2.22)	29 (13.36)	37 (9.25)
รวม	30 (100.00)	59 (100.00)	49 (100.00)	45 (100.00)	217 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 66.10 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาทส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 53.06 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.90



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.11 รองลงมา ได้แก่ ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ย 101-500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา ได้แก่ 501 บาทขึ้นไปต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.21

ตารางที่ 4.79 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

แหล่งที่ซื้อ	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ร้านค้าทั่วไป	8 (26.67)	25 (42.37)	12 (24.49)	7 (15.56)	21 (9.68)	73 (14.42)
ร้านขายของที่ระลึก/สถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล	3 (10.00)	10 (16.95)	3 (6.12)	1 (2.22)	6 (2.76)	23 (4.55)
ตลาด	12 (40.00)	15 (25.42)	9 (18.37)	4 (8.89)	19 (8.76)	59 (11.66)
ห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต	22 (73.33)	42 (71.19)	40 (81.63)	40 (88.89)	202 (93.09)	346 (68.38)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (1.69)	2 (4.08)	0 (0.00)	2 (0.92)	5 (0.99)

หมายเหตุ 1.ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.ที่จุดขายสินค้านอกสถานที่ และงานแสดงสินค้า

จากตารางที่ 4.79 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากร้านค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมา ได้แก่ ตลาด คิดเป็นร้อยละ 40.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต คิดเป็นร้อยละ 71.19 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 42.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต คิดเป็นร้อยละ 81.63 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 24.49

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต คิดเป็นร้อยละ 88.89 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 15.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวนมากที่สุดซื้ออาหารทะเลแปรรูปจากห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาเกต คิดเป็นร้อยละ 93.09 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.68

ตารางที่ 4.80 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ท่านตัดสินใจเอง	24 (80.00)	43 (72.88)	40 (81.63)	34 (75.56)	173 (79.72)	314 (78.50)
คนในครอบครัว	6 (20.00)	14 (23.73)	8 (16.33)	11 (24.44)	43 (19.82)	82 (20.50)
เพื่อน	0 (0.00)	2 (3.39)	1 (2.04)	0 (0.00)	1 (0.46)	4 (9.25)
รวม	30 (100.00)	59 (100.00)	49 (100.00)	45 (100.00)	217 (100.00)	400 (100.00)

จากตารางที่ 4.80 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 72.88 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 23.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 81.63 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 16.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 75.56 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 24.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่มีอำนาจตัดสินใจในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 79.72 รองลงมา ได้แก่ คนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 19.82

ตารางที่ 4.81 แสดงค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

หัวข้อความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มรายได้				
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001-10,000บาท	10,001-15,000บาท	15,001-20,000บาท	20,001บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ยแปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ยแปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ยแปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ยแปล (ลำดับที่)	ค่าเฉลี่ยแปล (ลำดับที่)
1.รสชาติของอาหารทะเลแปรรูป	3.80 มาก (2)	3.83 มาก (4)	3.76 มาก (4)	3.64 มาก (5)	3.65 มาก (4)
2.ความสะอาดและปลอดภัย	3.77 มาก (4)	4.02 มาก (2)	3.90 มาก (2)	3.76 มาก (3)	3.82 มาก (3)
3.ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา	3.80 มาก (2)	4.59 มาก (1)	3.96 มาก (1)	4.02 มาก (1)	3.90 มาก (2)
4.ราคาของสินค้าคุ้มค่ากับอาหาร	3.50 มาก (8)	3.63 มาก (7)	3.53 มาก (7)	3.42 ปานกลาง (7)	3.45 ปานกลาง (7)
5.คำอธิบายในการปรุงและเก็บรักษา	3.57 มาก (6)	3.63 มาก (7)	3.45 ปานกลาง (8)	3.71 มาก (4)	3.48 ปานกลาง (6)
6.ความสดของอาหารทะเลแปรรูป	3.77 มาก (4)	3.76 มาก (5)	3.65 มาก (5)	3.64 มาก (5)	3.57 มาก (5)
7.ความหลากหลายของชนิดสินค้า	3.57 มาก (6)	3.71 มาก (6)	3.63 มาก (6)	3.36 ปานกลาง (8)	3.41 ปานกลาง (8)
8.ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิต และหมดอายุ	3.83 มาก (1)	3.88 มาก (3)	3.88 มาก (3)	3.87 มาก (2)	4.06 มาก (1)

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 น้อยที่สุด 1.50-2.49 น้อย 2.50-3.49 ปานกลาง 3.50-4.49 มาก 4.50-5.00 มากที่สุด

จากตารางที่ 4.81 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัยและฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ได้แก่ ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ฉลากแสดงวันเดือนปีที่ผลิตและหมดอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ได้แก่ ความสะดวกในการปรุงและเก็บรักษาและความสะอาดและปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ตารางที่ 4.82 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติเมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

ปฏิกริยาตอบสนองเมื่อไม่พึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เลิกซื้อตราสินค้า	20 (66.67)	43 (72.88)	37 (75.51)	39 (86.67)	174 (80.18)	313 (78.25)
นำอาหารที่เหลือไปกิน	4 (13.33)	7 (11.86)	1 (2.04)	1 (2.22)	7 (3.23)	20 (5.00)
ร้องเรียนไปยังผู้ผลิต	0 (0.00)	2 (3.39)	3 (6.12)	2 (4.44)	8 (3.69)	15 (3.75)
บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้า	6 (20.00)	7 (11.86)	7 (14.29)	3 (6.67)	25 (11.52)	48 (12.00)
อื่นๆ	0 (0.00)	1 (0.00)	1 (2.04)	0 (0.00)	3 (1.38)	4 (1.00)
<b>รวม</b>	<b>30</b> <b>(100.00)</b>	<b>59</b> <b>(100.00)</b>	<b>49</b> <b>(100.00)</b>	<b>45</b> <b>(100.00)</b>	<b>217</b> <b>(100.00)</b>	<b>400</b> <b>(100.00)</b>

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ทิ้งสินค้า ไม่ซื้อตราสินค้าอีกสักกระยะหนึ่ง

จากตารางที่ 4.82 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้าเมื่อเกิดความไม่พอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 20.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้าเมื่อเกิดความไม่พอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 72.88 รองลงมาได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้าและนำอาหารที่เหลือไปกิน คิดเป็นร้อยละ 11.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้าเมื่อเกิดความไม่พอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 75.51 รองลงมาได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 14.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้านั้นเมื่อเกิดความไม่พอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 86.67 รองลงมา ได้แก่ บอกรคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 6.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่เลิกซื้อตราสินค้านั้นเมื่อเกิดความไม่พอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 80.18 รองลงมา ได้แก่ บอกรคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้านั้น คิดเป็นร้อยละ 11.52



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.83 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามกลุ่มรายได้

ปฏิริยาตอบสนองเมื่อพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป	กลุ่มรายได้					รวม
	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ซื้อตราสินค้านั้นตลอด	15 (50.00)	30 (50.85)	21 (42.86)	20 (44.44)	88 (44.05)	174 (43.50)
เปลี่ยนตราสินค้าใหม่ในการซื้อครั้งต่อไป	2 (6.67)	9 (15.25)	4 (8.16)	4 (8.89)	6 (2.76)	25 (6.25)
ซื้อตราสินค้าอื่นสลับกับตราสินค้าอื่น	2 (6.67)	3 (5.08)	13 (26.53)	12 (26.67)	77 (35.48)	107 (26.75)
บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้าอื่น	11 (36.67)	17 (28.81)	11 (22.45)	8 (17.78)	46 (21.20)	93 (23.25)
อื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (2.22)	0 (0.00)	1 (0.25)
<b>รวม</b>	<b>30</b> <b>(100.00)</b>	<b>59</b> <b>(100.00)</b>	<b>49</b> <b>(100.00)</b>	<b>45</b> <b>(100.00)</b>	<b>217</b> <b>(100.00)</b>	<b>400</b> <b>(100.00)</b>

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ จะซื้อผลิตภัณฑ์อื่นของตราสินค้านี้ด้วย

จากตารางที่ 4.83 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้าอื่น คิดเป็นร้อยละ 36.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 50.85 รองลงมาได้แก่ บอกคนใกล้ชิดเกี่ยวกับตราสินค้าอื่น คิดเป็นร้อยละ 28.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ส่วนมากซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาได้แก่ ซื้อตราสินค้าอื่นสลับกับตราสินค้าอื่น คิดเป็นร้อยละ 26.53



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ส่วนมากซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมา ได้แก่ ซื้อตราสินค้านั้นสลับกับตราสินค้าอื่น คิดเป็นร้อยละ 26.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนมากซื้อตราสินค้านั้นตลอดเมื่อเกิดความพึงพอใจในอาหารทะเลแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 44.05 รองลงมา ได้แก่ ซื้อตราสินค้านั้นสลับกับตราสินค้าอื่น คิดเป็นร้อยละ 35.48



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved