

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคต่อการบริโภคน้ำตาลทรายในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาได้ 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทราย ส่วนที่ 3 ด้านความชอบ ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดน้ำตาลทราย ส่วนที่ 4 ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และส่วนที่ 5 ด้านการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดน้ำตาลทราย

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ข้อมูลเกี่ยวกับความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทราย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจ ความคิดเห็น โดยเฉลี่ยในระดับเห็นด้วยมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) แยกเป็นประเด็นได้ ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่เห็นด้วยมาก ได้แก่

- น้ำตาลทรายที่บริโภคในประเทศไทยทำมาจากอ้อย
- น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน
- น้ำตาลแบ่งขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต
- รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้เกินราคาที่กำหนด

- สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาลทรายได้
- ประเด็นที่เห็นด้วยปานกลาง ได้แก่
- เรื่องน้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่สารฟอกขาว

ประเด็นที่เห็นด้วยน้อย ได้แก่

- เรื่องความเชื่อที่ว่าทานหวานมากๆ ทำให้มีอารมณ์หงุดหงิด เห็นด้วยน้อย

ด้านความชอบ ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดน้ำตาลทราย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบ ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดน้ำตาลทรายโดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยแยกแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีความชอบ ความพึงพอใจมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความชอบ ความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวกใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่มีความชอบ ความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความชอบ ความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความชอบ ความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความชอบ ความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)

ด้านการให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดน้ำตาลทราย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดน้ำตาลทรายโดยเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยแยกแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยที่ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย

- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยที่ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยที่ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวกใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยที่ให้ความสำคัญ เป็นอันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและ โอกาสพิเศษ

ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย โดยเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.47

โดยเรียงเรื่องที่มีความเข้าใจอันดับแรก ไปยังน้อยที่สุดเป็นอันดับที่เหมือนกัน ดังนี้

- อันดับที่ 1 คือ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย
- อันดับที่ 2 คือ รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด
- อันดับที่ 3 คือ สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาลทรายได้
- อันดับที่ 4 คือ น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน
- อันดับที่ 5 คือ น้ำตาลแบ่งขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต
- อันดับที่ 6 คือ น้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่สารฟอกขาว และอันดับสุดท้ายคือ ท่านเชื่อว่าทานหวานมากๆทำให้มีอารมณ์หงุดหงิด

ด้านความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความชอบ หรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ยในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.28 และ 3.34 ตามลำดับ) เรียงลำดับได้ ดังต่อไปนี้

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่

- ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.55 และ 3.59 ตามลำดับ)

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.44 และ 3.48 ตามลำดับ)
- ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.18 และ 3.30 ตามลำดับ)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.96 และ 3.00 ตามลำดับ)

โดยแยกแต่ละปัจจัยได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจอันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจอันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจอันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจอันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ

และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.34 โดยแยกแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจอันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจอันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจอันดับแรก คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ

ด้านเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทรายเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยเหมือนกัน ดังนี้

- อันดับที่ 1 คือ เพื่อปรุงรสอาหาร
- อันดับที่ 2 คือ เพื่อเติมเครื่องดื่ม
- อันดับที่ 3 คือ ทำขนม

ด้านการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

โดยแยกแต่ละปัจจัยได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)

และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 โดยแยกแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะดวกของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ

ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย โดยเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี
- ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี
- ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป

โดยประเด็นที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย อันดับแรก เหมือนกันทุกช่วงอายุ คือ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย

ด้านความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ในระดับปานกลาง

โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.20

ทุกปัจจัยมีความชอบหรือความพึงพอใจปานกลาง เรียงลำดับได้ ดังต่อไปนี้

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.49)
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.43)
- ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.22)
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.68)

โดยแยกแต่ละปัจจัยได้ ดังต่อไปนี้

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 เรียงลำดับได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.48)
- ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.15)

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.05)

โดยแยกแต่ละปัจจัยได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย และมีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.43 เรียงลำดับได้ ดังต่อไปนี้

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.62)
- ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.60)

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่

- ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.33)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.22)

โดยแยกแต่ละปัจจัยได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ มีป้ายระบายราคาไว้ชัดเจน
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)

และผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 เรียงลำดับได้ ดังต่อไปนี้

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่

- ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.54)
- ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.50)

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.33)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.94)

โดยแยกแต่ละปัจจัยได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ มีป้ายระบายราคาไว้ชัดเจน

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ

ด้านเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลหลักในการซื้อน้ำตาลทราย เพื่อปรุงรสอาหาร ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี

- ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี
- ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเหตุผลหลักในการซื้อน้ำตาลทราย เพื่อเติมเครื่องดื่ม ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี

ด้านความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับมาก ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี
- ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี
- ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป

โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39 โดยแยกแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะดวกของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ มีป้ายราคาระบุไว้ชัดเจน

- ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและ โอกาสพิเศษ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ น้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 โดยแยกแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและ โอกาสพิเศษ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ น้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.61 โดยแยกแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้ ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ มีป้ายราคาระบุไว้ชัดเจน
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)

และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.44 โดยแยกแต่ละปัจจัยดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาล และ โอกาสพิเศษ

ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา จากการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย โดยเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี
- ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

โดยประเด็นที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย อันดับแรก เหมือนกันทุกระดับการศึกษา คือ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย

ด้านความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ในระดับปานกลาง

โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.25

ทุกปัจจัยมีความชอบหรือความพึงพอใจปานกลาง เรียงลำดับได้ ดังต่อไปนี้

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.43)
- ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.30)
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.28)
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.02)

โดยแยกแต่ละปัจจัยได้ ดังต่อไปนี้

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาล และ โอกาสพิเศษ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.30 เรียงลำดับได้ ดังต่อไปนี้

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58)
- ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.52)

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่

- ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.20)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.91)

โดยแยกแต่ละปัจจัยได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ มีป้ายราคาไว้ชัดเจน
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.48 เรียงลำดับได้ ดังต่อไปนี้

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่

- ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.81)
- ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

โดยปัจจัยที่มีความชอบ หรือความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่

- ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.38)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.13)

โดยแยกแต่ละปัจจัยได้ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน
- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย

ปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ มีป้ายราคาไว้ชัดเจน
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาล และโอกาสพิเศษ

ด้านเหตุผลในการชื้อน้ำตาลทราย จำแนกตามระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามีเหตุผลหลักในการชื้อน้ำตาลทราย คือ เพื่อปรุงรสอาหาร

ด้านความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับมาก ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี
- ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ได้แก่

- ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

โดยผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.44 โดยแยกแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาล และ โอกาสพิเศษ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.58 โดยแยกแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาล และโอกาสพิเศษ

และผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ย ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 โดยแยกแต่ละปัจจัย ดังต่อไปนี้

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมาก ได้แก่

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย
- ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน
- ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ปัจจัยที่ให้ความสำคัญปานกลาง ได้แก่

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญ อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)

ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค

ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง ช่วงอายุ 26-35 ปีมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท รายได้ 10,001-20,000 บาท และตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อ ให้ความสำคัญกับแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คือ คุณภาพ และความสะอาดของน้ำตาลทราย ราคาขายของน้ำตาลทราย ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน และมีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและ โอกาสพิเศษ เหตุผลที่ซื้อคือเพื่อนำไปปรุงอาหาร

สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื้อน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ ร้อยละ 67.2 รองลงมาน้ำตาลทรายขาวธรรมดา ร้อยละ 34.1 และน้ำตาลทรายแดง ร้อยละ 30.3 โดยชื้อขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม อันดับแรกถึงร้อยละ 80 ทรายหือที่ซื้อ และบริโภคเป็นประจำ เป็นทรายหือของผู้ผลิต ถึงร้อยละ 95.9 รองลงมา คือ ทรายหือของผู้จำหน่าย และน้ำตาลที่ไม่มีตราสินค้า/น้ำตาลแบ่งขาย ทรายหือที่ซื้อและบริโภค อันดับแรก คือ มิตรผล (ทรายหือของผู้ผลิต) ร้อยละ 92.8 รองลงมา คือ ท็อปส์ (ยี่ห้อของผู้จำหน่าย) ร้อยละ 30.9 ซึ่งสอดคล้องกับบทความของหนังสือ แบรินด์เอง ที่ระบุว่าตราสินค้าน้ำตาลทรายที่เป็นที่นิยมในท้องตลาดมีอยู่ประมาณ 5-6 ตราสินค้า ได้แก่ มิตรผล และตราสินค้าของคนกลาง (ผู้จำหน่าย)

วัตถุประสงค์ในการซื้อ

สาเหตุที่ผู้บริโภคชื้อน้ำตาลทรายส่วนใหญ่เพื่อนำไปปรุงรสอาหาร รองลงมาผู้บริโภคอายุไม่ถึง 45 ปีนำไปเติมเครื่องคิม ส่วนผู้สูงอายุชื้อน้ำตาลทรายเพื่อทำขนม และเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใจดีว่าราคาของน้ำตาลทรายได้รับการควบคุมราคาจากรัฐบาลไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนดอยู่แล้ว ดังนั้นราคาจึงไม่ใช่ประเด็นสำคัญในการตัดสินใจซื้อ จึงให้ความสำคัญกับ คุณภาพ และ ความสะอาดของน้ำตาลทรายมากกว่าเรื่องราคา

บทบาทของผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

ผู้มีอิทธิพลส่วนใหญ่ในการตัดสินใจชื้อน้ำตาลทราย คือ ตนเอง รองลงมา คือ บิดา/มารดา และ สามี/ภรรยา ตามลำดับ

ความถี่ในการซื้อน้ำตาลทราย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อน้ำตาลทรายเป็นอันดับแรก เดือนละ 1 ครั้ง รองลงมา นานกว่า 1 เดือน/ ครั้ง

ช่องทาง หรือ แหล่งที่ผู้บริโภคซื้อ

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงไปที่ผู้เคยซื้อน้ำตาลทรายกระจายไปตามร้านค้าที่จำหน่ายน้ำตาลทราย 4 ประเภท ได้แก่

1. ร้านสะดวกซื้อ (Convenient Store) เช่น 7-eleven แฟมิลี่มาร์ท โลตัสเอ็กเพรส
2. ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hypermarket) เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ เทสโก้ โลตัส
3. ร้านสรรพอาหาร หรือซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ในห้างสรรพสินค้า เช่น ท็อปส์ โฮมเฟรชมาร์ท
4. ร้านโชห่วย (ร้านค้าแบบดั้งเดิม) ประเภทละ 80 ราย

แม้ว่าการศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากสถานที่จำหน่ายน้ำตาลทรายกระจายไปตามร้านค้าที่จำหน่ายน้ำตาลทราย 4 ประเภท แต่ผลที่ได้จากการศึกษานี้พบว่า ผู้บริโภคซื้อน้ำตาลทรายบ่อยและปริมาณมากที่สุดที่ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ เทสโก้ โลตัส รองลงมา คือ ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้าง เช่น ท็อปส์

ตารางที่ 62 สรุปลำดับความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อน้ำตาลทราย

ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับน้ำตาลทราย	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	อันดับที่
น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย	4.34	เห็นด้วยมาก	1
รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด	3.87	เห็นด้วยมาก	2
สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาลทรายได้	3.82	เห็นด้วยมาก	3
น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน	3.74	เห็นด้วยมาก	4
น้ำตาลแบ่งขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปยังมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต	3.57	เห็นด้วยมาก	5
น้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่สารฟอกขาว	3.12	เห็นด้วยปานกลาง	6
ท่านเชื่อว่าทานหวานมากๆทำให้มีอารมณ์หงุดหงิด	2.36	เห็นด้วยน้อย	7

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ ได้ศึกษาตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคจากแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude) สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

องค์ประกอบด้านความเข้าใจ

ประเด็นที่ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทุกเพศ ทุกกลุ่มอายุ และทุกระดับการศึกษา มีความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายเป็นอันดับแรก คือ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย ประเด็นรองลงมา คือ รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้อายุเกินราคาที่กำหนด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยอย่างมากกับประเด็นที่ว่าน้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงาน เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน ซึ่งจะสอดคล้องกับการศึกษาของวิริยา สุกะประเสริฐ (2546) ที่พบว่าผู้บริโภคเลือกซื้อสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาล เนื่องจากต้องการมีรูปร่างที่ผอมบาง เพราะสารให้ความหวานทดแทนน้ำตาลมีผลทำให้น้ำหนักลด มีความเชื่อว่าคนมีรูปร่างสมส่วนคือคนเทศตรงข้ามได้มากที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาของเบญจพร พรหมมา (2547) ที่พบว่าเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกทานสาร ให้ความหวานแทนน้ำตาล เนื่องจากต้องการลดน้ำหนัก และมีคุณสมบัติช่วยลดน้ำหนักอย่างได้ผล

สำหรับประเด็นเรื่องรัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลบางประเภทไม่ให้อายุเกินราคาเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคมีความเข้าใจเป็นอันดับที่ 2 เนื่องจากคณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติให้ปรับขึ้นราคาน้ำตาลทรายสูงขึ้นจากเดิมถึงกิโลกรัมละ 3.25 บาท เมื่อปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่วันที่ 7 มีนาคม 2549) หลังจากที่ราคาน้ำตาลคงที่มาเป็นเวลานาน

องค์ประกอบด้านความรู้สึก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่อรับประทานน้ำตาลแล้วมีความรู้สึกดี ร้อยละ 55.93 เหตุผลที่รู้สึกดีเนื่องจากชอบทานหวาน รองลงมารับประทานน้ำตาลแล้วทำให้เกิดพลังงาน และทานแล้วรู้สึกสดชื่นแจ่มใส ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 22.50 เมื่อรับประทานน้ำตาลแล้วมีความรู้สึกกังวล และไม่ชอบ เพราะมีความรู้สึกกังวลว่าจะทำให้เสียสุขภาพ ทำให้น้ำหนักเพิ่ม และไม่ชอบทานหวานตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 65 ต้องการลดการบริโภคน้ำตาล โดยการลดปริมาณน้ำตาลในการบริโภคแต่ละครั้ง รองลงมา คือ การลดบริโภคโดยหันไปบริโภคน้ำตาลเทียมแทน ซึ่งสอดคล้องกับบทความของแบรนด์เอง (2549) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคมีการจำกัดการบริโภคน้ำตาลลง

โดยเฉพาะผู้ที่ควบคุมน้ำหนัก มีความรู้สึกกังวลว่าการบริโภคน้ำตาลจะมีผลเสียต่อรูปร่าง ตลอดจนทำให้เกิดปัญหาสุขภาพ เช่น โรคอ้วน และสอดคล้องกับบทความของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) (2549) ที่ระบุว่ายอดจำหน่ายน้ำตาลทรายจะลดลงเนื่องจากได้รับผลกระทบจากการมีกระแสกลุ่มผู้รักสุขภาพมากขึ้น

สำหรับประเด็นความเชื่อที่ว่าการทำงานหนักมากๆ ทำให้อารมณ์หงุดหงิด ผู้บริโภคเพศชาย เชื่อเรื่องนี้มากกว่าเพศหญิง ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่ามีความเชื่อในเรื่องนี้มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า และผู้บริโภคกลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี เชื่อเรื่องนี้น้อยที่สุด

สำหรับความคิดเห็นในเรื่องของน้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน เพศชายเห็นด้วยกับเรื่องนี้มากกว่าเพศหญิง ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าเห็นด้วยในเรื่องนี้มากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ผู้บริโภคกลุ่มอายุ 26-35 ปี เห็นด้วยในเรื่องนี้มากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มอายุไม่เกิน 25 ปี

องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

สิ่งกระตุ้นภายนอกซึ่งนักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น โดยในการศึกษาได้เน้นถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาด คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์เป็นส่วนที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และราคาตามลำดับ

โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกในการซื้อ และบริโภคน้ำตาลทราย คือ คุณภาพ และความสะอาดของน้ำตาลทราย โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญที่สุด คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์) สอดคล้องกับการศึกษาด้านความเข้าใจของผู้บริโภคที่พบว่าผู้บริโภคมีความเข้าใจอย่างมากที่รัฐบาลเข้ามาควบคุมราคาน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่รัฐบาลกำหนด ทำให้ผู้บริโภคหันไปให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในเรื่องอื่นๆ โดยให้ความสำคัญกับราคาเป็นอันดับสุดท้าย สำหรับปัจจัยย่อยด้านราคาที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ราคาของน้ำตาลทราย รองลงมา คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน

ตราหือที่ซื้อและบริโภคเป็นอันดับแรก คือ มิตรผล (ตราหือของผู้ผลิต) ร้อยละ 92.8 รองลงมา คือ ท็อปส์ (ยี่ห้อของผู้จำหน่าย) ร้อยละ 30.9 ซึ่งสอดคล้องกับบทความของหนังสือ แบนรด์เอง ที่ระบุว่าตราหือน้ำตาลทรายที่เป็นที่นิยมในท้องตลาดมีอยู่ประมาณ 5-6 ตราสินค้า ได้แก่ มิตรผล วังนาย ถิน และ ตราหือของคนกลาง (House Brand) ซึ่งจะไม่เน้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์มากนัก แต่อาศัยชื่อเสียงจากตราสินค้าหลักทำให้สินค้ามีต้นทุนต่ำ เช่น ลีดเดอร์ไฟรสต์ ของ บิ๊กซี, แอโร ของแมคโคร

ข้อค้นพบ

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการบริโภคน้ำตาลทรายของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

ด้านความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติ มีความเข้าใจในประเด็นที่ว่าน้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่สารฟอกขาวน้อยกว่าประเด็นที่น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน

ด้านพฤติกรรม

- ผู้ตอบแบบสอบถาม บริโภคน้ำตาลทรายแดงถึงร้อยละ 30.3
- ชื้อแบบซองเหลี่ยมมากกว่าแบบซองยาว
- น้ำตาลทรายที่ซื้อและบริโภคเป็นส่วนมากเป็นตราห้อยของผู้ผลิตมากกว่าตราห้อยของ

ผู้จำหน่าย

- ตราห้อยของผู้จำหน่ายที่นิยมเป็นอันดับแรก คือ ท็อปส์
- ความถี่ในการซื้อน้ำตาลเพียงเดือนละ 1 ครั้ง
- เป็นอันดับแรก
- โดยซื้อที่ร้าน 7-11/ร้านค้าแบบดั้งเดิมบ่อยและปริมาณมากกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น

7-eleven, แฟมิลีมาร์ท

- เหตุผลในการซื้อน้ำตาลทรายไปปรุงรสอาหารมากกว่าเติมเครื่องดื่ม และเพื่อไปเติมเครื่องดื่มมากกว่าทำขนม

- ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทรายเป็นอันดับแรก บิดา/มารดา มากกว่า สามิ/ภรรยา และ บุตร/ธิดา มากกว่าเพื่อน

- ความรู้สึกของผู้บริโภคในการบริโภคน้ำตาลทรายรู้สึกดีเพราะทานแล้วรู้สึกสดชื่นแจ่มใส มากกว่ารู้สึกกังวลว่าจะทำให้น้ำหนักเพิ่ม และเสียสุขภาพ

- ผู้บริโภคความต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทราย มากกว่าผู้ที่ไม่ต้องการลด โดยวิธีปฏิบัติเมื่อต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทราย

- วิธีลดปริมาณน้ำตาลการบริโภคแต่ละครั้งมากกว่าหันไปบริโภคน้ำตาลเทียม

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์

ขนาดเม็ดของน้ำตาลทรายเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด สีสันของน้ำตาลทรายเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคมีความชอบ หรือความพึงพอใจน้อยที่สุด ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากกว่ารสชาติของน้ำตาลทราย

- ด้านราคา

พบว่าการมีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากกว่าการมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข และมีของแถม

- ด้านการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญเรื่องสินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด มากกว่าการจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม

- ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ มากกว่าการโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยย่อยทั้งหมดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สามารถนำมาจัดลำดับ ตามค่าเฉลี่ย เรียงตามลำดับได้ ดังแสดงในตารางที่ 62

ตารางที่ 63 สรุปลำดับของปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทราย 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย	ด้านผลิตภัณฑ์	4.43	สำคัญมาก	1
ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	ด้านการจัดจำหน่าย	4.18	สำคัญมาก	2
ราคาขายของน้ำตาลทราย	ด้านราคา	3.91	สำคัญมาก	3
มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน	ด้านราคา	3.86	สำคัญมาก	4
สินค้ามีเพียงพอ ไม่ขาดตลาด	ด้านการจัดจำหน่าย	3.64	สำคัญมาก	5
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก	ด้านผลิตภัณฑ์	3.62	สำคัญมาก	6
ความมีชื่อเสียงของตราหือ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.60	สำคัญมาก	7
ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	ด้านผลิตภัณฑ์	3.58	สำคัญมาก	8
รสชาติของน้ำตาลทราย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.56	สำคัญมาก	9
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก	ด้านผลิตภัณฑ์	3.53	สำคัญมาก	10

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาทัศนคติต่อการบริโภคน้ำตาลทรายของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครผู้ศึกษาขอเสนอแนะเพื่อที่จะสามารถใช้เป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ในการวางแผน และปรับปรุงแผนการตลาดของน้ำตาลทราย ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า

- คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทรายเป็นเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก และมีความชอบ หรือพึงพอใจเป็นอันดับแรกด้วย ดังนั้นการรักษาคุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทรายจึงเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายน้ำตาลทรายในกรุงเทพมหานครต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก
- ขนาดของบรรจุภัณฑ์ของน้ำตาลที่มีหลายขนาดให้เลือกจะทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อมากขึ้น และเลือกซื้อได้เหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิตเพราะครอบครัวสมัยใหม่มีแนวโน้มเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น เห็นได้จากการศึกษาที่พบว่าน้ำตาลทรายขนาด 1 กิโลกรัมเป็นขนาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นขนาดที่ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยไม่สูง และขนาดกำลังดี
- ชื่อเสียงของตราหือเป็นสิ่งที่คุณบริโภคให้ความสำคัญเนื่องจากน้ำตาลเป็นสินค้าบริโภค ความเชื่อมั่นในตราหือจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะลูกค้าจะไว้วางใจตราสินค้าที่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ผ่านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน สำหรับเรื่องรสชาติ สีกลิ่น และขนาดเม็ดของน้ำตาลทรายนั้นผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มากนัก เนื่องจากในปัจจุบันน้ำตาลที่วางจำหน่ายในกรุงเทพมหานครมีความสะอาด เพราะส่วนใหญ่เป็นน้ำตาลที่ผ่านการผลิตและบรรจุจากโรงงานที่มีมาตรฐาน และได้รับการควบคุมคุณภาพจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ
- ลักษณะ และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ หากเป็นไปได้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายควรปรับปรุงภาชนะบรรจุ และออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงาม นำรับประทาน และทันสมัยอยู่ตลอดเวลา น่าจะช่วยดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ ตลอดจนสะดวกต่อการใช้งาน เหมาะสมกับสถานที่ และโอกาส เช่น ลักษณะซองน้ำตาลทรายสำหรับกาแฟ ขวดโหลใส่น้ำตาลสำหรับทำอาหารในครัว
- รสชาติของน้ำตาลทราย เนื่องจากน้ำตาลเป็นเครื่องช่วยปรุงรส ทำให้อาหารมีรสหวาน และยังช่วยทำให้อาหารกลมกล่อม มีรสชาติดีได้ด้วย ดังนั้นรสชาติของน้ำตาลทรายเป็นเรื่องที่คุณประกอบการควรรักษาให้คงธรรมชาติ หรือปรับปรุงให้เหมาะกับวัตถุประสงค์ในการใช้น้ำตาล เช่น น้ำตาลสำหรับใส่ออาหารคาว น้ำตาลสำหรับใส่ออาหารหวาน น้ำตาลสำหรับใส่อกาแฟ น้ำตาลสำหรับทำขนม เป็นต้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในรสชาติของน้ำตาลทรายให้แก่ผู้บริโภค

- ความมีชื่อเสียงตราหือของน้ำตาลทราย ในปัจจุบันมีน้ำตาลทรายมีหลายหลากตราหือ ทั้งตราหือของผู้ผลิต ตราหือของผู้จำหน่าย และไม่มีตราสินค้า หรือน้ำตาลแบ่งขาย ดังนั้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในมาตรฐานของสินค้า และเชื่อมั่นในตราหือสินค้านั้นๆ ควรจะรักษาคุณภาพ และมาตรฐานให้ดีตลอดไป

ด้านราคา

- ราคาของน้ำตาลทราย ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้จำหน่าย ควรให้ความสำคัญต่อการกำหนดราคาของน้ำตาลทราย เพราะมักพบว่าแม้จะมีการกำหนดราคาควบคุมจากทางรัฐบาล แต่ผู้บริโภคมักซื้อน้ำตาลเกินราคาอยู่เสมอ โดยเฉพาะน้ำตาลไม่มีตราสินค้า/น้ำตาลแบ่งขายที่ขายทั่วไปในร้านค้าโชห่วย หรือร้านค้าแบบดั้งเดิม ซึ่งจะมีขนาด/น้ำหนักที่ไม่ได้มาตรฐาน เช่น จำหน่ายน้ำตาล 1 ถุง ในราคาเท่ากับน้ำตาลปกติ 1 กิโลกรัม แต่มีน้ำหนักไม่ถึง 1 กิโลกรัม และจำหน่ายน้ำตาลถุงขนาดเล็ก ในราคาที่สูงกว่าน้ำตาล 1 กิโลกรัมแล้วมีราคาสูงกว่าหลายเท่าตัว

- การมีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจนสำหรับน้ำตาลที่มีตราหือ พบว่านอกจากราคาแล้ว การมีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจนเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก เพราะนอกจากจะทำให้ผู้บริโภคทราบราคาของสินค้า มั่นใจว่าไม่ถูกโกงราคาแล้ว ยังสามารถนำไปเปรียบเทียบกับน้ำตาลตราหืออื่นๆ ได้ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่มีความอ่อนไหวในเรื่องราคา (price sensitive) จะทำให้ผู้บริโภคมีความพอใจกับผลิตภัณฑ์มากขึ้น และการติดป้ายราคาขนาดใหญ่ก็เป็นการกระตุ้นการขายได้ดีอีกทางหนึ่ง

- การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข และการมีของแถม ก็เป็นสิ่งที่สำคัญที่ผู้ประกอบการไม่ควรละเลย เนื่องจากมีส่วนลด และของแถมสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคได้ดีตลอดมา โดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจอย่างปัจจุบัน

ด้านการจัดจำหน่าย

- ร้านค้าที่จำหน่ายน้ำตาลไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงานเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการต้องกระจายสินค้าไปตามร้านค้าเพื่อให้ผลิตภัณฑ์อยู่ใกล้มือผู้บริโภคมากที่สุด อาจอาศัยคนกลางที่มีความชำนาญเข้ามาช่วยในการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

- สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด เพื่อป้องกันสินค้าขาดตลาด ควรบริหารสินค้าคงคลังให้มีเพียงพอ เพราะจะทำให้เสียโอกาสในการขาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- การลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษสร้างแรงจูงใจอย่างมากในการเลือกซื้อน้ำตาลทราย ดังนั้นการจัดโปรโมชัน การจัดให้มีการลดราคาสินค้า มีของแถม แจกของ สมนาคุณตามเทศกาล หรือโอกาสพิเศษ เพื่อดึงดูดใจความสนใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญในการส่งเสริมการตลาด

- การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ลูกค้า รับประทานถึงตัวผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะหากมีการจัด โปรโมชันจะสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี และเป็นประโยชน์

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ราคาของบรรจุภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจรัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด ในระดับมาก ดังนั้นควรมีการระบุราคาสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ หรือมีป้ายระบุราคาสินค้าอย่างชัดเจน แต่ต้องเป็นราคาที่จูงใจทั้งผู้บริโภค และร้านค้าขายปลีกด้วย เพื่อสร้างความชอบ หรือความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าราคาไม่เกินราคาควบคุม

- ขนาดของบรรจุภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจในเรื่องน้ำตาลแบ่งขาย โดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต ในระดับมาก ดังนั้นควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์หลายขนาดเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค แทนที่น้ำตาลแบ่งขายที่มักมีขนาดเล็ก บรรจุไม่ได้มาตรฐาน และราคาเมื่อเทียบต่อกรัมแล้วมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุขนาดมาตรฐาน 1 กก. หลายเท่า อาทิเช่น ออกบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก 500 กรัม หรือ 250 กรัม เป็นต้น ซึ่งจะ ทำให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ บรรจุจากโรงงานที่ได้มาตรฐาน มั่นใจได้ในความสะอาด และราคายุติธรรม

สำหรับผู้ผลิต

- เรื่องสารฟอกขาว

สำหรับความเข้าใจของผู้บริโภคในเรื่องน้ำตาลฟอกขาว จากประเด็นในแบบสอบถามกับความคิดที่ว่าน้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช้สารฟอกขาว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในเรื่องนี้เป็นอันดับท้ายๆ เนื่องจากในอดีตการทำน้ำตาลทรายให้เป็นผลึกใส (เป็นสีขาว) นั้นใช้ซัลเฟอร์ไดออกไซด์ หรือมักเรียกกันว่าการฟอกขาว ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจแบบเดิมตลอด

มา แต่ความจริงแล้วในปัจจุบัน โรงงานผลิตน้ำตาลทรายในประเทศไทยได้พัฒนาปรับเปลี่ยนขั้นตอนนี้โดยวิธีการongสิ่งสกปรก กระบวนการคาร์บอนชั่น และใช้เรซินเพื่อจับเอาสิ่งสกปรกออกจากน้ำอ้อย ทำให้ได้น้ำอ้อยที่ใส ผลึกเป็นน้ำตาลที่มีความสะอาด บริโภคได้ปลอดภัยมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่ ผู้ประกอบการและผู้จัดจำหน่าย โดยเฉพาะผู้ผลิต ต้องส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับผู้บริโภคเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้กับน้ำตาลทรายในประเทศไทย อาจทำเป็นเอกสารหรือข้อความประชาสัมพันธ์ข้อมูลในส่วนนี้ให้ผู้บริโภคทราบ นอกจากนี้เนื่องจากผู้บริโภคมองกระแสรักสุขภาพมากขึ้น การทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นว่าไม่ฟอกสี หรือทำน้ำตาลที่เป็นสีธรรมชาติ/น้ำตาล organic sugar ก็เป็นอีกทางออกหนึ่งที่น่าสนใจ เพราะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกเข้าถึงธรรมชาติมากขึ้น

สำหรับผู้จำหน่าย

- การจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีความเข้าใจ ว่ารัฐบาลมีการควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด เป็นอันดับที่ 2 ดังนั้นผู้จัดจำหน่ายควรมีความยุติธรรมกับผู้บริโภค ไม่จำหน่ายสินค้าเกินราคา จำหน่ายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานทั้งคุณภาพ และราคา เหมือนเป็นการหลอกลวงผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคไม่ไว้วางใจ นอกจากนี้ ควรมีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงราคาที่แท้จริง และสามารถนำไปเปรียบเทียบกับตราหืออื่นได้

- การส่งเสริมการตลาด

ผู้จำหน่ายควรจัดให้มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาด และการส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย อาจร่วมมือกับทางผู้ผลิต ช่วยส่งเสริมมาตรฐานของสินค้า และภาพลักษณ์ของตราหือ ตลอดจนผู้จำหน่าย อาทิเช่น จัดร้านค้าสะอาด จัดรายการให้เข้ากับเทศกาล เช่น เติมความหวานให้กับรับวาเลนไทน์ ลดราคาเปิดเทอม แข่งขันทำขนม เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved