

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 3-9)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ตาราง 10-23)

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ อาชีพ รายได้) กับยี่ห้อ หรือ ร้านค้าขนมไทย และ สถานที่ซื้อขนมไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด รวมทั้งความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตาราง 24-35)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ตาราง 36-40)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการซื้อขนมไทยและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขายขนมไทย (ตาราง 41)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 3 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	234	58.50
ชาย	166	41.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.50 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.50

ตาราง 4 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 18 ปี	82	20.50
19-35 ปี	236	59.00
36-55 ปี	61	15.25
56 ปีขึ้นไป	21	5.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 19-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือ อายุไม่เกิน 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.50 อายุ 36-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ อายุ 56 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

ตาราง 5 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	22	5.50
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า (ปวช.)	103	25.75
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวส.)	39	9.75
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	200	50.00
สูงกว่าปริญญาตรี	36	9.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า (ปวช.) คิดเป็นร้อยละ 25.75 และระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	187	46.75
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	61	15.25
พนักงานบริษัทเอกชน	92	23.00
รับจ้างทั่วไป	21	5.25
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	22	5.50
อื่นๆ เช่น ครู โรงเรียนเอกชน ข้าราชการบำนาญ แม่บ้าน พ่อบ้าน	17	4.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 15.25 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	288	72.00
สมรส	93	23.25
ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	19	4.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 23.25 และมีสถานภาพม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ตาราง 8 จำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
ของตนเอง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตนเอง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	155	38.75
5,001-10,000 บาท	129	32.25
10,001-15,000 บาท	55	13.75
มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	61	15.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตนเองไม่เกิน 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.25 มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.75 ตามลำดับ

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความชอบ  
รับประทานขนมไทย

ระดับความชอบรับประทานขนมไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชอบมาก	66	16.50
ชอบ	220	55.00
เฉยๆ	96	24.00
ไม่ค่อยชอบ	11	2.75
ไม่ชอบเลย	7	1.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความรู้สึกรับประทานขนมไทย คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ รู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ รู้สึกชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของขนมไทยแต่ละประเภทที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ

ประเภทของขนมไทยที่นิยมซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. ขนมเชื่อมสด</b>		
ทองหยิบ/ทองยอด	189	47.25
ข้าวเหนียวสังขยา	162	40.50
ฝอยทอง	156	39.00
เม็ดยวน	136	34.00
สังขยาฟักทอง	126	31.50
มันเชื่อม	125	31.50
กล้วยเชื่อม	76	19.00
สาเกเชื่อม	20	5.00
อื่นๆ ได้แก่ ข้าวเหนียวกรวย ข้าวเหนียวทุเรียน	10	2.50
<b>2. ขนมเชื่อมแห้ง</b>		
ฝอยทองกรอบ	158	39.50
มะยมเชื่อมแห้ง	117	29.25
สับปะรดเชื่อมแห้ง	89	22.25
ฟักกรอบ	78	19.50
ลูกหยีเชื่อมแห้ง	68	17.00
มะเขือเทศเชื่อมแห้ง	46	11.50
มะตูมเชื่อมแห้ง	42	10.50
<b>3. ขนมกวน</b>		
ลูกชุบ	211	52.75
ตะโก้	186	46.50
กาดะแม	140	35.00
ผลไม้กวน	131	32.75

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของขนมไทยแต่ละประเภทที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ (ต่อ)

ประเภทของขนมไทยที่นิยมซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>3. ขนมหวาน (ต่อ)</b>		
เปียกปูน	83	20.75
มะพร้าวแก้ว	82	20.50
ข้าวตู	27	6.75
อื่นๆ	4	1.00
<b>4. ขนมทอด</b>		
กล้วยทอด	250	62.50
มันทอด	181	45.25
ขนมไข่นกกระทา	154	38.50
ข้าวเกรียบทอด	136	34.00
กล้วยหอมทอดกรอบ	96	24.00
ขนมกระบองทอง	89	22.25
ขนมดอกจอก	81	20.25
อื่นๆ ได้แก่ เผือกทอด	8	2.00
<b>5. ขนมปิ้งย่าง</b>		
ขนมเบื้อง	206	51.50
ข้าวมันปิ้ง	209	52.25
ทองม้วน	157	39.25
ทองพับ	111	27.75
อื่นๆ ได้แก่ มันทิพย์	9	2.25
<b>6. ขนมนึ่ง</b>		
ข้าวต้มมัด	189	47.25
ขนมใส่ไส้	175	43.75
ขนมกล้วย	158	39.50
ขนมตาล	134	33.50
ขนมชั้น	133	33.25
ขนมกล้วย	128	32.00

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของขนมไทยแต่ละประเภทที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ (ต่อ)

ประเภทของขนมไทยที่นิยมซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>6.ขนมหนึ่ง (ต่อ)</b>		
สาकुไส้หมู	122	30.50
ขนมถั่วแปบ	104	26.00
ขนมแดงไทย	91	22.75
ขนมต้ม	71	17.75
อื่นๆ ได้แก่ ขนมเทียน	3	0.75
<b>7. ขนมอบหรือผิง</b>		
ขนมครก	230	57.50
หม้อแกง	218	54.50
ขนมรังผึ้ง	162	40.50
กลีบลำดวน	100	25.00
ถังแตก	94	23.50
บัวป็น	92	23.00
ปุยฝ้าย	85	21.25
อาลัว	32	8.00
อื่นๆ	2	0.50
<b>8. ขนมอื่นๆ</b>		
ทับทิมกรอบ	216	54.00
รวมมิตร	215	53.75
บัวลอย	203	50.75
ลอดช่อง	145	36.25
ขนมวุ้น	128	32.00
ซ่าหริ่ม	117	29.25
ข้าวเหนียวดำเปียก	86	21.50
ข้าวโพดคอกมะพร้าว	84	21.00
ขนมไข่เหี้ย/ไข่หงส์	80	20.00
ครองแครงกะทิ	76	19.00
เต้าส่วน	57	14.25

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของขนมไทยแต่ละประเภทที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ (ต่อ)

ประเภทของขนมไทยที่นิยมซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>8. ขนมอื่น ๆ (ต่อ)</b>		
สาकुถั่วดำกะทิ	53	13.25
ขนมปลากิมไข่เต่า	48	12.00
กรอบเค็ม	41	10.25
ข้าวแช่	31	7.75
อื่นๆ	1	0.25

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ , n = 400

จากตาราง 10 ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยแต่ละประเภท ดังต่อไปนี้

**ประเภทขนมเชื่อมสด** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมทองหยิบ/ทองหยอดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคือ ข้าวเหนียวสังขยา คิดเป็นร้อยละ 40.50 และ ฝอยทอง คิดเป็นร้อยละ 39.00 ตามลำดับ

**ประเภทขนมเชื่อมแห้ง** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อฝอยทองกรอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ มะยมเชื่อมแห้ง คิดเป็นร้อยละ 29.25 และ สับปะรดเชื่อมแห้ง คิดเป็นร้อยละ 22.25 ตามลำดับ

**ประเภทขนมกวน** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อลูกชุบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมาคือ ตะโก้ คิดเป็นร้อยละ 46.50 และ กาละแม คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

**ประเภทขนมทอด** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อกล้วยทอดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาคือ มันทอด คิดเป็นร้อยละ 45.25 และขนมไข่นกกระทา คิดเป็นร้อยละ 38.50 ตามลำดับ

**ประเภทขนมปิ้งย่าง** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อข้าวมันปิ้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมาคือ ขนมเบื้อง คิดเป็นร้อยละ 51.50 และ ทองม้วน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ตามลำดับ

**ประเภทขนมหนึ่ง** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อข้าวต้มมัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคือ ขนมใส่ไส้ คิดเป็นร้อยละ 43.75 และ ขนมถ้วย คิดเป็นร้อยละ 39.50 ตามลำดับ

**ประเภทขนมอบหรือผิง** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมครกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาคือขนมหม้อแกง คิดเป็นร้อยละ 54.50 และขนมรังผึ้ง คิดเป็นร้อยละ 40.50 ตามลำดับ



ประเภทขนมอื่น ๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อทับทิมกรอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ รวมมิตร คิดเป็นร้อยละ 53.75 และบัวลอย คิดเป็นร้อยละ 50.75 ตามลำดับ

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อ หรือ ร้านค้าขนมไทยที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อ

ยี่ห้อ หรือ ร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่นิยมซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฝั้่งน้อยเบเกอรี่	273	68.25
ร้านขนมบ้านอาจารย์	204	51.00
ร้านเอสแอนด์พี	141	35.25
ขนมไทยที่ไม่ระบุยี่ห้อ	123	30.75
ขนมไทยคุณยาย	87	21.75
ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม)	50	12.50
ร้านเรือนไม้	49	12.25
ร้านหวานละมุน	37	9.25
ขนมไทยแม่เปิง	28	7.00
ขนมไทยเพชรบุรี	20	5.00
ขนมไทยนัฎฐิตา	16	4.00
อื่น ๆ ได้แก่ ตลาดสดต่างๆ การ์โต้เฮาส์ ยามาซากิ	16	4.00
ขนมไทยเกล็ดน้ำตาล	16	4.00
ขนมไทยนพศิริ	15	3.75
ขนมไทยกาหลง	10	2.50
ขนมไทยปิ่นพลอย	9	2.25
ขนมไทยเพียงใจ	8	2.00
ขนมไทยลูกเจี๊ยบ	4	1.00

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ, n = 400

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยจากยี่ห้อ หรือร้านฝั้่งน้อยเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 51.00 และ ยี่ห้อหรือร้านเอสแอนด์พี คิดเป็นร้อยละ 35.25 ตามลำดับ

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละ ยี่ห้อขนมไทย หรือ ร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด

ยี่ห้อ หรือ ร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่นิยมซื้อมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ฝิ่งน้อยเบเกอรี่	175	43.75
ร้านขนมบ้านอาจารย์	70	17.50
ขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ	64	16.00
ร้านเอสแอนด์พี	30	7.50
ขนมไทยคุณยาย	18	4.50
ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม)	17	4.25
ร้านเรือนไม้	8	2.00
ร้านหวานละมุน	7	1.75
ขนมไทยเกลือคน้ำตาล	4	1.00
ขนมไทยเพชรบุรี	2	0.50
ขนมไทยนพศิริ	2	0.50
ขนมไทยปิ่นพลอย	1	0.25
ขนมไทยนัฏฐิดา	1	0.25
อื่นๆ ได้แก่ ตลาดสด	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 12 พบว่า ยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด คือ ยี่ห้อหรือร้านฝิ่งน้อยเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 17.50 และขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละ ของเหตุผลที่ซื้อขนมไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลที่ซื้อขนมไทย มากที่สุด	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3		ค่าเฉลี่ย อันดับ	สรุป อันดับ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
บริโภคเอง	223	55.75	87	21.75	55	13.75	149.67	1
ให้คนในครอบครัว บริโภค	48	12.00	160	40.00	109	27.25	95.50	2
ใช้ในการทำบุญ ตักบาตร/ เทศกาลงานบุญ	56	14.00	95	23.75	129	32.25	81.17	3
ใช้เป็นของฝาก/ ของขวัญ	73	18.25	58	14.50	107	26.75	73.67	4
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>		

จากตาราง 13 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อขนมไทยมากเป็นอันดับแรก คือ ซื้อเพื่อบริโภคเอง มีค่าเฉลี่ยอันดับ 149.67 อันดับที่ 2 คือ ให้คนในครอบครัวบริโภค มีค่าเฉลี่ยอันดับ 95.50 และ อันดับที่ 3 คือ เพื่อใช้ในการทำบุญตักบาตร/เทศกาลงานบุญ มีค่าเฉลี่ยอันดับ 81.17 ตามลำดับ

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของโอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อขนมไทยมากที่สุด

โอกาสที่ซื้อขนมไทยมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เมื่อต้องการบริโภค (ไม่มีเทศกาลสำคัญ)	312	78.00
ในช่วงเทศกาล/วันสำคัญต่างๆ	85	21.25
อื่นๆ เช่น ทุกวัน	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยเมื่อต้องการบริโภค (ไม่มีเทศกาลสำคัญ) คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาคือ ในช่วงเทศกาล/วันสำคัญต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 21.25 และซื้อขนมไทยทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามริเริ่มความคิดที่จะซื้อขนมไทยมากที่สุด

ผู้ที่ทำให้ริเริ่มความคิดที่จะซื้อขนมไทยมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	261	65.25
พ่อแม่	59	14.75
เพื่อน	36	9.00
ผู้ชาย	13	3.25
บุตร	12	3.00
คูรัก/แฟน	10	2.50
ญาติพี่น้อง	8	2.00
ผู้ซ้อรายอื่นๆ	1	0.25
อื่นๆ	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามริเริ่มความคิดที่จะซื้อขนมไทย โดยส่วนใหญ่ คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมาคือ พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 14.75 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย  
ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	291	72.75
พ่อแม่	39	9.75
เพื่อน	22	5.50
บุตร	15	3.75
ผู้ขาย	12	3.00
คุกกี้/แฟน	9	2.25
ญาติพี่น้อง	8	2.00
ผู้ซื้อรายอื่นๆ	2	0.50
อื่นๆ ได้แก่ ผู้รับ	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อขนมไทยด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 72.75 รองลงมาคือ พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 9.75 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ตาราง 17 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อขนมไทยแต่ละครั้ง  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อขนมไทยแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 บาท	39	9.75
21-50 บาท	172	43.00
51-100 บาท	121	30.25
101-150 บาท	38	9.50
151-200 บาท	15	3.75
200 บาทขึ้นไป	15	3.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จ่ายเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อขนมไทยแต่ละครั้ง 21-50 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ ครั้งละ 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.25 และน้อยกว่า 20 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.75 ตามลำดับ

**ตาราง 18** จำนวนและร้อยละ ของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	28	7.00
1-2 ครั้ง	159	39.75
3-5 ครั้ง	135	33.75
6-10 ครั้ง	57	14.25
11-15 ครั้ง	13	3.25
16-20 ครั้ง	8	2.00
21 ครั้งขึ้นไป	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 18 พบว่า โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาคือ 3-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.75 และ 6-10 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ

ตาราง 19 จำนวนและร้อยละ ของสถานที่ขายขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทย

สถานที่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่นิยมซื้อขนมไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ในตลาดสด	280	70.00
ร้านเบเกอรี่	255	63.75
ร้านขายขนมในห้างสรรพสินค้า	203	50.75
ซูเปอร์มาร์เก็ต	125	31.25
ร้านรถเข็นทั่วไป	102	25.50
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	81	20.25
ร้านขายของชำ	65	16.25
ร้านอาหาร	39	9.75
อื่นๆ เช่น หาบเร่ ตลาดนัด โรงเรียน	6	1.50

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ,  $n = 400$

จากตาราง 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยในตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 63.75 และ ร้านขายขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 50.75 ตามลำดับ

ตาราง 20 จำนวนและร้อยละ ของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด

สถานที่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่นิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ในตลาดสด	165	41.25
ร้านเบเกอรี่	95	23.75
ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า	70	17.50
ร้านรถเข็นทั่วไป	22	5.50
ร้านขายของชำ	18	4.50
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	16	4.00
ซูเปอร์มาร์เก็ต	9	2.25
ร้านอาหาร	4	1.00
อื่นๆ ได้แก่ ตลาดนัด	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 23.75 และร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ



ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของวิธีการที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความต้องการซื้อขนมไทยมากที่สุด 3 อันดับแรก

วิธีการที่ทำให้เกิดความ ต้องการซื้อขนมไทย มากที่สุด	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3		ค่าเฉลี่ย อันดับ	สรุป อันดับ
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ		
การทดลองชิม	195	48.75	116	29.00	39	9.75	142.67	1
การลดราคาขนม	44	11.00	113	28.25	108	27.00	77.67	2
การบอกต่อจากผู้อื่น	53	13.25	56	14.00	84	21.00	59.17	3
การโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆ	65	16.25	22	5.50	40	10.00	46.50	4
การพูดคุยชักชวนของ ผู้ขาย	17	4.25	38	9.50	66	16.50	32.17	5
การแถมฟรี	12	3.00	50	12.50	55	13.75	31.83	6
อื่นๆ เช่น ขนมนำกิน อยากรับประทาน	14	3.50	5	1.25	8	2.00	10	7
	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>		

จากตาราง 21 พบว่า วิธีการที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความต้องการซื้อขนมไทยเป็นอันดับแรก คือ การทดลองชิม มีค่าเฉลี่ยอันดับ 142.67 อันดับที่ 2 คือ การลดราคาขนม มีค่าเฉลี่ยอันดับ 77.67 และอันดับที่ 3 คือ การบอกต่อจากผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอันดับ 59.17 ตามลำดับ

ตาราง 22 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขนมไทย  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อขนมไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทดลองบริโภค	292	73.00
สอบถามคนในครอบครัว	209	52.25
สอบถามจากเพื่อน	179	44.75
สอบถามจากผู้ซื้อรายอื่น	73	18.25
สอบถามผู้ชาย	66	16.50
ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต	33	8.25
นิตยสาร/วารสาร	36	9.00
อื่นๆ ได้แก่ สอบถามแฟน	1	0.25

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ , n = 400

จากตาราง 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อขนมไทยโดยทดลองบริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาคือ สอบถามคนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 52.25 และสอบถามจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 44.75 ตามลำดับ

ตาราง 23 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามความรู้สึกหลังจากที่ได้ซื้อขนมไทย  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความรู้สึกหลังจากที่ได้ซื้อขนมไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจมาก	51	12.75
พอใจ	253	63.25
เฉยๆ	89	22.25
ค่อนข้างไม่พอใจ	6	1.50
ไม่พอใจ	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกพอใจหลังจากที่ได้ซื้อขนมไทย คิดเป็นร้อยละ 63.25 รองลงมาคือ มีความรู้สึกเฉยๆ คิดเป็นร้อยละ 22.25 และมีความรู้สึกพอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 12.75 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ อาชีพ รายได้) กับยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทย และสถานที่ซื้อขนมไทย ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด รวมทั้งความถี่ในการซื้อขนมไทย โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 24 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามเพศ

ยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทย ที่นิยมซื้อมากที่สุด	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ขนมไทยคุณยาย	10	6.02	8	3.42	18	4.50
ร้านขนมบ้านอาจารย์	32	19.28	38	16.24	70	17.50
ผิงน้อยเบเกอรี่	72	43.37	103	44.02	175	43.75
ร้านเรือนไม้	4	2.41	4	1.71	8	2.00
ร้านบ้านขวัญ (อิน โสม)	6	3.61	11	4.70	17	4.25
ร้านหวานละมุน	3	1.81	4	1.71	7	1.75
ขนมไทยนพศิริ	1	0.60	1	0.43	2	0.50
ขนมไทยปิ่นพลอย	1	0.60	0	0.00	1	0.25
ขนมไทยนัฏฐิดา	0	0.00	1	0.43	1	0.25
ร้านเอสแอนด์พี	9	5.42	21	8.97	30	7.50
ขนมไทยเพชรบุรี	0	0.00	2	0.85	2	0.50
ขนมไทยเกล็ดน้ำตาล	0	0.00	4	1.71	4	1.00
ขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ	28	16.87	36	15.38	64	16.00
อื่นๆได้แก่ ขนมไทยกาหลง	0	0.00	1	0.43	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>166</b>	<b>100.00</b>	<b>234</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านผิงน้อยเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.37 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 19.28 และขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 16.87 ตามลำดับ

เพศหญิง ซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝึ่งน้อยเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.02 รองลงมาคือ ซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 16.24 และ ขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 15.38 ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอายุ

ยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทย ที่นิยมซื้อขนมไทย มากที่สุด	ไม่เกิน 18 ปี		19-35 ปี		36-55 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนมไทยคุณยาย	3	3.66	11	4.66	3	4.92
ร้านขนมบ้านอาจารย์	16	19.51	48	20.34	6	9.84
ฝึ่งน้อยเบเกอรี่	39	47.56	115	48.73	20	32.79
ร้านเรือนไม้	2	2.44	5	2.12	1	1.64
ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม)	2	2.44	7	2.97	8	13.11
ร้านหวานละมุน	0	0.00	4	1.69	1	1.64
ขนมไทยนพศิริ	0	0.00	1	0.42	1	1.64
ขนมไทยปิ่นพลอย	0	0.00	0	0.00	1	1.64
ขนมไทยนัฏฐิตา	0	0.00	1	0.42	0	0.00
ร้านเอสแอนด์พี	7	8.54	16	6.78	6	9.84
ขนมไทยเพชรบุรี	1	1.22	0	0.00	1	1.64
ขนมไทยเกล็ดน้ำตาล	0	0.00	3	1.27	1	1.64
ขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ	12	14.63	24	10.17	12	19.67
อื่นๆ ได้แก่ ขนมไทยแม่เปิง	0	0.00	1	0.42	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>82</b>	<b>100.00</b>	<b>236</b>	<b>100.00</b>	<b>61</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 25 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทย ที่นิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด	56 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนมไทยคุณยาย	1	4.76	18	4.50
ร้านขนมบ้านอาจารย์	0	0.00	70	17.50
ฝิ่งน้อยเบเกอรี่	1	4.76	175	43.75
ร้านเรือนไม้	0	0.00	8	2.00
ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม)	0	0.00	17	4.25
ร้านหวานละมุน	2	9.52	7	1.75
ขนมไทยนพศิริ	0	0.00	2	0.50
ขนมไทยปิ่นพลอย	0	0.00	1	0.25
ขนมไทยนัฏฐิดา	0	0.00	1	0.25
ร้านเอสแอนด์พี	1	4.76	30	7.50
ขนมไทยเพชรบุรี	0	0.00	2	0.50
ขนมไทยเกล็ดน้ำตาล	0	0.00	4	1.00
ขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ	16	76.19	64	16.00
อื่นๆ ได้แก่ ขนมไทยแม่แปง	0	0.00	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>21</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 18 ปี ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝิ่งน้อยเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.56 รองลงมาคือ ซื้อขนมไทยร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 19.51 และ ซื้อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 14.63 ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 19-35 ปี พบว่า ซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝิ่งน้อยเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.73 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 20.34 และซื้อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 10.17 ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 36-55 ปี พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝิ่งน้อยเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.79 รองลงมาคือ ซื้อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 19.67 และ ซื้อขนมไทยร้านบ้านขวัญ (อินโฮม) คิดเป็นร้อยละ 13.11 ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 56 ปีขึ้นไป พบว่า ชื้อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.19 รองลงมาคือ ชื้อขนมไทยร้านหวานละมุน คิดเป็นร้อยละ 9.52 และที่เหลือร้อยละ 4.76 ชื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านขนมไทยคุณยาย ผึ้งน้อยเบเกอรี่ และร้านเอสแอนด์พี ตามลำดับ

ตาราง 26 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ

ยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทย ที่นิยมซื้อมากที่สุด	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/ พจน.รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนมไทยคุณยาย	8	4.28	2	3.28	6	6.52
ร้านขนมบ้านอาจารย์	37	19.79	14	22.95	12	13.04
ผึ้งน้อยเบเกอรี่	93	49.73	17	27.87	45	48.91
ร้านเรือนไม้	5	2.67	3	4.92	0	0.00
ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม)	3	1.60	6	9.84	4	4.35
ร้านหวานละมุน	0	0.00	4	6.56	0	0.00
ขนมไทยนพศิริ	0	0.00	1	1.64	1	1.09
ขนมไทยปิ่นพลอย	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ขนมไทยนัฏฐิดา	1	0.53	0	0.00	0	0.00
ร้านเอสแอนด์พี	12	6.42	4	6.56	9	9.78
ขนมไทยเพชรบุรี	1	0.53	0	0.00	1	1.09
ขนมไทยเก๋ด้น้ำตาล	0	0.00	0	0.00	4	4.35
ขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ	26	13.90	10	16.39	10	10.87
อื่นๆ คือ ขนมไทยแม่แปง	1	0.53	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>	<b>61</b>	<b>100.00</b>	<b>92</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 26 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุดจำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ยี่ห้อหรือร้านค้า ขนมไทยที่นิยมซื้อ มากที่สุด	รับจ้างทั่วไป		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ ครู รร.เอกชน, ข้าราชการบำนาญ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนมไทยคุณยาย	2	9.52	0	0.00	0	0.00	18	4.50
ร้านขนมบ้านอาจารย์	2	9.52	5	22.73	0	0.00	70	17.50
ฝั้่งน้อยเบเกอรี่	13	27.87	7	27.87	0	0.00	175	43.75
ร้านเรือนไม้	0	0.00	0	0.00	0	0.00	8	2.00
ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม)	0	0.00	3	13.64	1	5.88	17	4.25
ร้านหวานละมุน	0	0.00	1	4.55	2	11.76	7	1.75
ขนมไทยนพศิริ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	0.50
ขนมไทยปิ่นพลอย	1	4.76	0	0.00	0	0.00	1	0.25
ขนมไทยนัฏฐิดา	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.25
ร้านเอสแอนด์พี	3	14.29	2	9.09	0	0.00	30	7.50
ขนมไทยเพชรบุรี	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	0.50
ขนมไทยเกล็ดน้ำตาล	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	1.00
ขนมไทยไม่ระบูนี่ห้อ	0	0.00	4	18.18	14	82.35	64	16.00
อื่นๆ คือ ขนมไทยแม่ แปง	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>21</b>	<b>100.00</b>	<b>22</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/อาชีพนักศึกษาซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝั้่งน้อยเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.73 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 19.79 และซื้อขนมไทยไม่ระบูนี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 13.90 ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝั้่งน้อยเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.87 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 22.95 และซื้อขนมไทยไม่ระบูนี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 16.39 ตามลำดับ



พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ชื่อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝึ่งน้อยเบเกอร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.91 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 13.04 และชื่อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 10.87 ตามลำดับ

อาชีพรับจ้างทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่ชื่อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝึ่งน้อยเบเกอร์ คิดเป็นร้อยละ 61.90 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านเอสแอนด์พี คิดเป็นร้อยละ 14.29 ยี่ห้อหรือร้านขนมไทยคุณยาย และ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 9.52 ตามลำดับ

อาชีพธุรกิจส่วนตัว พบว่า ชื่อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝึ่งน้อยเบเกอร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 22.73 และชื่อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

อาชีพอื่นๆ (ครู โรงเรียนเอกชน ข้าราชการบำนาญ แม่บ้าน ) พบว่า ส่วนใหญ่ชื่อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 82.35 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านหวานละมุน คิดเป็นร้อยละ 11.76 และยี่ห้อหรือร้านบ้านขวัญ (อิน โสม) คิดเป็นร้อยละ 5.88 ตามลำดับ



ตาราง 27 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามรายได้

ยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทย ที่นิยมซื้อมากที่สุด	ไม่เกิน 5,000		5,001-10,000		10,001-15,000	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนมไทยคุณภาพ	9	5.81	5	3.88	1	1.82
ร้านขนมบ้านอาจารย์	25	16.13	24	18.60	10	18.18
ฝั่งน้อยเบเกอรี่	69	44.52	66	51.16	19	34.55
ร้านเรือนไม้	5	3.23	0	0.00	0	0.00
ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม)	2	1.29	1	0.78	8	14.55
ร้านหวานละมุน	1	0.65	1	0.78	2	3.64
ขนมไทยนพศิริ	0	0.00	0	0.00	1	1.82
ขนมไทยปั้นพลอย	0	0.00	1	0.78	0	0.00
ขนมไทยนัฏฐิดา	0	0.00	1	0.78	0	0.00
ร้านเอสแอนด์พี	12	7.74	9	6.98	5	9.09
ขนมไทยเพชรบุรี	1	0.65	1	0.78	0	0.00
ขนมไทยเกล็ดน้ำตาล	0	0.00	2	1.55	0	0.00
ขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ	31	20.00	17	13.18	9	16.36
อื่นๆ คือ ขนมไทยแม่แปง	0	0.00	1	0.78	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>155</b>	<b>100.00</b>	<b>129</b>	<b>100.00</b>	<b>55</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 27 จำนวนและร้อยละของยี่ห้อหรือร้านค้าขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
 ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ยี่ห้อหรือร้านค้า ขนมไทยที่นิยมซื้อมากที่สุด	15,001 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนมไทยคุณยาย	3	4.92	18	4.50
ร้านขนมบ้านอาจารย์	11	18.03	70	17.50
ฝั้่งน้อยเบเกอรี่	21	34.43	175	43.75
ร้านเรือนไม้	3	4.92	8	2.00
ร้านบ้านขวัญ (อินโฮม)	6	9.84	17	4.25
ร้านหวานละมุน	3	4.92	7	1.75
ขนมไทยนพศิริ	1	1.64	2	0.50
ขนมไทยปิ่นพลอย	0	0.00	1	0.25
ขนมไทยนัญจิดา	0	0.00	1	0.25
ร้านเอสแอนด์พี	4	6.56	30	7.50
ขนมไทยเพชรบุรี	0	0.00	2	0.50
ขนมไทยเกล็ดน้ำตาล	2	3.28	4	1.00
ขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ	7	11.48	64	16.00
อื่นๆ คือ ขนมไทยแม่เปิง	0	0.00	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>61</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝั้่งน้อยเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.52 รองลงมาคือ ซื้อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 16.13 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝั้่งน้อยเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 51.16 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 18.60 และซื้อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 13.18 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท พบว่า ชื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝิ่งน้อยเบเกอร์ี่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.55 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์คิดเป็นร้อยละ 18.18 และซื้อขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 16.36 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 15,001 บาทขึ้นไป พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยยี่ห้อหรือร้านฝิ่งน้อยเบเกอร์ี่ คิดเป็นร้อยละ 34.43 รองลงมาคือ ยี่ห้อหรือร้านขนมบ้านอาจารย์คิดเป็น ร้อยละ 18.03 และขนมไทยไม่ระบุยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 11.48 ตามลำดับ

**ตาราง 28** จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามเพศ

สถานที่ซื้อขนมไทย ที่นิยมซื้อมากที่สุด	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า	30	18.07	40	17.09	70	17.50
ในตลาดสด	70	42.17	95	40.60	165	41.25
ร้านเบเกอร์ี่	34	20.48	61	26.07	95	23.75
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	8	4.82	8	3.42	16	4.00
ซูเปอร์มาร์เก็ต	1	0.60	8	3.42	9	2.25
ร้านขายของชำ	10	6.02	8	3.42	18	4.50
ร้านรถเข็นทั่วไป	12	7.23	10	4.27	22	5.50
ร้านอาหาร	1	0.60	3	1.28	4	1.00
อื่นๆ ได้แก่ ตลาดนัด	0	0.00	1	0.43	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>166</b>	<b>100.00</b>	<b>234</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.17 รองลงมาคือ ร้านเบเกอร์ี่ คิดเป็นร้อยละ 20.48 และร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 18.07 ตามลำดับ

เพศหญิง พบว่า ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.60 รองลงมาคือ ร้านเบเกอร์ี่ คิดเป็นร้อยละ 26.07 และร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 17.09 ตามลำดับ

ตาราง 29 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอายุ

สถานที่ซื้อขนมไทยที่นิยมซื้อมากที่สุด	ไม่เกิน 18 ปี		19-35 ปี		36-55 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า	9	10.98	45	19.07	13	21.31
ในตลาดสด	47	57.32	85	36.02	26	42.62
ร้านเบเกอรี่	18	21.95	64	27.12	11	18.03
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	1	1.22	13	5.51	2	3.28
ซูเปอร์มาร์เก็ต	1	1.22	5	2.12	3	4.92
ร้านขายของชำ	2	2.44	4	1.69	4	6.56
ร้านรถเข็นทั่วไป	3	3.66	17	7.20	1	1.64
ร้านอาหาร	0	0.00	3	1.27	1	1.64
อื่นๆ ได้แก่ ตลาดนัด	1	1.22	0	0.00	0	0.00
รวม	82	100.00	236	100.00	61	100.00

ตาราง 29 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอายุ (ต่อ)

สถานที่ซื้อขนมไทยที่นิยมซื้อมากที่สุด	56 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า	3	14.29	70	17.50
ในตลาดสด	7	33.33	165	41.25
ร้านเบเกอรี่	2	9.52	95	23.75
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	0	0.00	16	4.00
ซูเปอร์มาร์เก็ต	0	0.00	9	2.25
ร้านขายของชำ	8	38.10	18	4.50
ร้านรถเข็นทั่วไป	1	4.76	22	5.50
ร้านอาหาร	0	0.00	4	1.00
อื่นๆ ได้แก่ ตลาดนัด	0	0.00	1	0.25
รวม	21	100.00	400	100.00

จากตาราง 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุไม่เกิน 18 ปี ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยจากตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 57.32 รองลงมาคือ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 14.29 และร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 10.98 ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 19-35 ปี พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทยจากตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 36.02 รองลงมาคือ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 27.12 และร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 19.07 ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 36-55 ปี พบว่า ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.62 รองลงมาคือ ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 21.31 และ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 18.03 ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 56 ปีขึ้นไป พบว่า ซื้อขนมไทยจากร้านขายของชำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาคือ ร้านขนมไทยในตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

**ตาราง 30** จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ

สถานที่ซื้อขนมไทย ที่นิยมซื้อมากที่สุด	นักเรียน/ นักศึกษา		ข้าราชการ/ พจน.รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า	26	13.90	9	14.75	23	25.00	6	28.57
ในตลาดสด	84	44.92	20	32.79	40	43.48	9	42.86
ร้านเบเกอรี่	46	24.60	20	32.79	18	19.57	4	19.05
ร้านค้าสะดวกซื้อ เซเว่น อีเลฟเว่น	8	4.28	1	1.64	4	4.35	0	0.00
ซูเปอร์มาร์เก็ต	2	1.07	4	6.56	2	2.17	0	0.00
ร้านขายของชำ	5	2.67	3	4.92	2	2.17	1	4.76
ร้านรถเข็นทั่วไป	15	8.02	1	1.64	3	3.26	1	4.76
ร้านอาหาร	0	0.00	3	4.92	0	0.00	0	0.00
อื่นๆ ได้แก่ ตลาดนัด	1	.53	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>	<b>61</b>	<b>100.00</b>	<b>92</b>	<b>100.00</b>	<b>21</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 30 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่  
ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

สถานที่ซื้อขนมไทยที่นิยมซื้อมากที่สุด	ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า	5	22.73	1	5.88	70	17.50
ในตลาดสด	4	18.18	8	47.06	165	41.25
ร้านเบเกอรี่	7	31.82	0	0.00	95	23.75
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	3	13.64	0	0.00	16	4.00
ซูเปอร์มาร์เก็ต	1	4.55	0	0.00	9	2.25
ร้านขายของชำ	1	4.55	6	35.29	18	4.50
ร้านรถเข็นทั่วไป	1	4.55	1	5.88	22	5.50
ร้านอาหาร	0	0.00	1	5.88	4	1.00
อื่นๆ ได้แก่ ตลาดนัด	0	0.00	0	0.00	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>22</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียน/นักศึกษาซื้อขนมไทยจากตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 44.92 รองลงมาคือ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 24.60 และห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 13.90 ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ซื้อขนมไทยจากตลาดสดและร้านเบเกอรี่คิดเป็นร้อยละ 32.79 เท่ากัน รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 14.75 และร้านขนมในซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 6.56 ตามลำดับ

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.48 รองลงมาคือ ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 19.57 ตามลำดับ

อาชีพรับจ้างทั่วไป พบว่า ชื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 28.57 และ ร้านเบเกอรี่คิดเป็นร้อยละ 19.05 ตามลำดับ

อาชีพธุรกิจส่วนตัว พบว่า ชื้อขนมไทยจากร้านเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 22.73 และตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

อาชีพอื่นๆ (ครูโรงเรียนเอกชน ข้าราชการบำนาญ แม่บ้าน) พบว่า ชื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.06 รองลงมาคือ ร้านขายของชำ คิดเป็นร้อยละ 35.29 และในห้างสรรพสินค้า ร้านรถเข็นทั่วไป และ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 5.88 ตามลำดับ

ตาราง 31 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามรายได้

สถานที่ซื้อขนมไทย ที่นิยมซื้อมากที่สุด	ไม่เกิน 5,000		5,001-10,000		10,001-15,000	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า	17	10.97	25	19.38	13	23.64
ในตลาดสด	74	47.74	57	44.19	18	32.73
ร้านเบเกอรี่	32	20.65	29	22.48	14	25.45
ร้านค้าสะดวกซื้อ เซเว่นอิเลฟเว่น	6	3.87	5	3.88	2	3.64
ซูเปอร์มาร์เก็ต	3	1.94	2	1.55	2	3.64
ร้านขายของชำ	10	6.45	5	3.88	2	3.64
ร้านรถเข็นทั่วไป	12	7.74	6	4.65	2	3.64
ร้านอาหาร	0	0.00	0	0.00	2	3.64
อื่นๆ ได้แก่ ตลาดนัด	1	0.65	0	0.00	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>155</b>	<b>100.00</b>	<b>129</b>	<b>100.00</b>	<b>55</b>	<b>100.00</b>



ตาราง 31 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อขนมไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อขนมไทยมากที่สุด จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

สถานที่ซื้อขนมไทยที่นิยมซื้อมากที่สุด	15,001 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขนมในห้างสรรพสินค้า	15	24.59	70	17.50
ในตลาดสด	16	26.23	165	41.25
ร้านเบเกอรี่	20	32.79	95	23.75
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	3	4.92	16	4.00
ซูเปอร์มาร์เก็ต	2	3.28	9	2.25
ร้านขายของชำ	1	1.64	18	4.50
ร้านรถเข็นทั่วไป	2	3.28	22	5.50
ร้านอาหาร	2	3.28	4	1.00
อื่นๆ ได้แก่ ตลาดนัด	0	0.00	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>61</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.74 รองลงมาคือ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 20.65 และร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 10.97 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท พบว่า ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.19 รองลงมาคือ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 22.48 และร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 19.38 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท พบว่า ซื้อขนมไทยจากตลาดสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.73 รองลงมาคือ ร้านเบเกอรี่ คิดเป็นร้อยละ 25.45 และร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 23.64 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป พบว่า ซื้อขนมไทยจากร้านเบเกอรี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.79 รองลงมาคือ ร้านขนมในตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 26.23 และร้านขนมในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 24.59 ตามลำดับ



ตาราง 32 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน  
จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการซื้อขนมไทย โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	16	9.64	12	5.13	28	7.00
1-2 ครั้ง	65	39.16	94	40.17	159	39.75
3-5 ครั้ง	53	31.93	82	35.04	135	33.75
6-10 ครั้ง	23	13.86	34	14.53	57	14.25
11-15 ครั้ง	4	2.41	9	3.85	13	3.25
16-20 ครั้ง	5	3.01	3	1.28	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>166</b>	<b>100.00</b>	<b>234</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 32 พบว่า โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.16 รองลงมาคือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.93 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.86 ตามลำดับ

เพศหญิง พบว่า ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.17 รองลงมาคือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.04 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.53 ตามลำดับ

ตาราง 33 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน  
จำแนกตามอายุ

ความถี่ในการซื้อขนมไทย โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน	ไม่เกิน 18 ปี		19-35 ปี		36-55 ปี	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	11	13.41	15	6.36	2	3.28
1-2 ครั้ง	35	42.68	81	34.32	30	49.18
3-5 ครั้ง	25	30.49	85	36.02	18	29.51
6-10 ครั้ง	8	9.76	40	16.95	8	13.11
11-15 ครั้ง	2	2.44	9	3.81	2	3.28
16-20 ครั้ง	1	1.22	6	2.54	1	1.64
<b>รวม</b>	<b>82</b>	<b>100.00</b>	<b>236</b>	<b>100.00</b>	<b>61</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 33 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน  
จำแนกตามอายุ (ต่อ)

ความถี่ในการซื้อ ขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน	56 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	0	0.00	28	7.00
1-2 ครั้ง	13	61.90	159	39.75
3-5 ครั้ง	7	33.33	135	33.75
6-10 ครั้ง	1	4.76	57	14.25
11-15 ครั้ง	0	0.00	13	3.25
16-20 ครั้ง	0	0.00	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>21</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 33 พบว่า โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุไม่เกิน 18 ปี ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.68 รองลงมาคือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.49 และ น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.41 ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 19-35 ปี พบว่า ซื้อขนมไทย 3-5 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.02 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.32 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.95 ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 36-55 ปี พบว่า ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.18 รองลงมา คือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.51 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.11 ตามลำดับ

กลุ่มอายุ 56 ปีขึ้นไป พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.90 รองลงมา 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.76 ตามลำดับ

ตาราง 34 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน  
จำแนกตามอาชีพ

ความถี่ในการซื้อขนมไทย เฉลี่ยใน 1 เดือน	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/พจน.รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	19	10.16	0	0.00	4	4.35
1-2 ครั้ง	68	36.36	36	59.02	31	33.70
3-5 ครั้ง	60	32.09	18	29.51	35	38.04
6-10 ครั้ง	29	15.51	5	8.20	18	19.57
11-15 ครั้ง	5	2.67	2	3.28	3	3.26
16-20 ครั้ง	6	3.21	0	0.00	1	1.09
<b>รวม</b>	<b>187</b>	<b>100.00</b>	<b>61</b>	<b>100.00</b>	<b>92</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 34 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน  
จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ความถี่ในการซื้อ ขนมไทยเฉลี่ยใน 1 เดือน	รับจ้างทั่วไป		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	0	0.00	4	18.18	1	5.88	28	7.00
1-2 ครั้ง	7	33.33	6	27.27	11	64.71	159	39.75
3-5 ครั้ง	10	47.62	7	31.82	5	29.41	135	33.75
6-10 ครั้ง	3	14.29	2	9.09	0	0.00	57	14.25
11-15 ครั้ง	1	4.76	2	9.09	0	0.00	13	3.25
16-20 ครั้ง	0	0.00	1	4.55	0	0.00	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>21</b>	<b>100.00</b>	<b>22</b>	<b>100.00</b>	<b>17</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 34 พบว่า โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอาชีพนักเรียน/นักศึกษาซื้อขนมไทย 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.09 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.51 ตามลำดับ

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.02 รองลงมาคือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.51 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.20 ตามลำดับ

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ซื้อขนมไทย 3-5 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.04 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.70 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.57 ตามลำดับ

อาชีพรับจ้างทั่วไป พบว่า ซื้อขนมไทย 3-5 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.62 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.33 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.29 ตามลำดับ

อาชีพธุรกิจส่วนตัว พบว่า ซื้อขนมไทย 3-5 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.27 และน้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

อาชีพอื่นๆ (ครู โรงเรียนเอกชน ข้าราชการบำนาญ) พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.71 รองลงมาคือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.41 และน้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.88 ตามลำดับ

**ตาราง 35** จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน จำแนกตามรายได้

ความถี่ในการซื้อขนมไทย โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน	ไม่เกิน 5,000		5,001-10,000		10,001-15,000	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	13	8.39	6	4.65	2	3.64
1-2 ครั้ง	61	39.35	50	38.76	28	50.91
3-5 ครั้ง	52	33.55	47	36.43	15	27.27
6-10 ครั้ง	24	15.48	16	12.40	9	16.36
11-15 ครั้ง	2	1.29	7	5.43	1	1.82
16-20 ครั้ง	3	1.94	3	2.33	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>155</b>	<b>100.00</b>	<b>129</b>	<b>100.00</b>	<b>55</b>	<b>100.00</b>

ตาราง 35 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อขนมไทยโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน  
จำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ความถี่ในการซื้อ ขนมไทย โดยเฉลี่ยใน 1 เดือน	15,001 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	7	11.48	28	7.00
1-2 ครั้ง	20	32.79	159	39.75
3-5 ครั้ง	21	34.43	135	33.75
6-10 ครั้ง	8	13.11	57	14.25
11-15 ครั้ง	3	4.92	13	3.25
16-20 ครั้ง	2	3.28	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>61</b>	<b>100.00</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 35 พบว่าโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.35 รองลงมาคือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.55 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.48 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท พบว่า ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.76 รองลงมาคือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.43 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.40 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทย 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.91 รองลงมาคือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.27 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.36 ตามลำดับ

กลุ่มที่มีรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อขนมไทย 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.43 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.79 และ 6-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.11 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้บริโภค  
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตาราง 36 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม							อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
รสชาติ	268 (67.00)	114 (28.50)	16 (4.00)	0 (0.00)	2 (0.50)	4.62 (มากที่สุด)	.615	1
ความสะอาด	264 (66.00)	119 (29.80)	16 (4.00)	0 (0.00)	1 (0.33)	4.61 (มากที่สุด)	.590	2
ความสดใหม่	254 (63.50)	126 (31.50)	18 (4.50)	1 (0.30)	1 (0.30)	4.58 (มากที่สุด)	.616	3
ความปลอดภัย ในการบริโภค	266 (66.50)	103 (25.80)	23 (5.80)	4 (1.00)	4 (1.00)	4.56 (มากที่สุด)	.737	4
เครื่องหมาย อย.	213 (53.30)	109 (27.30)	57 (14.30)	12 (3.00)	9 (2.30)	4.26 (มากที่สุด)	.965	5
ความ หลากหลาย ของประเภท ขนม	127 (31.80)	184 (46.00)	82 (20.50)	6 (1.50)	1 (0.30)	4.08 (มาก)	.775	6
ความเหมาะสม ของบรรจุภัณฑ์	104 (26.00)	182 (45.50)	107 (26.80)	5 (1.30)	2 (0.50)	3.95 (มาก)	.789	7

ตาราง 36 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย (ต่อ)

(ต่อ) ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	ผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม							อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
สีส้มและความ สวยงามของ ขนม	93 (23.30)	160 (40.00)	129 (32.30)	13 (3.30)	5 (1.30)	3.81 (มาก)	.873	8
ร้านค้า หรือ ตราสัญลักษณ์	191 (22.80)	148 (37.00)	134 (33.50)	18 (4.50)	9 (2.30)	3.74 (มาก)	.936	9
สีส้มและความ สวยงามของ บรรจุภัณฑ์	68 (17.00)	180 (45.00)	131 (32.80)	16 (4.00)	5 (1.30)	3.73 (มาก)	.834	10
ค่าเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์						4.20 (มาก)	.508	

จากตาราง 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .508 และในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ดังนี้

- ปัจจัยที่มีผลในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21-5.00) ได้แก่ รสชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาคือ ความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.61) ความสดใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.58) ความปลอดภัยในการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.56) และ เครื่องหมาย ยอ. (ค่าเฉลี่ย 4.26) ตามลำดับ

- ปัจจัยที่มีผลในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20) ได้แก่ ความหลากหลายของประเภทขนม (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) สีส้มและความสวยงามของขนม (ค่าเฉลี่ย 3.81) ร้านค้า หรือ ตราสัญลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) สีส้มและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ



ตาราง 37 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย

ปัจจัยด้านราคา	ผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม							อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	176 (44.00)	172 (43.00)	49 (12.30)	1 (0.30)	2 (0.50)	4.30 (มากที่สุด)	.728	1
ราคาถูก	130 (32.50)	135 (33.80)	121 (30.30)	8 (2.00)	6 (1.5)	3.94 (มาก)	.917	2
ค่าเฉลี่ยรวมด้านราคา						4.12 (มาก)	.691	

จากตาราง 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .691 และ ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลสำคัญอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ ราคาถูก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ



ตาราง 38 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม							อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ความสะอาดของสถานที่ซื้อ	199 (49.80)	157 (39.30)	40 (10.00)	1 (0.30)	3 (0.80)	4.37 (มากที่สุด)	.734	1
หาซื้อได้ง่าย	189 (47.30)	165 (41.30)	43 (10.80)	1 (0.30)	2 (0.50)	4.35 (มากที่สุด)	.719	2
มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	113 (28.30)	168 (42.00)	94 (23.50)	13 (3.30)	12 (3.00)	3.89 (มาก)	.953	3
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการจัดจำหน่าย						4.19 (มาก)	.641	

จากตาราง 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .641 และ ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ความสะอาดของสถานที่ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมาคือ หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.35) และ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ตาราง 39 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้าน  
การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทย

ปัจจัยด้าน การส่งเสริม การตลาด	ผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม							อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การให้ทดลองชิม	115 (28.80)	145 (36.30)	125 (31.30)	12 (3.00)	3 (0.80)	3.89 (มาก)	.882	1
การลดราคาสินค้า	101 (25.30)	150 (37.50)	135 (33.80)	7 (1.80)	7 (1.80)	3.83 (มาก)	.889	2
การบอกต่อจากผู้อื่น เช่น เพื่อน ผู้ช้อรายอื่น	63 (23.30)	163 (40.80)	116 (29.00)	21 (5.30)	7 (1.80)	3.79 (มาก)	.920	3
การแถมขนมฟรี เมื่อซื้อขนมตามจำนวนที่กำหนด	98 (24.50)	123 (30.80)	156 (39.00)	15 (3.80)	8 (2.00)	3.72 (มาก)	.943	4
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด						3.81 (มาก)	.744	

จากตาราง 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .744 และ ในปัจจัยย่อยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีคามสำคัญอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ การให้ทดลองชิม (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาคือ การลดราคาสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83) การบอกต่อจากผู้อื่น เช่น เพื่อน ผู้ช้อรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.79) และ การแถมขนมฟรี เมื่อซื้อขนมตามจำนวนที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.72) ตามลำดับ

ตาราง 40 สรุปลำดับค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม 10 อันดับแรก

ปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	S.D.	อันดับที่
รสชาติ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.62 (มากที่สุด)	.615	1
ความสะอาด	ด้านผลิตภัณฑ์	4.61 (มากที่สุด)	.590	2
ความสดใหม่	ด้านผลิตภัณฑ์	4.58 (มากที่สุด)	.616	3
ความปลอดภัยในการบริโภค	ด้านผลิตภัณฑ์	4.56 (มากที่สุด)	.737	4
ความสะอาดของสถานที่ซื้อ	ด้านการจัดจำหน่าย	4.37 (มากที่สุด)	.734	5
หาซื้อได้ง่าย	ด้านการจัดจำหน่าย	4.35 (มากที่สุด)	.719	6
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	ด้านราคา	4.30 (มากที่สุด)	.728	7
เครื่องหมาย อย.	ด้านผลิตภัณฑ์	4.26 (มากที่สุด)	.965	8
ความหลากหลายของประเภทขนม	ด้านผลิตภัณฑ์	4.08 (มาก)	.725	9
ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์	ด้านผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	.789	10

จากตาราง 40 พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม 10 ลำดับแรก คือ รสชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาคือ ความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.61) ความสดใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.58) ความปลอดภัยในการบริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.56) ความสะอาดของสถานที่ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.37)

หาซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.35) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) เครื่องหมาย อย. (ค่าเฉลี่ย 4.26) ความหลากหลายของประเภทขนม (ค่าเฉลี่ย 4.08) และ ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 5 ปัญหาที่พบจากการซื้อขนมไทยและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขายขนมไทย

ตาราง 41 จำนวนและร้อยละ ของปัญหาที่พบจากการซื้อขนมไทยและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขายขนมไทย

ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขายขนมไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนมเสียง่าย เก็บไม่ได้นาน	28	17.72
ขนมมีราคาแพงเกินไป ไม่เหมาะสมกับปริมาณของขนม	26	16.46
ขนมมีรสหวานมากเกินไป	13	8.23
ขนมไม่สดใหม่	11	6.96
มักจะมีการนำขนมที่เสียแล้วมาปนขาย	10	6.33
มีร้านขายขนมไทยน้อยราย หาซื้อยาก ส่วนใหญ่มีแต่เบเกอรี่	10	6.33
ขนมรสชาติไม่อร่อย	10	6.33
ขนมไม่มีความสะอาด	8	5.06
รสชาติขนมไม่ได้มาตรฐาน	4	2.53
ขนมที่ใช้ส่วนผสมอาหาร ควรเลือกใช้สีที่มีเครื่องหมาย อย. เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค	3	1.90
ขนมควรมีการบรรจุหีบห่อให้สวยงาม น่าสนใจ	3	1.90
ต้องรักษาคุณภาพและมาตรฐานของขนม โดยเฉพาะรสชาติแบบดั้งเดิม	3	1.90
ราคาขนมไม่เหมาะสมกับคุณภาพของขนม	3	1.90
สถานที่ซื้อ หาที่จอดรถยาก	3	1.90
ควรจะมีการระบุวันหมดอายุให้ชัดเจน เพื่อความปลอดภัยในการบริโภค	2	1.27
ขนมที่มีส่วนผสมของกะทิ ส่วนใหญ่มีรสชาติไม่หวานมัน มีส่วนผสมของแป้งมากเกินไปทำให้รสชาติไม่อร่อย	1	0.63
ขนมไทยควรมีเครื่องหมาย อย.	1	0.63

ตาราง 41 จำนวนและร้อยละ ของปัญหาที่พบจากการซื้อขนมไทยและข้อเสนอแนะ (ต่อ)

ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนมไทยมีให้เลือกไม่หลากหลาย	1	0.63
ขนมไทยส่วนใหญ่มีแป้งและน้ำตาลเป็นส่วนประกอบ ผู้บริโภคควรบริโภคในปริมาณที่ไม่มากนักเพื่อสุขภาพ	1	0.63
ขนมดูไม่น่ารับประทาน	1	0.63
ขนมมีรสชาติไม่ได้มาตรฐาน	1	0.63
ควรส่งเสริมให้มีการทำขนมไทยพื้นบ้านในเชิงพาณิชย์ให้มากขึ้น	1	0.63
ควรให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิมขนมก่อนซื้อ	1	0.63
ไม่ควรขายราคาแพงมาก	1	0.63
บรรจุภัณฑ์ควรใช้วัสดุอย่างอื่นแทนกล่องพลาสติกหรือกล่องโฟม	1	0.63
บรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน	1	0.63
ปริมาณของขนมที่ซื้อแต่ละครั้ง ผู้ขายให้ในปริมาณที่ไม่เท่ากัน	1	0.63
คนภาคกลางทำขนมไทยอร่อยกว่าคนภาคเหนือ	1	0.63
ผู้ผลิตบางรายไม่มีความรู้เรื่อง ส่วนผสมของขนมไทยที่ถูกต้อง จึงคัดแปลงจากสูตรดั้งเดิมทำให้รสชาติเปลี่ยนไป	1	0.63
ฝีมือทำขนมของคนสมัยปัจจุบันทำไม่อร่อยเหมือนในอดีต	1	0.63
ราคาแพงเมื่อเทียบกับราคาขนมเบเกอรี่	1	0.63
ปัจจุบันหาซื้อขนมที่มีรสชาติอร่อยได้ยาก	1	0.63
สถานที่ขายไม่ค่อยสะอาด	1	0.63
ขนมหลายประเภทดูน่ารับประทานแต่รสชาติไม่อร่อย	1	0.63
ผู้ขายบางรายเน้นปริมาณในการขายแต่ไม่เน้นคุณภาพและรสชาติขนม	1	0.63
อยากให้มีขนมไทยตามต้นตำรับขายมากขึ้น หรือ หาซื้อได้ง่ายขึ้น	1	0.63

หมายเหตุ ; n = 141

จากตาราง 41 พบว่า ปัญหาที่พบจากการซื้อขนมไทยของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ ปัญหาขนมเสียง่าย เก็บไม่ได้นาน คิดเป็นร้อยละ 17.72 รองลงมาคือ ราคาแพงเกินไป ไม่เหมาะสมกับปริมาณของขนม คิดเป็นร้อยละ 16.46 และขนมมีรสหวานเกินไป คิดเป็นร้อยละ 8.23 ตามลำดับ