

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษาวิเคราะห์ ซึ่งผลของการวิเคราะห์สามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ (ตารางที่ 2-6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้น้ำมันพืชในการประกอบอาหารในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ชนิดน้ำมันพืชที่ใช้ในปัจจุบัน ยี่ห้อน้ำมันพืชที่ใช้ในปัจจุบัน เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืช การเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิด การอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการ การซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุ เหตุผลในการซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุ ชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่ชอบ เหตุผลที่ชอบบรรจุภัณฑ์ ความถี่ในการซื้อ จำนวนการซื้อต่อครั้ง และการจัดอันดับของน้ำมันพืชแต่ละชนิดของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 7-18)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมและการเลือกซื้อน้ำมันพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละชนิด พฤติกรรมการเลือกซื้อ ปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้อใหม่ แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ สื่อโฆษณาที่พบเห็น และสื่อที่สามารถจำได้มากที่สุด (ตารางที่ 19-25)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชที่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 26-29)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันพืช และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตาม เพศ อายุ และอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 30-80)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย  | 153   | 38.25  |
| หญิง | 247   | 61.75  |
| รวม  | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 38.25

#### ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ          | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ไม่เกิน 20 ปี | 43    | 10.75  |
| 21 – 30 ปี    | 89    | 22.25  |
| 31 – 40 ปี    | 118   | 29.50  |
| 41 – 50 ปี    | 111   | 27.75  |
| 51 ปีขึ้นไป   | 39    | 9.75   |
| รวม           | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมา มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.75 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.25 อายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.75 และอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.75

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                             | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| รับราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 54    | 13.50  |
| ประมง / เกษตรกร                   | 11    | 2.75   |
| พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้างอิสระ | 169   | 42.25  |
| เจ้าของกิจการ / ค้าขาย            | 161   | 40.25  |
| อาชีพอื่น ๆ                       | 5     | 1.25   |
| รวม                               | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : อาชีพอื่น ๆ ประกอบด้วย แม่บ้าน รับซื้อของเก่า ว่างงาน และนักศึกษา

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้างอิสระ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมามีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ / ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 40.25 อาชีพรับราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.50 อาชีพประมง / เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 2.75 อาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 1.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

| การศึกษา          | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | 135   | 33.75  |
| มัธยมศึกษา        | 119   | 29.75  |
| อนุปริญญา         | 37    | 9.25   |
| ปริญญาตรี         | 101   | 25.25  |
| สูงกว่าปริญญาตรี  | 8     | 2.00   |
| รวม               | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาด้านต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.75 รองลงมา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 29.75 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 25.25 สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 9.25 และสำเร็จการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| ไม่เกิน 10,000 บาท   | 224   | 56.00  |
| 10,001 – 20,000 บาท  | 99    | 24.75  |
| 20,001 – 30,000 บาท  | 57    | 14.25  |
| 30,001 – 40,000 บาท  | 10    | 2.50   |
| มากกว่า 40,000 บาท   | 10    | 2.50   |
| รวม                  | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมามีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.75 รายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.25 รายได้ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 2.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ไขมันพืชในการประกอบอาหารภายในครัวเรือน  
ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดน้ำมันพืชที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

| ชนิดของน้ำมันพืช | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|-------|--------|
| น้ำมันถั่วเหลือง | 397   | 99.25  |
| น้ำมันทานตะวัน   | 22    | 5.50   |
| น้ำมันปาล์ม      | 104   | 26.00  |
| น้ำมันรำข้าว     | 14    | 3.50   |
| น้ำมันพืชอื่น ๆ  | 9     | 2.25   |

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

2. น้ำมันพืชอื่น ๆ ประกอบด้วย น้ำมันมะพร้าว น้ำมันข้าวโพด น้ำมันงา น้ำมันมะกอก

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้น้ำมันถั่วเหลือง คิดเป็นร้อยละ 99.25 รองลงมาเป็นน้ำมันปาล์ม คิดเป็นร้อยละ 26.00 น้ำมันทานตะวัน คิดเป็นร้อยละ 5.50 น้ำมันรำข้าว คิดเป็นร้อยละ 3.50 และน้ำมันพืชอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของน้ำมันพืช  
ที่เลือกใช้ในปัจจุบัน

| ยี่ห้อน้ำมันพืช | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------|-------|--------|
| อรุณ            | 203   | 50.75  |
| ทิพ             | 51    | 12.75  |
| ก๊ิก            | 189   | 47.25  |
| โอลีน           | 113   | 28.25  |
| มรกต            | 116   | 29.00  |
| หยก             | 35    | 8.75   |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้น้ำมันพืชยี่ห้ออรุณมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมาเป็นน้ำมันพืชยี่ห้อก๊ิก คิดเป็นร้อยละ 47.25 น้ำมันพืชยี่ห้อมรกต คิดเป็นร้อยละ 29.00 น้ำมันพืชยี่ห้อโอลีน คิดเป็นร้อยละ 28.25 น้ำมันพืชยี่ห้อทิพ คิดเป็นร้อยละ 12.75 และน้ำมันพืชยี่ห้อหยก คิดเป็นร้อยละ 8.75

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืช

| เหตุผลการเลือกซื้อน้ำมันพืช | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| การโฆษณา                    | 141   | 35.25  |
| ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น       | 42    | 10.50  |
| เพื่อนแนะนำ                 | 11    | 2.75   |
| ทดลองใช้แล้วเห็นว่ามีคุณภาพ | 189   | 47.25  |
| เหตุผลอื่น ๆ                | 17    | 4.25   |
| รวม                         | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : เหตุผลอื่น ๆ ประกอบด้วย สะดวกและหาซื้อง่าย คุณภาพเหมือนกันหมด ต้องการเปลี่ยนไปเรื่อย ๆ ขึ้นกับโอกาสและจังหวะ ทางครอบครัว  
ต้องการ

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อน้ำมันพืชจากเหตุผลของการทดลองใช้แล้วเห็นว่ามีคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาเหตุผลจากการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 35.25 ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 10.50 เหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.25 และเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 2.75

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเข้าใจเกี่ยวกับ  
ความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิด

| ระดับความเข้าใจ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------|-------|--------|
| เข้าใจดีมาก     | 20    | 5.00   |
| เข้าใจดี        | 71    | 17.75  |
| เข้าใจปานกลาง   | 149   | 37.25  |
| เข้าใจน้อย      | 102   | 25.5   |
| ไม่เข้าใจเลย    | 58    | 14.50  |
| รวม             | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจในความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดอยู่ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมามีความเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 25.50 เข้าใจดี คิดเป็นร้อยละ 17.75 ไม่เข้าใจเลย คิดเป็นร้อยละ 14.50 และเข้าใจดีมาก คิดเป็นร้อยละ 5.00



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการอ่านรายละเอียด  
ด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบอบอยู่ด้านข้างบรรจุภัณฑ์

| ระดับการอ่าน   | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------|--------|
| อ่านละเอียดมาก | 20    | 5.00   |
| อ่านละเอียด    | 51    | 12.75  |
| อ่านปานกลาง    | 159   | 39.75  |
| อ่านน้อย       | 84    | 21.00  |
| ไม่อ่านเลย     | 86    | 21.50  |
| รวม            | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอ่านรายละเอียดเกี่ยวกับโภชนาการของน้ำมันพืช  
ที่ระบอบอยู่ด้านข้างบรรจุภัณฑ์ในระดับปานกลางเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมา  
ไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 21.50 อ่านน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.00 อ่านละเอียด คิดเป็นร้อยละ 12.75  
และอ่านละเอียดมาก คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดบรรจุของน้ำมันพืช ที่นิยมซื้อ

| ขนาดบรรจุ          | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| ขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร | 18    | 4.50   |
| ขนาดบรรจุ 1 ลิตร   | 338   | 84.50  |
| ขนาดบรรจุ 1.5 ลิตร | 27    | 6.75   |
| ขนาดบรรจุ 3 ลิตร   | 10    | 2.50   |
| ขนาดบรรจุ อื่น ๆ   | 7     | 1.75   |
| รวม                | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : ขนาดบรรจุอื่น ๆ ประกอบด้วย ขนาด 250 กรัม นีบ 18 ลิตร ถุง 5 ลิตร ถึง 25 ลิตร

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมาขนาดบรรจุ 3 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 2.50 ขนาดบรรจุ 1.5 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 6.75 ขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 4.50 และขนาดบรรจุอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุต่าง ๆ

| เหตุผลในการเลือกซื้อ        | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| สะดวกและคล่องตัวในการใช้    | 341   | 85.25  |
| ขนาดบรรจุสวยงาม             | 3     | 0.75   |
| ราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า | 48    | 12.00  |
| ไม่มีขนาดบรรจุอื่น          | 3     | 0.75   |
| เหตุผลอื่น ๆ                | 5     | 1.25   |
| รวม                         | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : เหตุผลอื่น ๆ ประกอบด้วย มีรายได้น้อย หรือได้งาน ไม่ต้องซื้อบ่อย เหมาะกับความต้องการ

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดในตารางที่ 12 ด้วยเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 85.25 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.00 เหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.25 ขนาดบรรจุสวยงาม และไม่มีขนาดบรรจุอื่น คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อน้ำมันพืชตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์

| ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|
| ถุงพลาสติก          | 19    | 4.75   |
| แกลลอน              | 4     | 1.00   |
| ขวดพลาสติก          | 373   | 93.25  |
| ขวดแก้ว             | 1     | 0.25   |
| บรรจุภัณฑ์อื่น ๆ    | 3     | 0.75   |
| รวม                 | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : บรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ประกอบด้วย บิ๊บบ ถัง ดุง

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชที่บรรจุในขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 93.25 รองลงมาบรรจุในถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 4.75 บรรจุในแกลลอน คิดเป็นร้อยละ 1.00 บรรจุในบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.75 และบรรจุในขวดแก้ว คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ชอบลักษณะ  
บรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืช

| เหตุผลที่ชอบบรรจุภัณฑ์            | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| สะดวกและคล่องตัวในการใช้          | 301   | 75.25  |
| บรรจุภัณฑ์สวยงาม                  | 4     | 1.00   |
| รู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ | 84    | 21.00  |
| ไม่มีบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น           | 4     | 1.00   |
| เหตุผลอื่น ๆ                      | 7     | 1.75   |
| รวม                               | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : เหตุผลอื่น ๆ ประกอบด้วย น้ำหนักเบา ราคาเหมาะสม ราคาถูกกว่า

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการชอบลักษณะของบรรจุภัณฑ์จากตารางที่ 14 เพราะสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 75.25 รองลงมา รู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 21.00 เหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.75 บรรจุภัณฑ์สวยงาม และไม่มีบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อน้ำมันพืช

| ความถี่ในการซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|-------|--------|
| สัปดาห์ละครั้ง   | 130   | 32.50  |
| สองสัปดาห์ครั้ง  | 117   | 29.25  |
| สามสัปดาห์ครั้ง  | 43    | 10.75  |
| เดือนละครั้ง     | 72    | 18.00  |
| อื่น ๆ           | 38    | 9.50   |
| รวม              | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : อื่น ๆ ประกอบด้วย ทุกวัน 2-3 วัน 1-2 เดือน 2-3 เดือน แล้วยังจะหมดเมื่อไหร่

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาสองสัปดาห์ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.25 เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.00 สามสัปดาห์ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.75 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.50

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อน้ำมันพืชต่อครั้ง

| ปริมาณการซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| จำนวน 1 ขวด   | 216   | 54.00  |
| จำนวน 2 ขวด   | 83    | 20.75  |
| จำนวน 3 ขวด   | 47    | 11.75  |
| จำนวน 4 ขวด   | 20    | 5.00   |
| อื่น ๆ        | 34    | 8.50   |
| รวม           | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : อื่น ๆ ประกอบด้วย 5 ขวด 6 ขวด 1 โหล ถึง หีบ บิ๊บบ วันละถุง วันละกิโล

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวด คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาจำนวน 2 ขวด คิดเป็นร้อยละ 20.75 จำนวน 3 ขวด คิดเป็นร้อยละ 11.75 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 8.50 และจำนวน 4 ขวด คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นด้านคุณภาพของน้ำมันพืชที่เป็นอันดับหนึ่ง

| ชนิดน้ำมันพืช    | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|-------|--------|
| น้ำมันถั่วเหลือง | 295   | 73.75  |
| น้ำมันทานตะวัน   | 61    | 15.25  |
| น้ำมันปาล์ม      | 28    | 7.00   |
| น้ำมันรำข้าว     | 16    | 4.00   |
| รวม              | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าน้ำมันถั่วเหลืองเป็นน้ำมันที่มีคุณภาพอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 73.75 น้ำมันทานตะวัน มีคุณภาพเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 15.25 น้ำมันปาล์ม มีคุณภาพเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 7.00 และน้ำมันรำข้าว มีคุณภาพเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 4.00

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมและการเลือกซื้อน้ำมันพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันพืช

| ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ  | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| ไม่มี หรือ มีคอลลอยด์เล็กน้อย | 163   | 40.75  |
| ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง          | 20    | 5.00   |
| ไม่เป็นไข                     | 277   | 69.25  |
| มีราคาที่เหมาะสม              | 152   | 38.00  |
| คุณภาพดี                      | 324   | 81.00  |
| บรรจุภัณฑ์แข็งแรง             | 55    | 13.75  |
| มีรายการส่งเสริมการขาย        | 13    | 3.25   |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อน้ำมันพืชจากปัจจัยด้านคุณภาพดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.00 รองลงมาไม่เป็นไข คิดเป็นร้อยละ 69.25 ไม่มีหรือมีคอลลอยด์เล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 40.75 มีราคาที่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 38.00 บรรจุภัณฑ์แข็งแรง คิดเป็นร้อยละ 13.75 ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 5.00 และมีรายการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 3.25



ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างด้านคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละชนิด

| ความแตกต่างของน้ำมันพืช              | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|-------|--------|
| เหมือนกันสามารถใช้แทนกันได้          | 133   | 33.25  |
| ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้แทนกันได้    | 250   | 62.50  |
| ไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้แทนกันได้ | 17    | 4.25   |
| รวม                                  | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าน้ำมันพืชแต่ละชนิดมีคุณภาพไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้แทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาเข้าใจว่าคุณภาพเหมือนกันใช้แทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 33.25 และเข้าใจว่าคุณภาพไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้แทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 4.25

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมในการเลือกซื้อน้ำมันพืช

| พฤติกรรมการเลือกซื้อ  | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะไม่ซื้อ             | 44    | 11.00  |
| ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้อใหม่ทดแทน | 268   | 67.00  |
| ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ แต่ถ้ายี่ห้อใหม่ออกมาก็จะซื้อไปทดลองใช้ | 61    | 15.25  |
| เปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันพืชไปเรื่อย ๆ                                | 26    | 6.50   |
| พฤติกรรมอื่น ๆ คือ แล้วยแต่ความสะดวกและเวลา                     | 1     | 0.25   |
| รวม   | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการซื้อน้ำมันพืช โดยการซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้อใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาซื้อยี่ห้อเดิมแต่ถ้ายี่ห้อใหม่ออกมาก็จะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 15.25 ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 11.00 เปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันพืชไปเรื่อย ๆ คิดเป็นร้อยละ 6.50 และพฤติกรรมอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรม  
การเปลี่ยนไปซื้อน้ำมันพืชยี่ห้อใหม่

| ปัจจัย                  | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|-------|--------|
| ราคาถูก                 | 134   | 33.50  |
| ผู้อื่น หรือ โฆษณาแนะนำ | 59    | 14.75  |
| มีของแถม                | 52    | 13.00  |
| อยากทดลองใช้ยี่ห้ออื่น  | 255   | 63.75  |
| ปัจจัยอื่น ๆ            | 28    | 7.00   |

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย  
2. ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย ไม่มีกลิ่นเหม็นหืน คุณภาพดีกว่า ไม่มียี่ห้อที่ใช้ ไม่ต้องการใช้สารเคมีในน้ำมันซ้ำ ๆ

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปซื้อน้ำมันพืชยี่ห้อใหม่  
เนื่องจากปัจจัยเกี่ยวกับอยากทดลองใช้ยี่ห้ออื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.75 รองลงมาราคาถูก  
คิดเป็นร้อยละ 33.50 ผู้อื่นหรือโฆษณาแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 14.75 มีของแถม คิดเป็นร้อยละ  
13.00 และปัจจัยอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลที่มีผลต่อ  
การตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันพืช

| ข้อมูล                      | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| เพื่อน                      | 60    | 15.00  |
| คนในครอบครัว /ญาติพี่น้อง   | 146   | 36.50  |
| ผู้ที่เคยใช้ / ผู้เชี่ยวชาญ | 94    | 23.50  |
| สื่อโฆษณา                   | 184   | 46.00  |

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันพืชจาก  
สื่อโฆษณามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคนในครอบครัว / ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ  
36.50 ผู้ที่เคยใช้ / ผู้เชี่ยวชาญ คิดเป็นร้อยละ 23.50 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อ โฆษณาน้ำมันพืช ที่พบเห็นบ่อยที่สุด

| สื่อโฆษณา                   | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| โทรทัศน์                    | 389   | 97.25  |
| หนังสือพิมพ์                | 4     | 1.00   |
| วิทยุ                       | 2     | 0.50   |
| เอกสารแผ่นพับของแต่ละยี่ห้อ | 2     | 0.50   |
| สื่ออื่น ๆ                  | 3     | 0.75   |
| รวม                         | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : สื่ออื่น ๆ ประกอบด้วย ป้ายโฆษณา รถเร่ตลาดนัด

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบเห็นการโฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 97.25 รองลงมาหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 1.00 สื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.75 วิทยุและเอกสารพับของแต่ละยี่ห้อ มีสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อ โฆษณาน้ำมันพืชที่จำได้มากที่สุด

| สื่อโฆษณา                   | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| โทรทัศน์                    | 388   | 97.00  |
| หนังสือพิมพ์                | 1     | 0.25   |
| วิทยุ                       | 3     | 0.75   |
| เอกสารแผ่นพับของแต่ละยี่ห้อ | 5     | 1.25   |
| สื่ออื่น ๆ                  | 3     | 0.75   |
| รวม                         | 400   | 100.00 |

หมายเหตุ : สื่ออื่น ๆ ประกอบด้วย หนังสือที่ให้ความรู้เกี่ยวกับด้านโภชนาการ เอกสารราชการ

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถจำโฆษณาน้ำมันพืชได้มากที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 97.00 รองลงมาจากเอกสารแผ่นพับของแต่ละยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 1.25 วิทยุและ สื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.75 และหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 0.25

ส่วนที่ 4 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อ  
น้ำมันพืชของผู้บริโภค

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อน้ำมันพืช

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  | ระดับความสำคัญ  |                 |                 |               |              |               | ค่าเฉลี่ย | แปลผล   |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------|---------------|-----------|---------|
|  | มากที่สุด       | มาก             | ปานกลาง         | น้อย          | น้อยที่สุด   | รวม           |           |         |
| ชนิดของวัตถุดิบที่นำมาสกัดน้ำมันพืช  | 88<br>(22.00%)  | 188<br>(47.00%) | 109<br>(27.25%) | 14<br>(3.50%) | 1<br>(0.25%) | 400<br>(100%) | 3.87      | มาก     |
| คุณภาพของสินค้า  | 128<br>(32.00%) | 201<br>(50.25%) | 69<br>(17.25%)  | 2<br>(0.50%)  | 0<br>(0.0%)  | 400<br>(100%) | 4.14      | มาก     |
| ลักษณะสีของน้ำมันพืช   | 70<br>(17.50%)  | 197<br>(49.25%) | 119<br>(29.75%) | 12<br>(3.00%) | 2<br>(0.50%) | 400<br>(100%) | 3.80      | มาก     |
| ปริมาณของการบรรจุ เช่น 0.5 ลิตร , 1 ลิตร ฯลฯ   | 36<br>(9.00%)   | 128<br>(32.00%) | 194<br>(48.50%) | 39<br>(9.75%) | 3<br>(0.75%) | 400<br>(100%) | 3.39      | ปานกลาง |
| ชนิดของบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวด กอถอง ฯลฯ   | 38<br>(9.50%)   | 179<br>(44.75%) | 159<br>(39.75%) | 22<br>(5.50%) | 2<br>(0.50%) | 400<br>(100%) | 3.57      | มาก     |
| ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต   | 103<br>(25.75%) | 175<br>(43.75%) | 108<br>(27.00%) | 13<br>(3.25%) | 1<br>(0.25%) | 400<br>(100%) | 3.92      | มาก     |
| มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบที่ใช้, วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ ฯลฯ | 212<br>(53.00%) | 132<br>(33.00%) | 42<br>(10.50%)  | 7<br>(1.75%)  | 7<br>(1.75%) | 400<br>(100%) | 4.34      | มาก     |
| ค่าเฉลี่ยรวม   |                 |                 |                 |               |              |               | 3.86      | มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.86 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบที่ใช้ วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมา ได้แก่ ด้านคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านชนิดของวัตถุดิบที่นำมาสกัดน้ำมันพืช มีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านลักษณะสีของน้ำมันพืช มีค่าเฉลี่ย 3.80 และชนิดของบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.57 ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลางคือ ด้านปริมาณของการบรรจุ เช่น 0.5 ลิตร 1 ลิตร ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 3.39

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา  
ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรซื้อน้ำมันพืช

| ปัจจัยด้านราคา               | ระดับความสำคัญ |                 |                 |               |              |               | ค่าเฉลี่ย | แปลผล   |
|------------------------------|----------------|-----------------|-----------------|---------------|--------------|---------------|-----------|---------|
|                              | มากที่สุด      | มาก             | ปานกลาง         | น้อย          | น้อยที่สุด   | รวม           |           |         |
| ราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น | 32<br>(8.00%)  | 130<br>(32.50%) | 208<br>(52.00%) | 26<br>(6.50%) | 4<br>(1.00%) | 400<br>(100%) | 3.40      | ปานกลาง |
| ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ         | 85<br>(21.25%) | 180<br>(45.00%) | 128<br>(32.00%) | 5<br>(1.25%)  | 2<br>(0.50%) | 400<br>(100%) | 3.85      | มาก     |
| มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้    | 52<br>(13.00%) | 121<br>(30.75%) | 196<br>(49.00%) | 29<br>(7.25%) | 2<br>(0.50%) | 400<br>(100%) | 3.48      | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม                 |                |                 |                 |               |              |               | 3.58      | มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.58 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.85 ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ มีค่าเฉลี่ย 3.48 และด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น มีค่าเฉลี่ย 3.40

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อน้ำมันพืช

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย         | ระดับความสำคัญ |                 |                 |               |               | รวม           | ค่าเฉลี่ย | แปลผล   |
|--|----------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|-----------|---------|
|  | มากที่สุด      | มาก             | ปานกลาง         | น้อย          | น้อยที่สุด    |               |           |         |
| ร้านค้าของชำใกล้บ้าน                   | 76<br>(19.00%) | 170<br>(42.50%) | 123<br>(30.75%) | 21<br>(5.25%) | 10<br>(2.50%) | 400<br>(100%) | 3.70      | มาก     |
| ร้านขายของโชวห่วยในตลาด                | 37<br>(9.25%)  | 122<br>(30.50%) | 196<br>(49.00%) | 30<br>(7.50%) | 15<br>(3.75%) | 400<br>(100%) | 3.34      | ปานกลาง |
| ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือซูเปอร์สโตร์    | 91<br>(22.75%) | 159<br>(39.75%) | 120<br>(30.00%) | 28<br>(7.00%) | 2<br>(0.50%)  | 400<br>(100%) | 3.77      | มาก     |
| ร้านค้าที่การเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ | 99<br>(24.75%) | 124<br>(31.00%) | 145<br>(36.25%) | 25<br>(6.25%) | 7<br>(1.75%)  | 400<br>(100%) | 3.71      | มาก     |
| ค่าเฉลี่ยรวม                           |                |                 |                 |               |               |               | 3.63      | มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100--1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.63 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือซูเปอร์สโตร์ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ด้านร้านค้าที่เดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 3.71 และด้านร้านค้าของชำใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านร้านขายของโชวห่วยในตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.34

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย  
ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกาซื้อน้ำมันพืช

| ปัจจัย<br>ด้านการส่งเสริมการตลาด   | ระดับความสำคัญ |                 |                 |                |               |               | ค่า<br>เฉลี่ย | แปล<br>ผล   |
|--|----------------|-----------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
|  | มากที่สุด      | มาก             | ปานกลาง         | น้อย           | น้อยที่สุด    | รวม           |               |             |
| มีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ<br>เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์<br>วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ            | 51<br>(12.75%) | 130<br>(32.50%) | 184<br>(48.75%) | 33<br>(8.25%)  | 2<br>(0.50%)  | 400<br>(100%) | 3.49          | ปาน<br>กลาง |
| มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย<br>เช่น การลด แลก แจก แถม<br>ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า | 35<br>(8.75%)  | 120<br>(30.00%) | 195<br>(48.75%) | 45<br>(11.25%) | 5<br>(1.25%)  | 400<br>(100%) | 3.34          | ปาน<br>กลาง |
| มีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไร<br>เพื่อการกุศล  | 48<br>(12.00%) | 89<br>(22.25%)  | 155<br>(38.75%) | 87<br>(21.75%) | 21<br>(5.25%) | 400<br>(100%) | 3.14          | ปาน<br>กลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม   |                |                 |                 |                |               |               | 3.32          | ปาน<br>กลาง |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.32 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านมีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 3.49 ด้านการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.34 และด้านการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ค่าเฉลี่ย 3.14

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันพืชและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ

| เหตุผลในการเลือกซื้อ           | เพศ            |                |                |
|--------------------------------|----------------|----------------|----------------|
|                                | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| การโฆษณา                       | 62<br>40.52%   | 79<br>31.98%   | 141<br>35.25%  |
| ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น          | 9<br>5.88%     | 33<br>13.36%   | 42<br>10.50%   |
| เพื่อนแนะนำ                    | 6<br>3.92%     | 5<br>2.02%     | 11<br>2.75%    |
| ทดลองใช้แล้วพบว่ามีความพึงพอใจ | 66<br>43.14%   | 123<br>49.80%  | 189<br>47.25%  |
| อื่น ๆ                         | 10<br>6.54%    | 7<br>2.83%     | 17<br>4.25%    |
| รวม                            | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืชจากการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.14 รองลงมาคือการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 40.52 และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 5.88

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืชจากการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.80 รองลงมาคือการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 31.98 และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 13.36



ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิด จำแนกตามเพศ

| การเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิด | เพศ            |                |                |
|--|----------------|----------------|----------------|
|  | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| เข้าใจดีมาก                                      | 6<br>3.92%     | 14<br>5.00%    | 20<br>5.00%    |
| เข้าใจดี   | 23<br>15.03%   | 48<br>19.43%   | 71<br>17.75%   |
| เข้าใจปานกลาง                                    | 59<br>38.56%   | 90<br>36.44%   | 149<br>37.25%  |
| เข้าใจน้อย                                       | 36<br>23.53%   | 66<br>26.72%   | 102<br>25.50%  |
| ไม่เข้าใจเลย                                     | 29<br>18.95%   | 29<br>11.74%   | 58<br>14.50%   |
| รวม  | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.56 รองลงมา มีความเข้าใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 23.53 และ ไม่มีความเข้าใจเลย คิดเป็นร้อยละ 18.95

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.44 รองลงมา มีความเข้าใจระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 26.72 และ ไม่มีความเข้าใจเลย คิดเป็นร้อยละ 11.74

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการอ่านรายละเอียด  
ด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุด้านข้างบรรจุภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

| การอ่านรายละเอียดด้าน โภชนาการของน้ำมันพืช | เพศ            |                |                |
|--|----------------|----------------|----------------|
|  | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| อ่านละเอียดมาก                             | 6<br>3.92%     | 14<br>5.67%    | 20<br>5.00%    |
| อ่านละเอียด                                | 14<br>9.15%    | 37<br>14.98%   | 51<br>12.75%   |
| อ่านปานกลาง                                | 62<br>40.52%   | 97<br>39.27%   | 159<br>39.75%  |
| อ่านน้อย                                   | 34<br>22.22%   | 50<br>20.24%   | 84<br>21.00%   |
| ไม่อ่านเลย                                 | 37<br>24.18%   | 49<br>19.84%   | 86<br>21.50%   |
| รวม  | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย อ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุด้านข้างบรรจุภัณฑ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.52 รองลงมาไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 24.18 และอ่านน้อย คิดเป็นร้อยละ 22.22

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง อ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุด้านข้างบรรจุภัณฑ์ในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.27 รองลงมาไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 19.84 และอ่านน้อย คิดเป็นร้อยละ 20.24

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุ จำแนกตามเพศ

| ขนาดบรรจุ          | เพศ            |                |                |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|
|                    | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| ขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร | 11<br>7.19%    | 7<br>2.84%     | 18<br>4.50%    |
| ขนาดบรรจุ 1 ลิตร   | 129<br>84.31%  | 209<br>84.62%  | 338<br>84.50%  |
| ขนาดบรรจุ 2 ลิตร   | 6<br>3.92%     | 21<br>8.50%    | 27<br>6.75%    |
| ขนาดบรรจุ 3 ลิตร   | 5<br>3.27%     | 5<br>2.02%     | 10<br>2.50%    |
| ขนาดบรรจุอื่น ๆ    | 2<br>1.31%     | 5<br>2.02%     | 7<br>1.75%     |
| รวม                | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 84.31 รองลงมาเลือกซื้อขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 7.19 และขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 84.62 รองลงมาเลือกซื้อขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 8.50 และขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 2.84

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

| เหตุผลในการเลือกซื้อ        | เพศ            |                |                |
|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|
|                             | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| สะดวกและคล่องตัวในการใช้    | 133<br>86.90%  | 208<br>84.20%  | 341<br>85.25%  |
| ขนาดบรรจุสวยงาม             | 2<br>13.00%    | 1<br>0.49%     | 3<br>0.75%     |
| ราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า | 15<br>9.80%    | 33<br>13.40%   | 48<br>12.00%   |
| ไม่มีขนาดบรรจุอื่น          | 2<br>1.30%     | 1<br>0.49%     | 3<br>0.75%     |
| อื่น ๆ                      | 1<br>0.70%     | 4<br>1.60%     | 5<br>1.25%     |
| รวม                         | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุต่าง ๆ เพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 86.90 รองลงมาเลือกซื้อเพราะขนาดบรรจุสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 13.00 และเลือกซื้อเพราะราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 9.80

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุต่าง ๆ เพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 84.20 รองลงมาเลือกซื้อเพราะราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 13.40 และเลือกซื้อเพราะเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.80

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืช  
ที่ชอบ จำแนกตามเพศ

| บรรจุภัณฑ์      | เพศ            |                |                |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|
|                 | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| ถุงพลาสติก      | 6<br>3.92%     | 13<br>5.26%    | 19<br>4.75%    |
| แกลลอน          | 2<br>1.31%     | 2<br>0.81%     | 4<br>1.00%     |
| ขวดพลาสติก      | 144<br>94.12%  | 229<br>92.71%  | 373<br>93.25%  |
| ขวดแก้ว         | 0<br>0.00%     | 1<br>0.40%     | 1<br>0.25%     |
| บรรจุภัณฑ์อื่นๆ | 1<br>0.65%     | 2<br>0.81%     | 3<br>0.75%     |
| รวม             | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 94.12 รองลงมาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 3.92 และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแกลลอน คิดเป็นร้อยละ 1.31

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเลือกซื้อน้ำมันพืชที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 92.71 รองลงมาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 5.26 บรรจุภัณฑ์ที่เป็นแกลลอน และบรรจุภัณฑ์อื่น คิดเป็นร้อยละ 0.81

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ชอบบรรจุภัณฑ์  
ของน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ

| เหตุผลการชอบบรรจุภัณฑ์            | เพศ            |                |                |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|
|                                   | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| สะดวกและคล่องตัวในการใช้          | 112<br>73.20%  | 189<br>76.52%  | 301<br>75.25%  |
| บรรจุภัณฑ์สวยงาม                  | 4<br>2.61%     | 0<br>0.00%     | 4<br>1.00%     |
| รู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ | 33<br>21.57%   | 51<br>20.65%   | 84<br>21.00%   |
| ไม่มีบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น           | 1<br>0.65%     | 3<br>1.21%     | 4<br>1.00%     |
| เหตุผลอื่น ๆ                      | 3<br>1.96%     | 4<br>1.62%     | 7<br>1.75%     |
| รวม                               | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ เลือกซื้อน้ำมันพืชตามบรรจุภัณฑ์จากเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 73.20 รองลงมาเพราะรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 21.57 และบรรจุภัณฑ์สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 2.61

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามบรรจุภัณฑ์จากเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 76.52 รองลงมาเพราะรู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 20.65 และไม่มีบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น คิดเป็นร้อยละ 1.21

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อน้ำมันพืช  
จำแนกตามเพศ

| ความถี่ในการซื้อน้ำมันพืช | เพศ            |                |                |
|---------------------------|----------------|----------------|----------------|
|                           | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| สัปดาห์ละครั้ง            | 50<br>32.68%   | 80<br>32.39%   | 130            |
| สองสัปดาห์ครั้ง           | 42<br>27.45%   | 75<br>30.36%   | 117            |
| สามสัปดาห์ครั้ง           | 21<br>13.73%   | 22<br>8.91%    | 43             |
| เดือนละครั้ง              | 27<br>17.65%   | 45<br>18.22%   | 72             |
| อื่น ๆ                    | 13<br>8.50%    | 25<br>10.12%   | 37             |
| รวม                       | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.68 รองลงมาจะซื้อสองสัปดาห์ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.45 และเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.65

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.39 รองลงมาจะซื้อสองสัปดาห์ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.36 และเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.22

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อน้ำมันพืช  
ต่อครั้ง จำแนกตามเพศ

| ปริมาณที่ซื้อ / ครั้ง | เพศ            |                |                |
|-----------------------|----------------|----------------|----------------|
|                       | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| จำนวน 1 ขวด           | 91<br>59.48%   | 125<br>50.61%  | 216<br>54.00%  |
| จำนวน 2 ขวด           | 26<br>16.99%   | 57<br>23.08%   | 83<br>20.75%   |
| จำนวน 3 ขวด           | 17<br>11.11%   | 30<br>12.15%   | 47<br>11.75%   |
| จำนวน 4 ขวด           | 10<br>6.54%    | 10<br>4.05%    | 20<br>5.00%    |
| อื่น ๆ                | 9<br>5.88%     | 25<br>10.12%   | 34<br>8.50%    |
| รวม                   | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ซื้อน้ำมันพืชจำนวน 1 ขวดต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.48 รองลงมาซื้อจำนวน 2 ขวดต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.99 และซื้อจำนวน 3 ขวดต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.11

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อน้ำมันพืชจำนวน 1 ขวดต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.61 รองลงมาซื้อจำนวน 2 ขวดต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.08 และซื้อจำนวน 3 ขวดต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.15



ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละชนิด จำแนกตามเพศ

| คุณภาพ                              | เพศ            |                |                |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
|                                     | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| เหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้       | 62<br>40.52%   | 71<br>28.74%   | 133<br>33.25%  |
| ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ | 85<br>55.56%   | 165<br>66.80%  | 250<br>62.50%  |
| ไม่เหมือนกันและสามารถใช้ทดแทนกันได้ | 6<br>3.92%     | 11<br>4.45%    | 17<br>4.25%    |
| อื่นๆ                               | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%     |
| รวม                                 | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อที่มีคุณภาพไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมา มีความเห็นว่ามีคุณภาพเหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 40.52 และไม่เหมือนกัน และสามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความเข้าใจว่าน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อที่มีคุณภาพไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 66.80 รองลงมา มีความเห็นว่ามีคุณภาพเหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 28.74 และมีความเห็นว่ามีคุณภาพไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 4.45

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเลือกซื้อ  
น้ำมันพืช จำแนกตามเพศ

| พฤติกรรมกาเลือกซื้อ  | เพศ            |                |                |
|--|----------------|----------------|----------------|
|  | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะไม่ซื้อ                   | 13<br>8.50%    | 31<br>12.55%   | 44<br>11.00%   |
| ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่น<br>ทดแทน   | 103<br>67.32%  | 165<br>66.80%  | 295<br>73.75%  |
| ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำแต่ถ้ามียี่ห้อใหม่ออกมาทีจะ<br>ซื้อไปทดลองใช้ | 22<br>14.38%   | 39<br>15.79%   | 61<br>15.25%   |
| เปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันพืชไปเรื่อย                                       | 14<br>9.15%    | 12<br>4.86%    | 26<br>6.50%    |
| อื่น ๆ   | 1<br>0.65%     | 0<br>0.00%     | 1<br>0.25%     |
| รวม  | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ซื้อน้ำมันพืชยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน คิดเป็นร้อยละ 67.32 รองลงมาจะซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำแต่ถ้ามียี่ห้อใหม่ออกมาทีจะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 14.38 และซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 8.50

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อน้ำมันพืชยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน คิดเป็นร้อยละ 66.80 รองลงมาจะซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำแต่ถ้ามียี่ห้อใหม่ออกมาทีจะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 15.79 และซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 12.55

658.8342  
74441  
e.3

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อโฆษณาที่พบบ่อยที่สุด จำแนกตามเพศ

| ประเภทของสื่อ | เพศ            |                |                |
|---------------|----------------|----------------|----------------|
|               | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| โทรทัศน์      | 148<br>96.73%  | 241<br>97.57%  | 389<br>97.25%  |
| หนังสือพิมพ์  | 1<br>0.65%     | 3<br>1.21%     | 4<br>1.00%     |
| วิทยุ         | 2<br>1.31%     | 0<br>0.00%     | 2<br>0.50%     |
| เอกสารแผ่นพับ | 0<br>0.00%     | 2<br>0.81%     | 2<br>0.50%     |
| สื่ออื่น ๆ    | 2<br>1.31%     | 1<br>0.40%     | 3<br>0.75%     |
| รวม           | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่พบการโฆษณาน้ำมันพืชบ่อยที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 96.73 รองลงมาพบจากวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 1.31 และสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.31

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่พบการโฆษณาน้ำมันพืชบ่อยที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 97.57 รองลงมาพบจากหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 1.21 และเอกสารแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 0.81

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อโฆษณาที่สามารถจำได้มากที่สุด จำแนกตามเพศ

| ประเภทของสื่อ | เพศ            |                |                |
|---------------|----------------|----------------|----------------|
|               | ชาย            | หญิง           | รวม            |
| โทรทัศน์      | 148<br>96.73%  | 240<br>97.17%  | 388<br>97.00%  |
| หนังสือพิมพ์  | 0<br>0.00%     | 1<br>0.40%     | 1<br>0.25%     |
| วิทยุ         | 0<br>0.00%     | 3<br>1.22%     | 3<br>0.75%     |
| เอกสารแผ่นพับ | 4<br>2.61%     | 1<br>0.40%     | 5<br>1.25%     |
| สื่ออื่น ๆ    | 1<br>0.65%     | 2<br>0.81%     | 3<br>0.75%     |
| รวม           | 153<br>100.00% | 247<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่สามารถจำการโฆษณาน้ำมันพืชได้มากที่สุดจากการโฆษณาทางโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 96.73 รองลงมาจากเอกสารแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 2.61 และสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.65

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่สามารถจำการโฆษณาน้ำมันพืชได้มากที่สุดจากการโฆษณาทางโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 97.17 รองลงมาจากวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 1.22 และสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.81

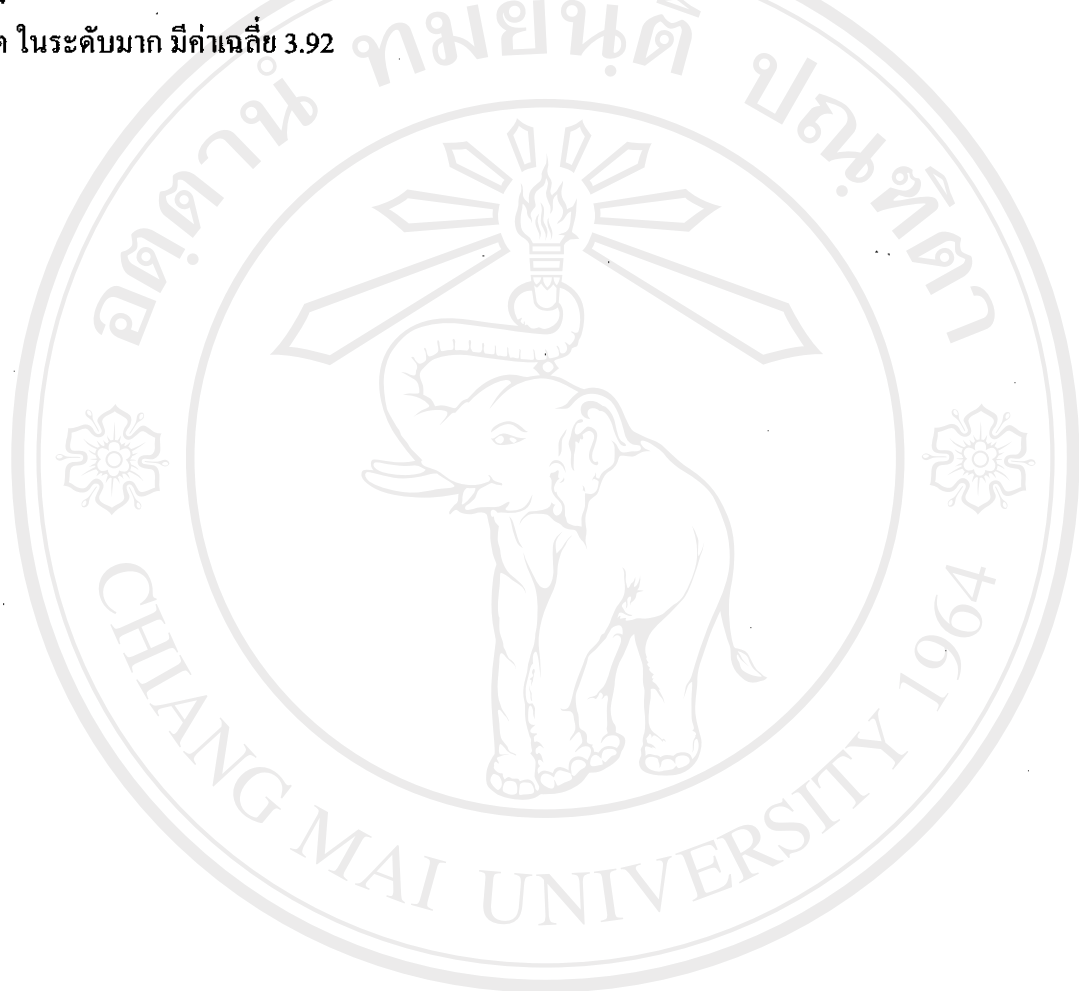
ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  | เพศ             |                 |                 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|
|  | ชาย             | หญิง            | รวม             |
| ชนิดของวัตถุดิบที่นำมาสกัดน้ำมันพืช  | 3.85<br>มาก     | 3.88<br>มาก     | 3.87<br>มาก     |
| คุณภาพของสินค้า  | 4.16<br>มาก     | 4.13<br>มาก     | 4.14<br>มาก     |
| ลักษณะสีของน้ำมันพืช   | 3.76<br>มาก     | 3.83<br>มาก     | 3.80<br>มาก     |
| ปริมาณของการบรรจุ เช่น 0.5 ลิตร 1 ลิตร ฯลฯ   | 3.44<br>ปานกลาง | 3.36<br>ปานกลาง | 3.39<br>ปานกลาง |
| ชนิดของบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวด ถุง กล่อง ฯลฯ   | 3.63<br>มาก     | 3.54<br>มาก     | 3.57<br>มาก     |
| ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต   | 3.90<br>มาก     | 3.92<br>มาก     | 3.92<br>มาก     |
| มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบที่ใช้ผลิต<br>วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทาง<br>โภชนาการ | 4.37<br>มาก     | 4.32<br>มาก     | 4.34<br>มาก     |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.87<br>มาก     | 3.85<br>มาก     | 3.86<br>มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.87 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น  
วัตถุดิบที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทาง โภชนาการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย  
4.32 ด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 และด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของ  
บริษัทผู้ผลิต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.85 โดยให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านมี ข้อมูลบอกที่บรรทัด เช่น วัดจุดบิ ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 ด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัท ผู้ผลิต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านราคา               | เพศ             |                 |                 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                              | ชาย             | หญิง            | รวม             |
| ราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น | 3.35<br>ปานกลาง | 3.43<br>ปานกลาง | 3.40<br>ปานกลาง |
| ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ         | 3.84<br>มาก     | 3.86<br>มาก     | 3.85<br>มาก     |
| มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้    | 3.47<br>ปานกลาง | 3.49<br>ปานกลาง | 3.48<br>ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม                 | 3.56<br>มาก     | 3.59<br>มาก     | 3.58<br>มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 44 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.56 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้กับราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 และราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.59 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้กับราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 และราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.43

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย              | เพศ             |                 |                 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|
|   | ชาย             | หญิง            | รวม             |
| ร้านค้าของชำใกล้บ้าน                        | 3.72<br>มาก     | 3.69<br>มาก     | 3.70<br>มาก     |
| ร้านขายของโชวห่วยในตลาด                     | 3.39<br>ปานกลาง | 3.31<br>ปานกลาง | 3.34<br>ปานกลาง |
| ร้านซูปเปอร์มาร์เก็ต หรือ ร้านซูปเปอร์สโตร์ | 3.80<br>มาก     | 3.76<br>มาก     | 3.77<br>มาก     |
| ร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ    | 3.68<br>มาก     | 3.72<br>มาก     | 3.71<br>มาก     |
| ค่าเฉลี่ยรวม                                | 3.65<br>มาก     | 3.62<br>มาก     | 3.63<br>มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 45 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 โดยให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยด้านร้านซูปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูปเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ด้านร้านค้าของชำใกล้บ้าน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 และด้านร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.62 โดยให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยย่อยด้านร้านซูปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูปเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76 ด้านร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 และด้านร้านค้าของชำใกล้บ้าน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69

All rights reserved



ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด   | เพศ             |                 |                 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|
|  | ชาย             | หญิง            | รวม             |
| มีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ            | 3.53<br>มาก     | 3.46<br>ปานกลาง | 3.49<br>ปานกลาง |
| มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า | 3.32<br>ปานกลาง | 3.35<br>ปานกลาง | 3.34<br>ปานกลาง |
| มีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล  | 3.09<br>ปานกลาง | 3.17<br>ปานกลาง | 3.14<br>ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.31<br>ปานกลาง | 3.33<br>ปานกลาง | 3.32<br>ปานกลาง |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00—1.49 ต่ำคณน้อยที่สุด 1.50-2.49 ต่ำคณน้อย 2.50-3.49 ต่ำคณปานกลาง 3.50-4.49 ต่ำคณมาก 4.50-5.00 ต่ำคณมากที่สุด

จากตารางที่ 46 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.31 โดยให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยด้านการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับมาก 3.53 ด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.32 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.33 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46 ด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อ  
น้ำมันพืช จำแนกตามอายุ

| เหตุผลในการเลือกซื้อ           | อายุ                 |                      |                       |                       |                      | รวม                   |
|--------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
|                                | ไม่เกิน 20 ปี        | 21-30 ปี             | 31-40 ปี              | 41-50 ปี              | 51 ปีขึ้นไป          |                       |
| การโฆษณา                       | 18<br>41.86%         | 31<br>34.83%         | 43<br>36.44%          | 35<br>32.53%          | 14<br>35.90%         | 141<br>35.25%         |
| ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น          | 4<br>9.30%           | 9<br>10.11%          | 14<br>11.86%          | 9<br>8.11%            | 6<br>15.38%          | 42<br>10.50%          |
| เพื่อนแนะนำ                    | 1<br>2.33%           | 2<br>2.25%           | 5<br>4.24%            | 3<br>2.70%            | 0<br>0.00%           | 11<br>2.75%           |
| ทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัย | 19<br>44.19%         | 46<br>51.69%         | 48<br>40.68%          | 58<br>52.25%          | 18<br>46.15%         | 189<br>47.25%         |
| อื่น ๆ                         | 1<br>2.33%           | 1<br>1.12%           | 8<br>6.78%            | 6<br>5.41%            | 1<br>2.56%           | 17<br>4.25%           |
| <b>รวม</b>                     | <b>43</b><br>100.00% | <b>89</b><br>100.00% | <b>118</b><br>100.00% | <b>111</b><br>100.00% | <b>39</b><br>100.00% | <b>400</b><br>100.00% |

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกซื้อน้ำมันพืชด้วยเหตุผลการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.19 รองลงมาเหตุผลจากการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 41.86 และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 9.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21- 30 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชด้วยเหตุผลการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 51.69 รองลงมาเหตุผลจากการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 34.83 และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 10.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31- 40 ปี เลือกซื้อน้ำมันพืชด้วยเหตุผลการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.68 รองลงมาเหตุผลจากการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 36.44 และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 11.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41- 50 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชด้วยเหตุผลการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมาเหตุผลจากการคิดเป็น ร้อยละ 32.53 และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 8.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป เลือกซื้อน้ำมันพืชด้วยเหตุผลการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.15 รองลงมาเหตุผลจากการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 35.90 และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 15.38

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเข้าใจถึงความแตกต่าง  
ระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิด จำแนกตามอายุ

| การเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่าง<br>น้ำมันพืชแต่ละชนิด | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|--|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|  | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| เข้าใจดีมาก  | 4<br>9.30%    | 5<br>5.62%    | 6<br>5.08%     | 4<br>3.60%     | 1<br>2.56%    | 20<br>5.00%    |
| เข้าใจดี   | 6<br>13.95%   | 14<br>15.73%  | 22<br>18.64%   | 21<br>18.92%   | 8<br>20.51%   | 71<br>17.75%   |
| เข้าใจปานกลาง  | 16<br>37.21%  | 41<br>46.07%  | 42<br>35.59%   | 35<br>31.53%   | 15<br>38.46%  | 149<br>37.25%  |
| เข้าใจน้อย   | 13<br>30.23%  | 19<br>21.35%  | 27<br>22.88%   | 30<br>27.03%   | 13<br>33.33%  | 102<br>25.50%  |
| ไม่เข้าใจเลย   | 4<br>9.30%    | 10<br>11.24%  | 21<br>17.80%   | 21<br>18.92%   | 2<br>5.13%    | 58<br>14.50%   |
| รวม  | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับเข้าใจปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.21 รองลงมาเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 30.23 และเข้าใจดี คิดเป็นร้อยละ 13.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับเข้าใจปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.07 รองลงมาเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.35 และเข้าใจดี คิดเป็นร้อยละ 15.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับเข้าใจปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.59 รองลงมาเข้าใจดี คิดเป็นร้อยละ 22.88 และเข้าใจดี คิดเป็นร้อยละ 18.64

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับเข้าใจปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.53 รองลงมาเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 27.03 เข้าใจดี และไม่เข้าใจเลย คิดเป็นร้อยละ 18.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับเข้าใจปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.46 รองลงมาเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 33.33 และเข้าใจดี คิดเป็นร้อยละ 20.51

**ตารางที่ 49** แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการอ่านรายละเอียด  
ด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุอยู่ข้างบรรจุภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

| การอ่านรายละเอียด<br>ด้านโภชนาการของน้ำมันพืช | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|---|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|   | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| อ่านละเอียดมาก                                | 4<br>9.30%    | 5<br>5.62%    | 4<br>3.39%     | 6<br>5.41%     | 1<br>2.56%    | 20<br>5.00%    |
| อ่านละเอียด                                   | 8<br>18.60%   | 14<br>15.73%  | 12<br>10.17%   | 13<br>11.71%   | 4<br>10.26%   | 51<br>12.75%   |
| อ่านปานกลาง                                   | 15<br>34.88%  | 37<br>41.57%  | 52<br>44.07%   | 44<br>39.64%   | 11<br>28.21%  | 159<br>39.75%  |
| อ่านน้อย                                      | 8<br>18.60%   | 25<br>28.09%  | 20<br>16.95%   | 21<br>18.92%   | 10<br>25.64%  | 84<br>21.00%   |
| ไม่อ่านเลย                                    | 8<br>18.60%   | 8<br>8.99%    | 30<br>25.42%   | 27<br>24.32%   | 13<br>33.33%  | 86<br>21.50%   |
| <b>รวม</b>                                    | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีการอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุด้านข้างบรรจุภัณฑ์ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.88 รองลงมาอ่านละเอียด อ่านน้อย ไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 18.60 และอ่านละเอียดมาก คิดเป็นร้อยละ 9.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีการอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุด้านข้างบรรจุภัณฑ์ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.57 รองลงมาอ่านน้อย คิดเป็นร้อยละ 28.09 และอ่านละเอียด คิดเป็นร้อยละ 15.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีการอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุด้านข้างบรรจุภัณฑ์ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.07 รองลงมาไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 25.42 และอ่านน้อย คิดเป็นร้อยละ 16.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีการอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุด้านข้างบรรจุภัณฑ์ในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.64 รองลงมาไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 24.32 และอ่านน้อย คิดเป็นร้อยละ 18.92

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ไม่มีการอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุด้านข้างบรรจุภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาอ่านปานกลาง ร้อยละ 28.21 และอ่านน้อย ร้อยละ 25.64

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อน้ำมันพืช  
ตามขนาดบรรจุ จำแนกตามอายุ

| ขนาดบรรจุ          | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|--------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|                    | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| ขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร | 3<br>6.98%    | 6<br>6.74%    | 7<br>5.93%     | 1<br>0.90%     | 1<br>2.56%    | 18<br>4.50%    |
| ขนาดบรรจุ 1 ลิตร   | 37<br>86.05%  | 72<br>80.90%  | 100<br>84.75%  | 97<br>87.39%   | 32<br>82.05%  | 338<br>84.50%  |
| ขนาดบรรจุ 2 ลิตร   | 3<br>6.98%    | 7<br>7.87%    | 5<br>4.24%     | 10<br>9.01%    | 2<br>5.13%    | 27<br>6.75%    |
| ขนาดบรรจุ 3 ลิตร   | 0<br>0.00%    | 3<br>3.37%    | 1<br>0.85%     | 2<br>1.80%     | 4<br>10.26%   | 10<br>2.50%    |
| ขนาดบรรจุอื่น ๆ    | 0<br>0.00%    | 1<br>1.12%    | 5<br>4.24%     | 1<br>0.90%     | 0<br>0.00%    | 7<br>1.75%     |
| รวม                | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 86.05 รองลงมาขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร และขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 6.98

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 80.90 รองลงมาขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 7.87 และขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 6.74

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 84.75 รองลงมาขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 5.93 ขนาดบรรจุ 2 ลิตร และขนาดบรรจุอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 87.39 รองลงมาขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 9.01 และขนาดบรรจุ 3 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 1.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 82.05 รองลงมาขนาดบรรจุ 3 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 10.26 และขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 5.13

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อ  
น้ำมันพืชตามขนาดบรรจุ จำแนกตามอายุ

| เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืช<br>ตามขนาดบรรจุ | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|---|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|   | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| สะดวกและคล่องตัวในการใช้                      | 34<br>79.07%  | 77<br>86.52%  | 100<br>84.75%  | 96<br>86.49%   | 37<br>87.18%  | 344<br>86.00%  |
| ขนาดบรรจุสวยงาม                               | 0<br>0.00%    | 1<br>1.12%    | 0<br>0.00%     | 2<br>1.80%     | 0<br>0.00%    | 3<br>0.75%     |
| ราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า                   | 8<br>18.60%   | 11<br>12.36%  | 17<br>14.41%   | 8<br>7.21%     | 4<br>10.26%   | 48<br>12.00%   |
| ไม่มีขนาดบรรจุอื่น ๆ <sup>1</sup>             | 2.33%         | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%     | 1<br>0.90%     | 1<br>2.56%    | 3<br>0.75%     |
| อื่น ๆ  | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%    | 1<br>0.85%     | 4<br>3.60%     | 0<br>0.00%    | 5<br>1.25%     |
| รวม   | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุต่าง ๆ ด้วยเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ ร้อยละ 79.07 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า ร้อยละ 18.60 และไม่มีขนาดบรรจุอื่น ๆ ร้อยละ 2.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุต่าง ๆ ด้วยเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 86.52 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.36 และขนาดบรรจุสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 1.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุต่าง ๆ ด้วยเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 84.75 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 14.41 และเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุต่าง ๆ ด้วยเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 86.49 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 7.21 และเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุต่าง ๆ ด้วยเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 87.18 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 10.26 และไม่มีขนาดบรรจุอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.56

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืช  
ที่ชอบ จำแนกตามอายุ

| บรรจุภัณฑ์       | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|                  | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| ถุงพลาสติก       | 1<br>2.33%    | 2<br>2.25%    | 4<br>3.39%     | 7<br>6.31%     | 5<br>12.82%   | 19<br>4.75%    |
| แกลลอน           | 0<br>0.00%    | 1<br>1.12%    | 1<br>0.85%     | 1<br>0.90%     | 1<br>2.56%    | 4<br>1.00%     |
| ขวดพลาสติก       | 42<br>97.67%  | 84<br>94.38%  | 112<br>94.92%  | 102<br>91.89%  | 33<br>84.62%  | 373<br>93.25%  |
| ขวดแก้ว          | 0<br>0.00%    | 1<br>1.12%    | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%    | 1<br>0.25%     |
| บรรจุภัณฑ์อื่น ๆ | 0<br>0.00%    | 1<br>1.12%    | 1<br>0.85%     | 1<br>0.90%     | 0<br>0.00%    | 3<br>0.75%     |
| รวม              | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 97.67 รองลงมาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 2.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 94.38 รองลงมาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 2.25 บรรจุภัณฑ์ที่เป็นแกลลอน ขวดแก้ว และบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 94.92 รองลงมาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 3.39 บรรจุภัณฑ์ที่เป็นแกลลอน และบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 91.89 รองลงมาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 6.31 บรรจุภัณฑ์ที่เป็นแกลลอน และบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.90

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 84.62 รองลงมาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 12.82 และบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแกลลอน คิดเป็นร้อยละ 2.56

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ชอบบรรจุภัณฑ์  
ของน้ำมันพืช จำแนกตามอายุ

| เหตุผลการชอบบรรจุภัณฑ์                | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|---------------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|                                       | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| สะดวกและคล่องตัวในการใช้              | 29<br>67.44%  | 70<br>78.65%  | 87<br>73.73%   | 83<br>74.77%   | 32<br>82.05%  | 301<br>75.25%  |
| บรรจุภัณฑ์สวยงาม                      | 0<br>0.00%    | 1<br>1.12%    | 1<br>0.85%     | 2<br>1.80%     | 0<br>0.00%    | 4<br>1.00%     |
| รู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุ<br>ภัณฑ์ | 13<br>30.23%  | 17<br>19.10%  | 24<br>20.34%   | 13<br>20.72%   | 7<br>17.95%   | 74<br>18.50%   |
| ไม่มีบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น               | 1<br>2.33%    | 0<br>0.00%    | 3<br>2.54%     | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%    | 4<br>1.00%     |
| เหตุผลอื่น ๆ                          | 0<br>0.00%    | 1<br>1.12%    | 3<br>2.54%     | 3<br>2.70%     | 0<br>0.00%    | 7<br>1.75%     |
| รวม                                   | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์  
ของน้ำมันพืชเพราะสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 67.44 รองลงมารู้สึกมั่นใจใน  
คุณภาพของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 30.23 และไม่มีบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น คิดเป็นร้อยละ 2.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะ  
สะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 78.65 รองลงมารู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์  
คิดเป็นร้อยละ 19.10 บรรจุภัณฑ์สวยงามและเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะ  
สะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 73.73 รองลงมารู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์  
คิดเป็นร้อยละ 20.34 ไม่มีบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่นและเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.54

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะ  
สะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 74.77 รองลงมารู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์  
คิดเป็นร้อยละ 20.72 เหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.70 และบรรจุภัณฑ์สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 1.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะ  
สะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 82.05 รองลงมารู้สึกมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์  
คิดเป็นร้อยละ 17.95



ตารางที่ 54 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อน้ำมันพืช  
จำแนกตามอายุ

| ความถี่ในการซื้อน้ำมันพืช | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|---------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|                           | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| สัปดาห์ละครั้ง            | 16<br>37.21%  | 19<br>21.35%  | 42<br>35.59%   | 36<br>32.43%   | 17<br>43.59%  | 130<br>32.50%  |
| สองสัปดาห์ครั้ง           | 14<br>32.56%  | 30<br>33.71%  | 31<br>26.27%   | 33<br>29.73%   | 9<br>23.08%   | 117<br>29.25%  |
| สามสัปดาห์ครั้ง           | 5<br>11.63%   | 10<br>11.24%  | 13<br>11.02%   | 11<br>9.91%    | 4<br>10.26%   | 43<br>10.75%   |
| เดือนละครั้ง              | 6<br>13.95%   | 22<br>24.72%  | 20<br>16.95%   | 20<br>18.02%   | 4<br>10.26%   | 72<br>18.00%   |
| อื่น ๆ                    | 2<br>4.65%    | 8<br>8.99%    | 12<br>10.17%   | 11<br>9.91%    | 5<br>12.82%   | 27<br>6.75%    |
| รวม                       | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี จะซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.21 รองลงมาสองสัปดาห์ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.56 และเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี จะซื้อน้ำมันพืชสองสัปดาห์ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.71 รองลงมา เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.72 และสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี จะซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.59 รองลงมาสองสัปดาห์ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.27 และเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี จะซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.43 รองลงมาสองสัปดาห์ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.73 และเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จะซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.59 รองลงมาสองสัปดาห์ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.08 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 12.82

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อน้ำมันพืช  
ต่อครั้ง

| ปริมาณที่ซื้อ / ครั้ง | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|-----------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|                       | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| จำนวน 1 ขวด           | 24<br>55.80%  | 53<br>59.60%  | 70<br>59.30%   | 51<br>45.90%   | 18<br>46.20%  | 216<br>54.00%  |
| จำนวน 2 ขวด           | 9<br>20.90%   | 18<br>20.20%  | 20<br>16.90%   | 32<br>28.80%   | 4<br>10.30%   | 83<br>20.75%   |
| จำนวน 3 ขวด           | 3<br>7.00%    | 9<br>10.10%   | 12<br>10.20%   | 15<br>13.50%   | 8<br>20.50%   | 27<br>6.75%    |
| จำนวน 4 ขวด           | 3<br>7.00%    | 4<br>4.50%    | 4<br>3.40%     | 5<br>4.50%     | 4<br>10.30%   | 20<br>5.00%    |
| อื่น ๆ                | 4<br>9.30%    | 5<br>5.60%    | 12<br>10.20%   | 8<br>7.20%     | 5<br>12.80%   | 34<br>8.50%    |
| รวม                   | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวด คิดเป็นร้อยละ 55.80 รองลงมาจำนวน 2 ขวด คิดเป็นร้อยละ 20.90 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวด คิดเป็นร้อยละ 59.60 รองลงมาจำนวน 2 ขวด คิดเป็นร้อยละ 20.20 และจำนวน 3 ขวด คิดเป็นร้อยละ 10.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวด คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมาจำนวน 2 ขวด คิดเป็นร้อยละ 16.90 จำนวน 3 ขวด และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 10.20

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี จะซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.90 รองลงมาจำนวน 2 ขวด คิดเป็นร้อยละ 28.80 และจำนวน 3 ขวด คิดเป็นร้อยละ 13.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จะซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมาจำนวน 3 ขวด คิดเป็นร้อยละ 20.50 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 12.80

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละชนิด จำแนกตามอายุ

| คุณภาพน้ำมันพืช                        | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|--|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|  | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| เหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้          | 13<br>30.23%  | 31<br>34.83%  | 37<br>31.36%   | 33<br>29.73%   | 19<br>48.72%  | 133<br>33.25%  |
| ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้    | 29<br>67.44%  | 55<br>61.80%  | 75<br>63.56%   | 72<br>64.86%   | 19<br>48.72%  | 250<br>62.50%  |
| ไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้ทดแทนกันได้ | 1<br>2.33%    | 3<br>3.37%    | 6<br>5.08%     | 6<br>5.41%     | 1<br>2.56%    | 17<br>4.25%    |
| อื่น ๆ                                 | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%     |
| รวม                                    | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 56 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่าไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 67.44 รองลงมาเข้าใจว่าคุณภาพเหมือนกันใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 30.23 และเข้าใจว่าคุณภาพไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 2.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่าไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 61.80 รองลงมาเข้าใจว่าคุณภาพเหมือนกันใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 34.83 และเข้าใจว่าคุณภาพไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 3.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่าไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 63.56 รองลงมาเข้าใจว่าคุณภาพเหมือนกันใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 31.36 และเข้าใจว่าคุณภาพไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 5.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่าไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 64.86 รองลงมาเข้าใจว่าคุณภาพเหมือนกันใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 29.73 และเข้าใจว่าคุณภาพไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 5.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่าไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ และคุณภาพเหมือนกันใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 48.72 และเข้าใจว่าคุณภาพไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 2.56

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเลือกซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามอายุ

| พฤติกรรมกาเลือกซื้อ  | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|--|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|  | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| ซื้อหือเดิมเป็นประจําถ้าไม่มีหือเดิมจะ ไม่ซื้อ               | 6<br>13.95%   | 5<br>5.62%    | 11<br>9.32%    | 19<br>17.12%   | 3<br>7.69%    | 44<br>11.00%   |
| ซื้อหือเดิมเป็นประจําถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหืออื่นทดแทน       | 28<br>65.12%  | 63<br>70.79%  | 81<br>68.64%   | 67<br>60.36%   | 29<br>74.36%  | 268<br>67.00%  |
| ซื้อหือเดิมเป็นประจําแต่ถ้ามีหือใหม่ออกมาที่จะซื้อไปทดลองใช้ | 7<br>16.28%   | 13<br>14.61%  | 17<br>14.41%   | 20<br>18.02%   | 4<br>10.26%   | 61<br>15.25%   |
| เปลี่ยนหือน้ำมันพืชไปเรื่อย                                  | 2<br>4.65%    | 8<br>8.99%    | 8<br>6.78%     | 5<br>4.50%     | 3<br>7.69%    | 26<br>6.50%    |
| อื่น ๆ   | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%    | 1<br>0.85%     | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%    | 1<br>0.25%     |
| รวม  | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชหือเดิมเป็นประจําถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหือใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 65.12 รองลงมาจะซื้อหือเดิมเป็นประจําแต่ถ้ามีหือใหม่ออกมาที่จะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 16.28 และซื้อหือเดิมเป็นประจําถ้าไม่มีหือเดิมจะ ไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 13.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชหือเดิมเป็นประจําถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหือใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 70.79 รองลงมาจะซื้อหือเดิมเป็นประจําแต่ถ้ามีหือใหม่ออกมาที่จะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 14.61 และเปลี่ยนหือน้ำมันพืชไปเรื่อย คิดเป็นร้อยละ 8.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชหือเดิมเป็นประจําถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหือใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 68.64 รองลงมาจะซื้อหือเดิมเป็นประจําแต่ถ้ามีหือใหม่ออกมาที่จะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 14.41 และซื้อหือเดิมเป็นประจําถ้าไม่มีหือเดิมจะ ไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 9.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชหือเดิมเป็นประจําถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหือใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 60.36 รองลงมาจะซื้อหือเดิมเป็นประจํา

แต่ถ้ามีขี้ห่อใหม่ออกมา ก็จะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 18.02 ซื้อขี้ห่อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีขี้ห่อเดิมจะไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 17.12 และเปลี่ยนขี้ห่อน้ำมันพืชไปเรื่อย คิดเป็นร้อยละ 4.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชขี้ห่อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มีขี้ห่อเดิมจะซื้อขี้ห่อใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 74.36 รองลงมาจะซื้อขี้ห่อเดิมเป็นประจำ แต่ถ้ามีขี้ห่อใหม่ออกมา ก็จะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 10.26 ซื้อขี้ห่อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มีขี้ห่อเดิมจะไม่ซื้อและเปลี่ยนขี้ห่อน้ำมันพืชไปเรื่อย คิดเป็นร้อยละ 7.69



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อโฆษณา  
ที่พบบ่อยที่สุด จำแนกตามอายุ

| ประเภทของสื่อ | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|               | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| โทรทัศน์      | 40<br>93.02%  | 87<br>97.76%  | 114<br>96.61%  | 109<br>98.20%  | 39<br>100.00% | 389<br>97.25%  |
| หนังสือพิมพ์  | 1<br>2.33%    | 1<br>1.12%    | 2<br>1.69%     | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%    | 4<br>1.00%     |
| วิทยุ         | 0<br>0.00%    | 1<br>1.12%    | 1<br>0.85%     | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%    | 2<br>0.50%     |
| เอกสารแผ่นพับ | 1<br>2.33%    | 0<br>0.00%    | 1<br>0.85%     | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%    | 2<br>0.50%     |
| สื่ออื่น ๆ    | 1<br>2.33%    | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%     | 2<br>1.80%     | 0<br>0.00%    | 3<br>0.75%     |
| รวม           | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 58 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่พบเห็นโฆษณาน้ำมันพืชบ่อยที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 93.02 รองลงมาพบเห็นจากหนังสือพิมพ์ เอกสารแผ่นพับ และสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่พบเห็นโฆษณาน้ำมันพืชบ่อยที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 97.76 รองลงมาจากหนังสือพิมพ์และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 1.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่พบเห็นโฆษณาน้ำมันพืชบ่อยที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 96.61 รองลงมาหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 1.69 วิทยุและเอกสารแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 0.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41- 50 ปี ส่วนใหญ่พบเห็นโฆษณาน้ำมันพืชบ่อยที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 98.20 และจากสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.80

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไปทั้งหมด พบเห็นโฆษณาน้ำมันพืชบ่อยที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 59 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อโฆษณาที่สามารถจำได้มากที่สุด จำแนกตามอายุ

| ประเภทของสื่อ | อายุ          |               |                |                |               | รวม            |
|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
|               | ไม่เกิน 20 ปี | 21-30 ปี      | 31-40 ปี       | 41-50 ปี       | 51 ปีขึ้นไป   |                |
| โทรทัศน์      | 41<br>95.35%  | 89<br>100.00% | 115<br>97.46%  | 107<br>96.40%  | 36<br>92.31%  | 388<br>97.00%  |
| หนังสือพิมพ์  | 1<br>2.33%    | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%     | 0<br>0.00%    | 1<br>0.25%     |
| วิทยุ         | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%    | 1<br>0.85%     | 0<br>0.00%     | 2<br>5.13%    | 3<br>0.75%     |
| เอกสารแผ่นพับ | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%    | 2<br>1.69%     | 2<br>1.80%     | 1<br>2.56%    | 5<br>1.25%     |
| สื่ออื่น ๆ    | 1<br>2.33%    | 0<br>0.00%    | 0<br>0.00%     | 2<br>1.80%     | 0<br>0.00%    | 3<br>0.75%     |
| รวม           | 43<br>100.00% | 89<br>100.00% | 118<br>100.00% | 111<br>100.00% | 39<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 59 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่สามารถจำโฆษณาน้ำมันพืชได้มากที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 95.35 รองลงมาหนังสือพิมพ์ และสื่อโฆษณาอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ทั้งหมดสามารถจำโฆษณาน้ำมันพืชได้มากที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่สามารถจำโฆษณาน้ำมันพืชได้มากที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 97.46 รองลงมาเอกสารแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 1.69 และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 0.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ส่วนใหญ่สามารถจำโฆษณาน้ำมันพืชได้มากที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 96.40 รองลงมาเอกสารแผ่นพับและสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่สามารถจำโฆษณาน้ำมันพืชได้มากที่สุดจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 92.31 รองลงมาวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 5.13 และเอกสารแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 2.56

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์   | อายุ            |                 |                 |             |             | รวม             |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------|-----------------|
|   | ไม่เกิน 20 ปี   | 21-30 ปี        | 31-40 ปี        | 41-50 ปี    | 51 ปีขึ้นไป |                 |
| ชนิดของวัตถุดิบที่นำมาสกัดน้ำมันพืช   | 3.91<br>มาก     | 3.92<br>มาก     | 3.74<br>มาก     | 4.03<br>มาก | 3.67<br>มาก | 3.87<br>มาก     |
| คุณภาพของสินค้า   | 4.19<br>มาก     | 4.25<br>มาก     | 4.02<br>มาก     | 4.16<br>มาก | 4.13<br>มาก | 4.14<br>มาก     |
| ลักษณะสีของน้ำมันพืช  | 3.72<br>มาก     | 3.76<br>มาก     | 3.75<br>มาก     | 3.94<br>มาก | 3.74<br>มาก | 3.80<br>มาก     |
| ปริมาณของการบรรจุ เช่น 0.5 ลิตร 1 ลิตร ฯลฯ  | 3.28<br>ปานกลาง | 3.18<br>ปานกลาง | 3.38<br>ปานกลาง | 3.55<br>มาก | 3.54<br>มาก | 3.39<br>ปานกลาง |
| ชนิดของบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวด ถุง กล่อง ฯลฯ  | 3.53<br>มาก     | 3.52<br>มาก     | 3.49<br>ปานกลาง | 3.73<br>มาก | 3.54<br>มาก | 3.57<br>มาก     |
| ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต  | 3.86<br>มาก     | 3.87<br>มาก     | 3.79<br>มาก     | 4.05<br>มาก | 4.10<br>มาก | 3.92<br>มาก     |
| มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ | 4.19<br>มาก     | 4.37<br>มาก     | 4.34<br>มาก     | 4.40<br>มาก | 4.26<br>มาก | 4.34<br>มาก     |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 3.81<br>มาก     | 3.84<br>มาก     | 3.79<br>มาก     | 3.98<br>มาก | 3.85<br>มาก | 3.86<br>มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.81 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านคุณภาพของสินค้า ด้านมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านชนิดของวัตถุดิบที่นำมาสกัด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 และด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.84 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.37 ด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.25 และด้านชนิดของวัตถุดิบที่นำมาสกัด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92



ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.79 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 ด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.98 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.85 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 ด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 และด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10

**ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามอายุ**

| ปัจจัยด้านราคา               | อายุ            |                 |                 |                 |                 | ค่าเฉลี่ย       |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                              | ไม่เกิน 20 ปี   | 21-30 ปี        | 31-40 ปี        | 41-50 ปี        | 51 ปีขึ้นไป     |                 |
| ราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น | 3.47<br>ปานกลาง | 3.40<br>ปานกลาง | 3.46<br>ปานกลาง | 3.42<br>ปานกลาง | 3.08<br>ปานกลาง | 3.40<br>ปานกลาง |
| ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ         | 4.00<br>มาก     | 3.88<br>มาก     | 3.74<br>มาก     | 3.95<br>มาก     | 3.72<br>มาก     | 3.85<br>มาก     |
| มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้    | 3.49<br>ปานกลาง | 3.38<br>ปานกลาง | 3.48<br>ปานกลาง | 3.52<br>มาก     | 3.56<br>มาก     | 3.48<br>ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม                 | 3.65<br>มาก     | 3.55<br>มาก     | 3.56<br>มาก     | 3.63<br>มาก     | 3.45<br>ปานกลาง | 3.58<br>มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 ค่าค่อนน้อยที่สุด 1.50-2.49 ค่าค่อนน้อย 2.50-3.49 ค่าค่อนปานกลาง 3.50-4.49 ค่าค่อนมาก 4.50-5.00 ค่าค่อนมากที่สุด

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.49 และด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.55 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 ด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 และด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.56 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 และด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.63 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 และด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.45 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 และด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.08

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบ

แบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย            | อายุ            |                 |                 |                 |              | ค่าเฉลี่ย       |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------|-----------------|
|   | ไม่เกิน 20 ปี   | 21-30 ปี        | 31-40 ปี        | 41-50 ปี        | 51 ปี ขึ้นไป |                 |
| ร้านค้าของชำใกล้บ้าน                      | 3.67<br>มาก     | 3.65<br>มาก     | 3.69<br>มาก     | 3.68<br>มาก     | 3.97<br>มาก  | 3.70<br>มาก     |
| ร้านขายของโชห่วยในตลาด                    | 3.16<br>ปานกลาง | 3.36<br>ปานกลาง | 3.36<br>ปานกลาง | 3.32<br>ปานกลาง | 3.51<br>มาก  | 3.34<br>ปานกลาง |
| ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต หรือ ร้านซูเปอร์สโตร์ | 3.91<br>มาก     | 3.84<br>มาก     | 3.77<br>มาก     | 3.72<br>มาก     | 3.62<br>มาก  | 3.77<br>มาก     |
| ร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ  | 3.58<br>มาก     | 3.76<br>มาก     | 3.75<br>มาก     | 3.74<br>มาก     | 3.51<br>มาก  | 3.71<br>มาก     |
| ค่าเฉลี่ยรวม                              | 3.58<br>มาก     | 3.65<br>มาก     | 3.64<br>มาก     | 3.61<br>มาก     | 3.65<br>มาก  | 3.63<br>มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00—1.49 ต่ำคณุน้อยที่สุด 1.50-2.49 ต่ำคณุน้อย 2.50-3.49 ต่ำคณุนปานกลาง 3.50-4.49 ต่ำคณุนมาก 4.50-5.00 ต่ำคณุนมากที่สุด

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.58 โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ด้านร้านค้าของชำใกล้บ้านในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 และด้านร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58

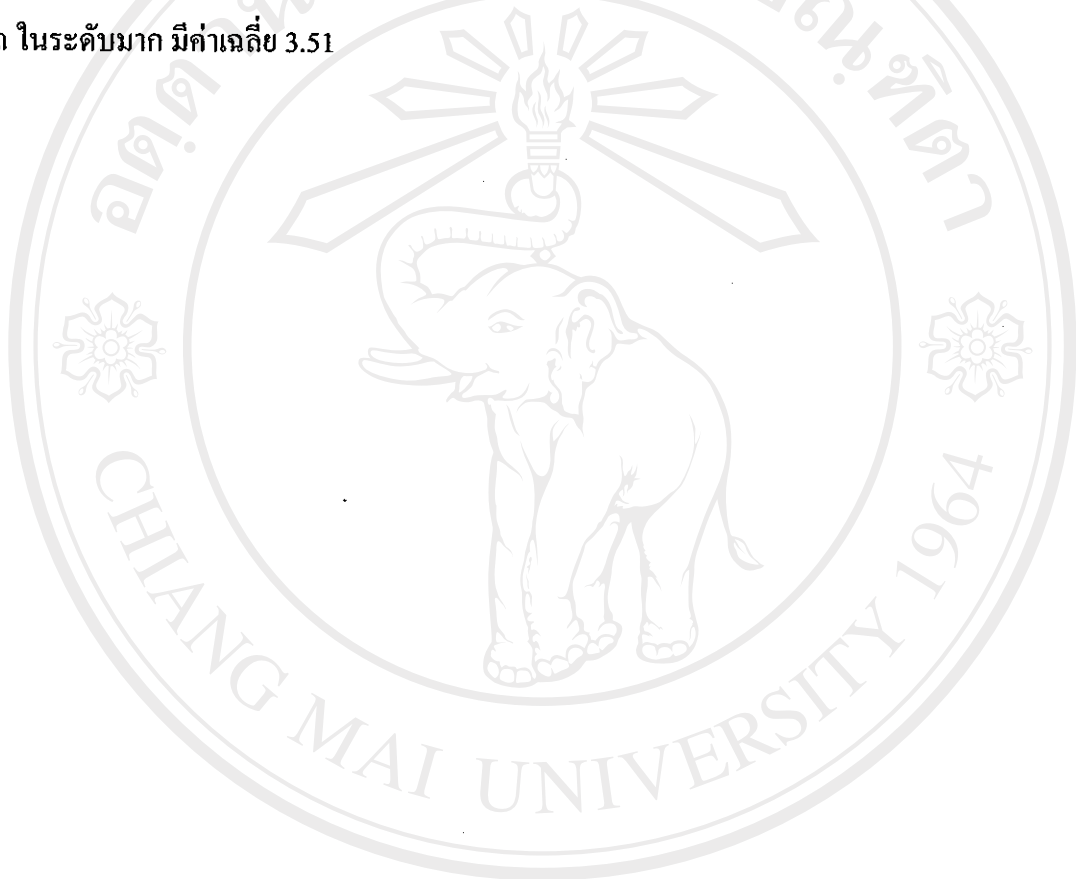
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 ด้านร้านค้าของชำใกล้บ้าน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 และด้านร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.64 โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 ด้านร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 และด้านร้านค้าของชำใกล้บ้าน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.61 โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวก

และมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 และด้านร้านค้าของชำใกล้บ้าน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.65 โดยให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยด้านร้านค้าของชำใกล้บ้าน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 ด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 ด้านร้านขายของโชวห่วยในตลาด และด้านร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม จำแนกตามอายุ**

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด   | อายุ            |                 |                 |                 |                 | ค่าเฉลี่ย       |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|  | ไม่เกิน 20 ปี   | 21-30 ปี        | 31-40 ปี        | 41-50 ปี        | 51 ปี ขึ้นไป    |                 |
| มีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ            | 3.65<br>มาก     | 3.63<br>มาก     | 3.53<br>มาก     | 3.34<br>ปานกลาง | 3.28<br>ปานกลาง | 3.49<br>ปานกลาง |
| มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า | 3.40<br>ปานกลาง | 3.35<br>ปานกลาง | 3.41<br>ปานกลาง | 3.24<br>ปานกลาง | 3.31<br>ปานกลาง | 3.34<br>ปานกลาง |
| มีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล  | 3.28<br>ปานกลาง | 3.09<br>ปานกลาง | 3.13<br>ปานกลาง | 3.18<br>ปานกลาง | 3.03<br>ปานกลาง | 3.14<br>ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม   | 3.44<br>ปานกลาง | 3.36<br>ปานกลาง | 3.35<br>ปานกลาง | 3.26<br>ปานกลาง | 3.21<br>ปานกลาง | 3.32<br>ปานกลาง |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.44 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยด้านมีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.40 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.36 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยด้านมีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 ด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.35 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยด้านมีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ด้านมีการจัด

รายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.13

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.26 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยด้านมีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 ด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.21 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ เมื่อซื้อสินค้า ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 ด้านมีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามอาชีพ

| เหตุผลในการเลือกซื้อ           | อาชีพ                            |                    |   |                               |              | รวม            |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------|----------------|
|                                | รับราชการ<br>หรือ<br>รัฐวิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| การโฆษณา                       | 11<br>20.37%                     | 3<br>27.27%        | 65<br>38.46%                            | 60<br>37.27%                  | 2<br>40.00%  | 141<br>32.25%  |
| ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น          | 1<br>1.85%                       | 0<br>0.00%         | 18<br>10.65%                            | 23<br>14.29%                  | 0<br>0.00%   | 42<br>10.50%   |
| เพื่อนแนะนำ                    | 2<br>3.70%                       | 1<br>9.09%         | 4<br>2.37%                              | 4<br>2.48%                    | 0<br>0.00%   | 11<br>2.75%    |
| ทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัย | 36<br>66.67%                     | 7<br>63.64%        | 74<br>43.79%                            | 69<br>42.86%                  | 3<br>60.00%  | 189<br>47.25%  |
| อื่น ๆ                         | 4<br>7.41%                       | 0<br>0.00%         | 8<br>4.73%                              | 5<br>3.11%                    | 0<br>0.00%   | 17<br>4.25%    |
| รวม                            | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 169<br>100.00%                          | 161<br>100.00%                | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชจากการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 20.37 และเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชจากการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมาการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 27.27 และเพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ เลือกซื้อน้ำมันพืชจากการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.79 รองลงมาการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 38.46 และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 10.65

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย เลือกซื้อน้ำมันพืชจากการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 37.27 และราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 14.29

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชจากการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเข้าใจถึงความแตกต่าง  
ระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิด จำแนกตามอาชีพ

| การเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่าง<br>น้ำมันพืชแต่ละชนิด | อาชีพ                            |                    |  |                               |              | รวม            |
|--|----------------------------------|--------------------|--|-------------------------------|--------------|----------------|
|  | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท/<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| เข้าใจดีมาก  | 3<br>5.56%                       | 0<br>0.00%         | 10<br>5.92%                            | 7<br>4.35%                    | 0<br>0.00%   | 20<br>5.00%    |
| เข้าใจดี   | 17<br>31.48%                     | 1<br>9.09%         | 19<br>11.24%                           | 34<br>21.12                   | 0<br>0.00%   | 71<br>17.75%   |
| เข้าใจปานกลาง  | 26<br>48.15%                     | 6<br>54.55%        | 63<br>37.28                            | 51<br>31.68                   | 3<br>60.00%  | 149<br>37.25%  |
| เข้าใจน้อย   | 7<br>12.96%                      | 1<br>9.09%         | 49<br>28.99%                           | 44<br>27.33%                  | 1<br>20.00%  | 102<br>25.50%  |
| ไม่เข้าใจเลย   | 1<br>1.85%                       | 3<br>27.27%        | 28<br>16.57                            | 25<br>15.53%                  | 1<br>20.00%  | 58<br>14.50%   |
| รวม  | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 169<br>100.00%                         | 161<br>100.00%                | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.15 รองลงมาเข้าใจดี คิดเป็นร้อยละ 31.48 และเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 12.96

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ส่วนใหญ่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาไม่เข้าใจเลย คิดเป็นร้อยละ 27.27 เข้าใจน้อยและเข้าใจดี คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.28 รองลงมาเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 28.99 และไม่เข้าใจเลย คิดเป็นร้อยละ 16.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.68 รองลงมาเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 27.33 และเข้าใจดี คิดเป็นร้อยละ 21.12

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาเข้าใจน้อยและไม่เข้าใจเลย คิดเป็นร้อยละ 20.00



ตารางที่ 66 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามชีพเกี่ยวกับการอ่านรายละเอียด  
ด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุอยู่ข้างบรรจุภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

| การอ่านรายละเอียด<br>ด้านโภชนาการของน้ำมันพืช | อาชีพ                            |                    |   |                               |              | รวม            |
|---|----------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------|----------------|
|   | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| อ่านละเอียดมาก                                | 4<br>7.41%                       | 0<br>0.00%         | 9<br>5.32%                              | 7<br>4.35%                    | 0<br>0.00%   | 20<br>5.00%    |
| อ่านละเอียด                                   | 9<br>16.67%                      | 0<br>0.00%         | 18<br>10.65%                            | 22<br>13.66%                  | 2<br>40.00%  | 51<br>12.75%   |
| อ่านปานกลาง                                   | 34<br>62.96%                     | 5<br>45.45%        | 59<br>34.91%                            | 60<br>37.27%                  | 1<br>20.00%  | 159<br>39.75%  |
| อ่านน้อย                                      | 3<br>5.55%                       | 1<br>9.10%         | 38<br>22.49%                            | 42<br>26.09%                  | 0<br>0.00%   | 84<br>21.00%   |
| ไม่อ่านเลย                                    | 4<br>7.41%                       | 5<br>45.45%        | 45<br>26.63%                            | 30<br>18.63%                  | 2<br>40.00%  | 86<br>21.50%   |
| รวม   | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 169<br>100.00%                          | 161<br>100.00%                | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่  
อ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุอยู่ด้านข้างบรรจุภัณฑ์ ระดับอ่านปานกลาง  
คิดเป็นร้อยละ 62.69 รองลงมาอ่านละเอียด คิดเป็นร้อยละ 16.67 อ่านละเอียดมากและไม่อ่านเลย  
คิดเป็นร้อยละ 7.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร อ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมัน  
พืชที่ระบุอยู่ด้านข้างบรรจุภัณฑ์ ระดับอ่านปานกลางและไม่อ่านเลยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.45  
และอ่านน้อย คิดเป็นร้อยละ 9.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างอิสระ อ่านรายละเอียดด้าน  
โภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุอยู่ด้านข้างบรรจุภัณฑ์ ระดับอ่านปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ  
34.91 รองลงมาไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 26.63 และอ่านน้อย คิดเป็นร้อยละ 22.49

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย อ่านรายละเอียดด้านโภชนาการ  
ของน้ำมันพืชที่ระบุอยู่ด้านข้างบรรจุภัณฑ์ ระดับอ่านปานกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.27  
รองลงมาอ่านน้อย คิดเป็นร้อยละ 26.09 และไม่อ่านเลย คิดเป็นร้อยละ 18.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ อ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุ  
อยู่ด้านข้างบรรจุภัณฑ์ ระดับอ่านละเอียดและไม่อ่านเลยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมา  
อ่านปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 67 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกซื้อน้ำมันพืช  
ตามขนาดบรรจุ จำแนกตามอาชีพ

| ขนาดบรรจุของน้ำมันพืช | อาชีพ                            |                    |   |                               |              | รวม            |
|-----------------------|----------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------|----------------|
|                       | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| ขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร    | 1<br>1.85%                       | 2<br>18.18%        | 10<br>5.92%                             | 5<br>3.11%                    | 0<br>0.00%   | 18<br>4.50%    |
| ขนาดบรรจุ 1 ลิตร      | 49<br>90.74%                     | 9<br>81.82%        | 143<br>84.62%                           | 133<br>82.61%                 | 4<br>80.00%  | 338<br>84.50%  |
| ขนาดบรรจุ 2 ลิตร      | 4<br>7.41%                       | 0<br>0.00%         | 10<br>5.92%                             | 12<br>7.45%                   | 1<br>20.00%  | 27<br>6.75%    |
| ขนาดบรรจุ 3 ลิตร      | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 4<br>2.36%                              | 6<br>3.72%                    | 0<br>0.00%   | 10<br>2.50%    |
| ขนาดบรรจุอื่น ๆ       | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 2<br>1.18%                              | 5<br>3.11%                    | 0<br>0.00%   | 7<br>1.75%     |
| รวม                   | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 169<br>100.00%                          | 161<br>100.00%                | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 67 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 90.74 รองลงมาขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 7.41 และขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 1.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 81.82 รองลงมาขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 18.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 84.62 รองลงมาขนาดบรรจุ 0.5 ลิตร ขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 5.92 และขนาดบรรจุ 3 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 2.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 82.61 รองลงมาขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 7.45 และขนาดบรรจุ 3 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 3.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาขนาดบรรจุ 2 ลิตร คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุ จำแนกตามอาชีพ

| เหตุผลการเลือกซื้อตามขนาดบรรจุของน้ำมันพืช | อาชีพ                    |               |                              |                        |              | รวม            |
|--|--------------------------|---------------|------------------------------|------------------------|--------------|----------------|
|  | รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ | ประมง / เกษตร | พนักงานบริษัท / รับจ้างอิสระ | เจ้าของกิจการ / ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| สะดวกและคล่องตัวในการใช้                   | 48<br>88.89%             | 8<br>72.73%   | 147<br>86.98%                | 134<br>83.23%          | 4<br>80.00%  | 341<br>85.25%  |
| ขนาดบรรจุสวยงาม                            | 0<br>0.00%               | 1<br>9.09%    | 0<br>0.00%                   | 2<br>1.24%             | 0<br>0.00%   | 3<br>0.75%     |
| ราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า                | 5<br>9.26%               | 2<br>18.18%   | 19<br>11.24%                 | 21<br>13.04%           | 1<br>20.00%  | 48<br>12.00%   |
| ไม่มีขนาดบรรจุอื่น                         | 0<br>0.00%               | 0<br>0.00%    | 2<br>1.19%                   | 1<br>0.62%             | 0<br>0.00%   | 3<br>0.75%     |
| เหตุผลอื่น ๆ                               | 1<br>1.85%               | 0<br>0.00%    | 1<br>0.59%                   | 3<br>1.86%             | 0<br>0.00%   | 5<br>1.25%     |
| รวม  | 54<br>100.00%            | 11<br>100.00% | 169<br>100.00%               | 161<br>100.00%         | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 68 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 88.89 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 9.26 และเหตุผลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 18.18 และขนาดบรรจุสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 1.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 86.98 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 11.24 และไม่มีขนาดบรรจุอื่น คิดเป็นร้อยละ 1.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 83.23 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 13.04 และเหตุผลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาราคาต่อขนาดบรรจุประหยัดกว่า คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 69 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับบรรจุกณ์ท์ของน้ำมันพืช  
ที่ชอบ จำแนกตามอาชีพ

| บรรจุกณ์ท์ที่ชอบ | อาชีพ                            |                   |  |                              |              |                |
|------------------|----------------------------------|-------------------|--|------------------------------|--------------|----------------|
|                  | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง/<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท/<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ/<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  | รวม            |
| ถุงพลาสติก       | 2<br>3.70%                       | 1<br>9.09%        | 7<br>4.14%                             | 9<br>5.59%                   | 0<br>0.00%   | 19<br>4.75%    |
| แกลลอน           | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%        | 2<br>1.18%                             | 2<br>1.24%                   | 0<br>0.00%   | 4<br>1.00%     |
| ขวดพลาสติก       | 52<br>96.30%                     | 10<br>90.91%      | 159<br>94.08%                          | 147<br>91.30%                | 5<br>100.00% | 373<br>93.25%  |
| ขวดแก้ว          | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%        | 0<br>0.00%                             | 1<br>0.62%                   | 0<br>0.00%   | 1<br>0.25%     |
| บรรจุกณ์ท์อื่น ๆ | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%        | 1<br>0.59%                             | 2<br>1.24%                   | 0<br>0.00%   | 3<br>0.75%     |
| รวม              | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%     | 169<br>100.00%                         | 161<br>100.00%               | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 69 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ชอบบรรจุกณ์ท์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 96.30 รองลงมาถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 3.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ส่วนใหญ่ชอบบรรจุกณ์ท์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 90.91 รองลงมาถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่ชอบบรรจุกณ์ท์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 94.08 รองลงมาถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 4.14 และแกลลอน คิดเป็นร้อยละ 1.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ส่วนใหญ่ชอบบรรจุกณ์ท์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 91.30 รองลงมาถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 5.59 แกลลอน และบรรจุกณ์ท์อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมดชอบบรรจุกณ์ท์ของน้ำมันพืชที่เป็นขวดพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 70 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ชอบบรรจุภัณฑ์  
ของน้ำมันพืช จำแนกตามอาชีพ

| เหตุผลที่ชอบบรรจุภัณฑ์                | อาชีพ                            |                   |  |                              |              | รวม            |
|---------------------------------------|----------------------------------|-------------------|--|------------------------------|--------------|----------------|
|                                       | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง/<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท/<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของกิจ<br>การ/<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| สะดวกและคล่องตัวในการใช้              | 38<br>70.37%                     | 10<br>90.91%      | 124<br>73.37%                          | 126<br>78.26%                | 3<br>60.00%  | 301<br>75.25%  |
| บรรจุภัณฑ์สวยงาม                      | 0<br>0.00%                       | 1<br>9.09%        | 1<br>0.59%                             | 2<br>1.24%                   | 0<br>0.00%   | 4<br>1.00%     |
| รู้สึกมั่นใจในคุณภาพของ<br>บรรจุภัณฑ์ | 13<br>24.07%                     | 0<br>0.00%        | 39<br>23.08%                           | 30<br>18.63%                 | 2<br>40.00%  | 84<br>21.00%   |
| ไม่มีบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น               | 2<br>3.70%                       | 0<br>0.00%        | 1<br>0.59%                             | 1<br>0.62%                   | 0<br>0.00%   | 4<br>1.00%     |
| เหตุผลอื่น ๆ                          | 1<br>1.85%                       | 0<br>0.00%        | 4<br>2.37%                             | 2<br>1.24%                   | 0<br>0.00%   | 7<br>1.75%     |
| รวม                                   | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%     | 169<br>100.00%                         | 161<br>100.00%               | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตาราง 70 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 70.37 รองลงมามีความมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 24.07 และไม่มีบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น คิดเป็นร้อยละ 3.70

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 90.91 รองลงมาบรรจุภัณฑ์สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 73.37 รองลงมามีความมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 23.08 และเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 2.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 78.26 รองลงมามีความมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 18.63 บรรจุภัณฑ์สวยงามและเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะเหตุผลสะดวกและคล่องตัวในการใช้ คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมามีความมั่นใจในคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 40.00

ตารางที่ 71 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อน้ำมันพืช  
จำแนกตามอาชีพ

| ความถี่ในการซื้อน้ำมันพืช | อาชีพ                            |                    |   |                               |              | รวม            |
|---------------------------|----------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------|----------------|
|                           | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| สัปดาห์ละครั้ง            | 11<br>20.37%                     | 6<br>54.55%        | 53<br>31.36%                            | 59<br>36.65%                  | 1<br>20.00%  | 130<br>32.50%  |
| สองสัปดาห์ครั้ง           | 19<br>35.19%                     | 1<br>9.09%         | 41<br>24.26%                            | 52<br>32.30%                  | 4<br>80.00%  | 117<br>29.25%  |
| สามสัปดาห์ครั้ง           | 3<br>5.56%                       | 1<br>9.09%         | 26<br>15.38%                            | 26<br>15.38%                  | 0<br>0.00%   | 56<br>14.00%   |
| เดือนละครั้ง              | 13<br>24.07%                     | 2<br>18.18%        | 39<br>23.08%                            | 18<br>11.18%                  | 0<br>0.00%   | 72<br>18.00%   |
| อื่น ๆ                    | 8<br>14.81%                      | 1<br>9.09%         | 10<br>5.92%                             | 19<br>11.80%                  | 0<br>0.00%   | 38<br>9.50%    |
| รวม                       | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 169<br>100.00%                          | 161<br>100.00%                | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 71 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จะเลือกซื้อน้ำมันพืชสองสัปดาห์ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.19 รองลงมาเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.07 และสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.37

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.18 สองสัปดาห์ต่อครั้ง สามสัปดาห์ต่อครั้ง และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ จะเลือกซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.36 รองลงมาสองสัปดาห์ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.26 และเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย จะเลือกซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.65 รองลงมาสองสัปดาห์ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.30 และสามสัปดาห์ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ จะเลือกซื้อน้ำมันพืชสองสัปดาห์ต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 72 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อน้ำมันพืช  
ต่อครั้ง จำแนกตามอาชีพ

| ปริมาณน้ำมันพืชที่ซื้อต่อครั้ง | อาชีพ                            |                    |   |                               |              | รวม            |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------|----------------|
|                                | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| จำนวน 1 ขวด                    | 25<br>46.30%                     | 5<br>45.45%        | 112<br>66.27%                           | 72<br>44.72%                  | 2<br>40.00%  | 216<br>54.00%  |
| จำนวน 2 ขวด                    | 15<br>27.78%                     | 1<br>9.09%         | 28<br>16.57%                            | 37<br>22.98%                  | 2<br>40.00%  | 83<br>20.75%   |
| จำนวน 3 ขวด                    | 8<br>14.81%                      | 3<br>27.28%        | 13<br>7.69%                             | 22<br>13.66%                  | 1<br>20.00%  | 35<br>8.75%    |
| จำนวน 4 ขวด                    | 4<br>7.41%                       | 1<br>9.09%         | 5<br>2.69%                              | 10<br>6.21%                   | 0<br>0.00%   | 20<br>5.00%    |
| อื่น ๆ                         | 2<br>3.70%                       | 1<br>9.09%         | 11<br>6.51%                             | 20<br>12.42%                  | 0<br>0.00%   | 34<br>8.50%    |
| รวม                            | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 169<br>100.00%                          | 161<br>100.00%                | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 72 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ จะเลือกซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.30 รองลงมาจำนวน 2 ขวด คิดเป็นร้อยละ 27.78 และจำนวน 3 ขวด คิดเป็นร้อยละ 14.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร จะเลือกซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาจำนวน 3 ขวด คิดเป็นร้อยละ 27.28 จำนวน 2 ขวด จำนวน 4 ขวด และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวด คิดเป็นร้อยละ 66.27 รองลงมาจำนวน 2 ขวด คิดเป็นร้อยละ 16.57 และจำนวน 3 ขวด คิดเป็นร้อยละ 7.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย จะเลือกซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.72 รองลงมาจำนวน 2 ขวด คิดเป็นร้อยละ 22.98 และจำนวน 3 ขวด คิดเป็นร้อยละ 13.66

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ จะเลือกซื้อน้ำมันพืชครั้งละจำนวน 1 ขวด และจำนวน 2 ขวด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาจำนวน 3 ขวด คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 73 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความเข้าใจถึงคุณภาพของ  
น้ำมันพืชแต่ละชนิด จำแนกตามอาชีพ

| คุณภาพน้ำมันพืช                            | อาชีพ                            |                    |   |                               |              | รวม            |
|--|----------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------|----------------|
|  | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| เหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้              | 12<br>22.22%                     | 5<br>45.45%        | 71<br>42.01%                            | 44<br>27.33%                  | 1<br>20.00%  | 133<br>33.25%  |
| ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทน<br>กันได้    | 42<br>77.78%                     | 5<br>45.45%        | 92<br>54.44%                            | 107<br>66.46%                 | 4<br>80.00%  | 250<br>62.50%  |
| ไม่เหมือนกันและไม่สามารถใช้ทด<br>แทนกันได้ | 0<br>0.00%                       | 1<br>9.10          | 6<br>3.55%                              | 10<br>6.21%                   | 0<br>0.00%   | 16<br>4.00%    |
| อื่น                                       | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 0<br>0.00%                              | 0<br>0.00%                    | 0<br>0.00%   | 0<br>0.00%     |
| รวม  | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 169<br>100.00%                          | 161<br>100.00%                | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 73 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่าไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 77.78 รองลงมาเข้าใจว่าคุณภาพเหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 22.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่ามีคุณภาพเหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ และคุณภาพไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาคุณภาพไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 9.10

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่าไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 54.44 รองลงมาเข้าใจว่าคุณภาพเหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 42.01 และคุณภาพไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่าไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 66.46 รองลงมา



เข้าใจว่าคุณภาพเหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 27.33 และคุณภาพไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 6.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่มีความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อว่าไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาเข้าใจว่าคุณภาพเหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ คิดเป็นร้อยละ 20.00



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 74 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกซื้อ น้ำมันพืช จำแนกตามอาชีพ

| พฤติกรรม การเลือกซื้อน้ำมันพืช                             | อาชีพ                            |                 |  |                              |              | รวม            |
|--|----------------------------------|-----------------|--|------------------------------|--------------|----------------|
|  | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง/<br>เกษตร | พนักงาน<br>บริษัท/<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ/<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| ซื้อหือเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีหือเดิมจะไมซื้อ                | 0<br>0.00%                       | 2<br>18.18%     | 22<br>13.02%                           | 20<br>12.42%                 | 0<br>0.00%   | 44<br>11.00%   |
| ซื้อหือเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหืออื่นทดแทน      | 36<br>66.67%                     | 9<br>81.82%     | 114<br>70.81%                          | 114<br>70.81%                | 5<br>100.00% | 278<br>69.50%  |
| ซื้อหือเดิมเป็นประจำแต่ถ้ามีหือใหม่ออกมาก็จะซื้อไปทดลองใช้ | 12<br>22.22%                     | 0<br>0.00%      | 22<br>13.66%                           | 22<br>13.66%                 | 0<br>0.00%   | 56<br>14.00%   |
| เปลี่ยนหือน้ำมันพืชไปเรื่อย ๆ                              | 5<br>9.26%                       | 0<br>0.00%      | 5<br>3.11%                             | 10<br>6.21%                  | 0<br>0.00%   | 20<br>5.00%    |
| อื่น ๆ   | 1<br>1.85%                       | 0<br>0.00%      | 0<br>0.00%                             | 0<br>0.00%                   | 0<br>0.00%   | 1<br>0.25%     |
| รวม  | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%   | 169<br>100.00%                         | 161<br>100.00%               | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 74 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชหือเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหือใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาซื้อหือเดิมเป็นประจำแต่ถ้ามีหือใหม่ออกมาก็จะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 22.22 และเปลี่ยนหือน้ำมันพืชไปเรื่อย ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตร ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชหือเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหือใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 81.82 รองลงมาซื้อหือเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีหือเดิมจะไมซื้อ คิดเป็นร้อยละ 18.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชหือเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหือใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 70.81 รองลงมาซื้อหือเดิมเป็นประจำแต่ถ้ามีหือใหม่ออกมาก็จะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 13.66 และซื้อหือเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีหือเดิมจะไมซื้อ คิดเป็นร้อยละ 13.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อน้ำมันพืชหือเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีหือเดิมจะซื้อหือใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 70.81 รองลงมาซื้อหือเดิม

เป็นประจำแต่ถ้ามีซี่ห้อยใหม่ออกมาก็จะซื้อไปทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 13.66 และซื้อซี่ห้อยเดิมเป็นประจำถ้าไม่มีซี่ห้อยเดิมจะไม่ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 12.42

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมดจะเลือกซื้อน้ำมันพืชซี่ห้อยเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มีซี่ห้อยเดิมจะซื้อซี่ห้อยใหม่ทดแทน คิดเป็นร้อยละ 100.00



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 75 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อโฆษณา  
ที่พบบ่อยที่สุด จำแนกตามอาชีพ

| ประเภทสื่อโฆษณาที่พบบ่อยที่สุด | อาชีพ                            |                    |   |                               |              | รวม            |
|--------------------------------|----------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|--------------|----------------|
|                                | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| โทรทัศน์                       | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 164<br>97.04%                           | 156<br>96.90%                 | 4<br>80.00%  | 389<br>97.25%  |
| หนังสือพิมพ์                   | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 2<br>1.19%                              | 2<br>1.24%                    | 0<br>0.00%   | 4<br>1.00%     |
| วิทยุ                          | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 1<br>0.59%                              | 1<br>0.62%                    | 0<br>0.00%   | 2<br>0.50%     |
| เอกสารแผ่นพับ                  | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 1<br>0.59%                              | 0<br>0.00%                    | 1<br>20.00%  | 2<br>0.50%     |
| อื่น ๆ                         | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 1<br>0.59%                              | 2<br>1.24%                    | 0<br>0.00%   | 3<br>0.75%     |
| รวม                            | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 169<br>100.00%                          | 161<br>100.00%                | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 75 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจทั้งหมด จะพบการโฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ทั้งหมดจะพบการโฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่จะพบการโฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.04 รองลงมาหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 1.19 วิทยุ เอกสารแผ่นพับ และสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ส่วนใหญ่จะพบการโฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.90 รองลงมาหนังสือพิมพ์ และสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.24 และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 0.62

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะพบการโฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาเอกสารแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 76 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อการโฆษณา  
ที่สามารถจำได้มากที่สุด จำแนกตามอาชีพ

| ประเภทสื่อโฆษณา<br>ที่จำได้มากที่สุด | อาชีพ                            |                    |   |   |              | รวม            |
|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------|---|---|--------------|----------------|
|                                      | รับราชการ<br>หรือรัฐ<br>วิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ อาชีพอื่น ๆ<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ  |                |
| โทรทัศน์                             | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 163<br>96.46%                           | 155<br>96.28%                           | 5<br>100.00% | 388<br>97.00%  |
| หนังสือพิมพ์                         | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 1<br>0.59%                              | 0<br>0.00%                              | 0<br>0.00%   | 1<br>0.25%     |
| วิทยุ                                | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 2<br>1.18%                              | 1<br>0.62%                              | 0<br>0.00%   | 3<br>0.75%     |
| เอกสารแผ่นพับ                        | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 2<br>1.18%                              | 3<br>1.86%                              | 0<br>0.00%   | 5<br>1.25%     |
| อื่น ๆ                               | 0<br>0.00%                       | 0<br>0.00%         | 1<br>0.59%                              | 2<br>1.24%                              | 0<br>0.00%   | 3<br>0.75%     |
| รวม                                  | 54<br>100.00%                    | 11<br>100.00%      | 169<br>100.00%                          | 161<br>100.00%                          | 5<br>100.00% | 400<br>100.00% |

จากตารางที่ 76 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจทั้งหมด  
จะจำการโฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์ได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกรทั้งหมดจะจำการโฆษณาน้ำมันพืชจาก  
โทรทัศน์ได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ ส่วนใหญ่จะจำการ  
โฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์ได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.46 รองลงมาจากวิทยุ เอกสารแผ่นพับ  
คิดเป็นร้อยละ 1.18 หนังสือพิมพ์และสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ส่วนใหญ่จะจำการโฆษณาน้ำมัน  
พืชจากโทรทัศน์ได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.28 รองลงมาจากเอกสารแผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 1.86  
และสื่ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ทั้งหมดจะจำการโฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์ได้  
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์   | อาชีพ                            |                    |   |                               |                 |                 |
|---|----------------------------------|--------------------|---|-------------------------------|-----------------|-----------------|
|   | รับราชการ<br>หรือ<br>รัฐวิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ     | รวม             |
| ชนิดของวัตถุดิบที่นำมาสกัด<br>น้ำมันพืช   | 4.11<br>มาก                      | 3.64<br>มาก        | 3.81<br>มาก                             | 3.87<br>มาก                   | 3.80<br>มาก     | 3.87<br>มาก     |
| คุณภาพของสินค้า   | 4.31<br>มาก                      | 3.91<br>มาก        | 4.15<br>มาก                             | 4.07<br>มาก                   | 4.40<br>มาก     | 4.14<br>มาก     |
| ลักษณะสีของน้ำมันพืช  | 4.02<br>มาก                      | 3.55<br>มาก        | 3.73<br>มาก                             | 3.84<br>มาก                   | 3.40<br>ปานกลาง | 3.80<br>มาก     |
| ปริมาณของการบรรจุ เช่น 0.5 ลิตร ,<br>1 ลิตร ฯลฯ   | 3.43<br>ปานกลาง                  | 3.00<br>ปานกลาง    | 3.43<br>ปานกลาง                         | 3.38<br>ปานกลาง               | 2.60<br>ปานกลาง | 3.39<br>ปานกลาง |
| ชนิดของบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวด กุญ<br>กล่อง ฯลฯ   | 3.70<br>มาก                      | 3.27<br>ปานกลาง    | 3.60<br>มาก                             | 3.53<br>มาก                   | 3.20<br>ปานกลาง | 3.57<br>มาก     |
| ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัท<br>ผู้ผลิต  | 4.06<br>มาก                      | 3.82<br>มาก        | 3.88<br>มาก                             | 3.93<br>มาก                   | 3.40<br>ปานกลาง | 3.92<br>มาก     |
| มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น<br>วัตถุดิบที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิต<br>และหมดอายุ หรือ คุณค่าทาง<br>โภชนาการ | 4.54<br>มากที่สุด                | 4.64<br>มากที่สุด  | 4.28<br>มาก                             | 4.60<br>มากที่สุด             | 4.34<br>มาก     | 4.34<br>มาก     |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 4.02<br>มาก                      | 3.69<br>มาก        | 3.84<br>มาก                             | 3.85<br>มาก                   | 3.63<br>มาก     | 3.86<br>มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.02 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิต และหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 ด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.31 และด้านชนิดของวัตถุดิบที่นำมาสกัดน้ำมันพืช ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.69 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิต และหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมากที่สุด

มีค่าเฉลี่ย 4.64 ด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 และด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.84 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีข้อมูลนอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิต และหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ 4.28 คุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 และด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับเจ้าของกิจการ/ค้าขายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.85 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีข้อมูลนอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิต และหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 ด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 และด้านชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.63 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านคุณภาพของสินค้า ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านมีข้อมูลนอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิต และหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 และด้านชนิดของวัตถุประสงค์ที่นำมาสกัดน้ำมันพืช ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านราคา               | อาชีพ                            |                   |  |                              |                 |                 |
|------------------------------|----------------------------------|-------------------|--|------------------------------|-----------------|-----------------|
|                              | รับราชการ<br>หรือ<br>รัฐวิสาหกิจ | ประมง/<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท/<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ/<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ     | รวม             |
| ราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น | 3.39<br>ปานกลาง                  | 3.55<br>มาก       | 3.41<br>ปานกลาง                        | 3.37<br>ปานกลาง              | 3.60<br>มาก     | 3.40<br>ปานกลาง |
| ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ         | 3.93<br>มาก                      | 3.55<br>มาก       | 3.89<br>มาก                            | 3.80<br>มาก                  | 4.00<br>มาก     | 3.85<br>มาก     |
| มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้    | 3.41<br>ปานกลาง                  | 3.27<br>ปานกลาง   | 3.53<br>มาก                            | 3.47<br>ปานกลาง              | 3.40<br>ปานกลาง | 3.48<br>ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม                 | 3.57<br>มาก                      | 3.45<br>ปานกลาง   | 3.61<br>มาก                            | 3.55<br>มาก                  | 3.67<br>มาก     | 3.58<br>มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 ต่ำคือน้อยที่สุด 1.50-2.49 ต่ำคือน้อย 2.50-3.49 ต่ำคือนปานกลาง 3.50-4.49 ต่ำคือนมาก 4.50-5.00 ต่ำคือนมากที่สุด

จากตารางที่ 78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41 และด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 และด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างอิสระ ให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 และด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.41

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 และด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.37



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 และด้านมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบ  
แบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย              | อาชีพ                            |                   |  |                             |                 | รวม             |
|---|----------------------------------|-------------------|--|-----------------------------|-----------------|-----------------|
|   | รับราชการ<br>หรือ<br>รัฐวิสาหกิจ | ประมง/<br>เกษตรกร | พนักงาน<br>บริษัท/<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ     |                 |
| ร้านค้าของชำใกล้บ้าน                        | 3.65<br>มาก                      | 3.91<br>มาก       | 3.69<br>มาก                            | 3.75<br>มาก                 | 3.00<br>ปานกลาง | 3.70<br>มาก     |
| ร้านค้าของโชวห่วยในตลาด                     | 3.13<br>ปานกลาง                  | 3.55<br>มาก       | 3.31<br>ปานกลาง                        | 3.42<br>ปานกลาง             | 3.40<br>ปานกลาง | 3.34<br>ปานกลาง |
| ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือ<br>ร้านซูเปอร์สโตร์ | 3.93<br>มาก                      | 3.73<br>มาก       | 3.83<br>มาก                            | 3.67<br>มาก                 | 3.60<br>มาก     | 3.77<br>มาก     |
| ร้านค้าที่การเดินทางสะดวกและมีที่<br>จอดรถ  | 3.85<br>มาก                      | 3.36<br>ปานกลาง   | 3.58<br>มาก                            | 3.82<br>มาก                 | 3.60<br>มาก     | 3.71<br>มาก     |
| ค่าเฉลี่ยรวม                                | 3.64<br>มาก                      | 3.64<br>มาก       | 3.60<br>มาก                            | 3.66<br>มาก                 | 3.40<br>ปานกลาง | 3.63<br>มาก     |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 100—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 79 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.64 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ด้านร้านค้าที่การเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 และด้านร้านค้าของชำใกล้บ้านในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตรกร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.64 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านร้านค้าของชำใกล้บ้าน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.91 ด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 และด้านร้านค้าของโชวห่วยในตลาด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ด้านร้านค้าของชำใกล้บ้านในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 และด้านร้านค้าที่การเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.40 โดยให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ด้านร้านค้าที่การเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ด้านร้านค้าของโชวห่วยในตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 และด้านร้านค้าของชำร่วยในบ้าน ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด  | อาชีพ                            |                  |   |                               |                 |                 |
|---|----------------------------------|------------------|---|-------------------------------|-----------------|-----------------|
|   | รับราชการ<br>หรือ<br>รัฐวิสาหกิจ | ประมง /<br>เกษตร | พนักงาน<br>บริษัท /<br>รับจ้าง<br>อิสระ | เจ้าของ<br>กิจการ /<br>ค้าขาย | อาชีพอื่น ๆ     | รวม             |
| มีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น<br>หนังสือพิมพ์ วิทยุ ใบบลิว โทรทัศน์<br>ฯลฯ | 3.56<br>มาก                      | 3.00<br>ปานกลาง  | 3.57<br>มาก                             | 3.41<br>ปานกลาง               | 3.40<br>ปานกลาง | 3.49<br>ปานกลาง |
| มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น<br>ลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ            | 3.19<br>ปานกลาง                  | 3.00<br>ปานกลาง  | 3.39<br>ปานกลาง                         | 3.38<br>ปานกลาง               | 2.60<br>ปานกลาง | 3.34<br>ปานกลาง |
| มีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการ<br>กุศล                                   | 3.24<br>ปานกลาง                  | 3.18<br>ปานกลาง  | 3.09<br>ปานกลาง                         | 3.18<br>ปานกลาง               | 2.20<br>น้อย    | 3.14<br>ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม  | 3.33<br>ปานกลาง                  | 3.06<br>ปานกลาง  | 3.35<br>ปานกลาง                         | 3.32<br>ปานกลาง               | 2.73<br>ปานกลาง | 3.32<br>ปานกลาง |

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00—1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 80 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.33 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ใบบลิว โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 และด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมง/เกษตร ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.06 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ด้านมีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ใบบลิว โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 และด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างอิสระ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.35 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ใบบลิว โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย

3.57 ด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.32 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ใบปลิว โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย

3.41 ด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.73 โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ใบปลิว โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ด้านมีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ชิงโชค ฯลฯ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.60 และด้านมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.20