



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved



ภาควิชา ก

ค่าเฉลี่ย และผลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ
ซื้อเบหมีกิ่งสำเร็จรูปจำแนกตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางภาคผนวกที่ 1 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.31 มาก	3	4.85 มากที่สุด	1	4.68 มากที่สุด	1
2. Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	3.46 ปานกลาง	10	3.74 มาก	12	3.65 มาก	10
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	3.00 ปานกลาง	14	3.62 มาก	13	3.41 ปานกลาง	14
4. Dietary Food : อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	2.23 ปานกลาง	15	3.59 มาก	15	3.15 ปานกลาง	15
5. Vegetarian Food : อาหารมังสวิรัต	1.92 น้อย	17	2.96 ปานกลาง	16	2.63 ปานกลาง	16
6. รสชาติอร่อย	3.69 มาก	8	4.26 มาก	5	4.08 มาก	5
7. ความหลากหลายของรสชาติ	3.85 มาก	7	4.41 มาก	2	4.23 มาก	4
8. ตราสินค้า และชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นที่รู้จัก	3.54 มาก	9	4.07 มาก	6	3.90 มาก	7
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.31 ปานกลาง	11	3.81 มาก	8	3.65 มาก	11
10. ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ และ ส่วนประกอบของอาหาร	3.15 ปานกลาง	13	3.78 มาก	10	3.58 มาก	12
11. ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.31 ปานกลาง	12	3.59 มาก	14	3.50 ปานกลาง	13
12. ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	4.08 มาก	4	3.78 มาก	11	3.88 มาก	8
13. มีเครื่องหมาย ออ.	3.92 มาก	6	3.93 มาก	7	3.93 มาก	6

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ		
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	4.00 มาก	5	3.81 มาก	9	3.88 มาก	9
15. มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	4.54 มากที่สุด	2	4.33 มาก	4	4.40 มาก	3
16. ความสะดวกในการปรุงและรับประทาน	4.62 มากที่สุด	1	4.41 มาก	3	4.48 มาก	2
17. แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	2.00 น้อย	16	2.04 น้อย	17	2.03 น้อย	17
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46 ปานกลาง		3.82 มาก		3.70 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 2 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ								รวม	
	18 – 20 ปี		21 – 23 ปี		24 – 26 ปี		27 – 29 ปี		ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล
	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล		
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.53 มากที่สุด	2	4.71 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.68 มากที่สุด	1
2. Nutritional Food : อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	3.58 มาก	12	3.57 มาก	13	3.60 มาก	13	5.00 มากที่สุด	2	3.65 มาก	10
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	3.11 ปานกลาง	14	3.50 ปานกลาง	14	3.60 มาก	14	5.00 มากที่สุด	3	3.41 ปานกลาง	14
4. Dietary Food : อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	2.84 ปานกลาง	15	3.36 ปานกลาง	15	3.80 มาก	11	3.00 ปานกลาง	4	3.15 ปานกลาง	15
5. Vegetarian Food : อาหารมังสวิวัติ	2.47 น้อย	16	2.79 ปานกลาง	16	2.60 ปานกลาง	16	3.00 ปานกลาง	5	2.63 ปานกลาง	16
6. ราคาดีหรือย	4.05 มาก	5	4.07 มาก	8	5.00 มากที่สุด	2	2.00 น้อย	6	4.08 มาก	5
7. ความหลากหลายของรสชาติ	4.37 มาก	4	4.14 มาก	7	4.80 มากที่สุด	3	2.00 น้อย	7	4.23 มาก	4
8. คราตินค้า และชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นที่รู้จัก	4.05 มาก	6	3.93 มาก	9	4.00 มาก	10	2.00 น้อย	8	3.90 มาก	7
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.63 มาก	11	3.71 มาก	10	4.20 มาก	9	2.00 น้อย	9	3.65 มาก	11
10. ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ และส่วนประกอบของอาหาร	3.74 มาก	7	3.64 มาก	11	3.40 ปานกลาง	15	2.00 น้อย	10	3.58 มาก	12
11. ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.47 ปานกลาง	13	3.64 มาก	12	3.80 มาก	12	2.00 น้อย	11	3.50 ปานกลาง	13
12. ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	3.68 มาก	9	4.21 มาก	5	4.40 มาก	7	2.00 น้อย	12	3.88 มาก	8
13. มีเครื่องหมาย ออ.	3.74 มาก	8	4.29 มาก	4	4.40 มาก	8	2.00 น้อย	13	3.93 มาก	6
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	3.68 มาก	10	4.21 มาก	6	4.40 มาก	6	2.00 น้อย	14	3.88 มาก	9

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ								รวม	
	18 – 20 ปี		21 – 23 ปี		24 – 26 ปี		27 – 29 ปี		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด		
15. มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการ เก็บรักษา	4.47 มาก	3	4.57 มากที่สุด	3	4.60 มากที่สุด	4	2.00 น้อย	15	4.40 มาก	3
16. ความสะดวกในการปรุงและรับประทาน	4.58 มากที่สุด	1	4.64 มากที่สุด	2	4.60 มากที่สุด	5	2.00 น้อย	16	4.48 มาก	2
17. แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	2.26 น้อย	17	2.07 น้อย	17	1.00 น้อยที่สุด	17	2.00 น้อย	17	2.03 น้อย	17
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 มาก		3.82 มาก		3.95 มาก		2.64 ปานกลาง		3.70 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 3 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม	
	ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ		
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.61 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.00 มาก	3	4.68 มากที่สุด	1
2. Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	3.64 มาก	10	3.70 มาก	13	3.50 ปานกลาง	4	3.65 มาก	10
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	3.29 ปานกลาง	14	3.78 มาก	12	3.50 ปานกลาง	5	3.41 ปานกลาง	14
4. Dietary Food : อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	2.96 ปานกลาง	15	3.80 มาก	11	2.50 ปานกลาง	15	3.15 ปานกลาง	15
5. Vegetarian Food : อาหารมังสวิรัต	2.57 ปานกลาง	16	2.80 ปานกลาง	16	2.50 ปานกลาง	16	2.63 ปานกลาง	16
6. รสชาติอร่อย	4.18 มาก	5	3.90 มาก	7	3.50 ปานกลาง	6	4.08 มาก	5
7. ความหลากหลายของรสชาติ	4.29 มาก	4	4.20 มาก	2	3.50 ปานกลาง	7	4.23 มาก	4
8. ตราสินค้า และชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นที่รู้จัก	3.89 มาก	7	4.00 มาก	5	3.50 ปานกลาง	8	3.90 มาก	7
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.57 มาก	11	3.90 มาก	8	3.50 ปานกลาง	9	3.65 มาก	11
10. ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการและส่วนประกอบของอาหาร	3.54 มาก	13	3.70 มาก	14	3.50 ปานกลาง	10	3.58 มาก	12
11. ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.57 มาก	12	3.30 ปานกลาง	15	3.50 ปานกลาง	11	3.50 ปานกลาง	13
12. ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	3.89 มาก	8	3.90 มาก	9	3.50 ปานกลาง	12	3.88 มาก	8
13. มีเครื่องหมาย ออ.	3.96 มาก	6	3.90 มาก	10	3.50 ปานกลาง	13	3.93 มาก	6
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	3.89 มาก	9	4.00 มาก	6	3.00 ปานกลาง	14	3.88 มาก	9

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม	
	ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ		
15. มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการ เก็บรักษา	4.46 มาก	3	4.20 มาก	3	4.50 มาก	1	4.40 มาก	3
16. ความสะดวกในการปรุงและ รับประทาน	4.57 มากที่สุด	2	4.20 มาก	4	4.50 มาก	2	4.48 มาก	2
17. แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	2.07 น้อย	17	1.80 น้อย	17	2.50 น้อย	17	2.03 น้อย	17
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70 มาก		3.77 มาก		3.44 มาก		3.70 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 4 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชั้นปีที่ศึกษา								รวม	
	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.50 มาก	1	4.78 มากที่สุด	1	4.80 มากที่สุด	1	4.75 มากที่สุด	1	4.68 มากที่สุด	1
2. Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	3.29 ปานกลาง	10	4.00 มาก	6	4.80 มากที่สุด	1	3.33 ปานกลาง	10	3.65 มาก	9
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	2.92 ปานกลาง	11	3.56 มาก	10	4.80 มากที่สุด	1	3.25 ปานกลาง	11	3.41 ปานกลาง	12
4. Dietary Food : อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	2.64 ปานกลาง	12	3.56 มาก	10	4.00 มาก	2	3.08 ปานกลาง	12	3.15 ปานกลาง	13
5. Vegetarian Food : อาหารมังสวิรัต	2.64 ปานกลาง	12	2.33 ปานกลาง	11	3.40 ปานกลาง	5	2.50 น้อย	13	2.63 ปานกลาง	14
6. รสชาติอร่อย	4.07 มาก	5	4.44 มาก	4	3.20 ปานกลาง	6	4.17 มาก	5	4.08 มาก	5
7. ความหลากหลายของรสชาติ	4.36 มาก	3	4.67 มากที่สุด	2	3.40 ปานกลาง	5	4.08 มาก	6	4.23 มาก	4
8. ราคาสินค้า และชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นที่รู้จัก	4.14 มาก	4	4.22 มาก	5	3.40 ปานกลาง	5	3.58 มาก	8	3.90 มาก	7
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.79 มาก	8	3.78 มาก	8	2.80 ปานกลาง	7	3.75 มาก	7	3.65 มาก	9
10. ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ และส่วนประกอบของอาหาร	3.86 มาก	7	3.67 มาก	9	2.60 ปานกลาง	8	3.58 มาก	8	3.58 มาก	10
11. ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.50 ปานกลาง	9	3.67 มาก	9	3.20 ปานกลาง	6	3.50 ปานกลาง	9	3.50 ปานกลาง	11
12. ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	3.93 มาก	6	3.56 มาก	10	3.60 มาก	4	4.17 มาก	5	3.88 มาก	8
13. มีเครื่องหมาย อย.	3.79 มาก	8	3.89 มาก	7	3.60 มาก	4	4.25 มาก	4	3.93 มาก	6
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	3.93 มาก	6	3.56 มาก	10	3.60 มาก	4	4.17 มาก	5	3.88 มาก	8
15. มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	4.43 มาก	2	4.56 มากที่สุด	3	3.80 มาก	3	4.50 มาก	3	4.40 มาก	3

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 4 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ชั้นปีที่ศึกษา								รวม	
	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
17. แสดงนำนักท่องเที่ยวของอาหาร	2.14 น้อย	13	1.89 น้อย	12	2.40 น้อย	9	1.83 น้อย	14	2.03 น้อย	15
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68 มาก		3.81 มาก		3.60 มาก		3.71 มาก		3.71 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 5 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามสถานศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานศึกษา												รวม	
	1		2		3		4		5		6			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.55 มากที่สุด	1	4.87 มากที่สุด	1	4.51 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.67 มากที่สุด	1	4.30 มาก	3	4.68 มากที่สุด	1
2. Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	3.58 มาก	9	4.13 มาก	6	3.53 มาก	5	3.51 มาก	9	3.50 ปานกลาง	9	3.50 ปานกลาง	8	3.65 มาก	9
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	3.42 ปานกลาง	13	3.51 มาก	10	3.20 ปานกลาง	8	3.67 มาก	8	3.25 ปานกลาง	13	3.70 มาก	6	3.41 ปานกลาง	12
4. Dietary Food : อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	3.20 ปานกลาง	14	2.99 ปานกลาง	13	2.84 ปานกลาง	9	4.02 มาก	5	2.94 ปานกลาง	14	3.20 ปานกลาง	10	3.15 ปานกลาง	13
5. Vegetarian Food : อาหารมังสวิรัต	2.61 ปานกลาง	15	3.11 ปานกลาง	11	2.31 น้อย	10	2.63 ปานกลาง	11	2.50 น้อย	15	1.80 น้อย	13	2.63 ปานกลาง	14
6. รสชาติอร่อย	3.98 มาก	5	4.01 มาก	8	3.80 มาก	3	4.35 มาก	4	4.28 มาก	4	4.10 มาก	4	4.08 มาก	5
7. ความหลากหลายของรสชาติ	4.03 มาก	4	4.63 มากที่สุด	3	3.80 มาก	3	4.67 มากที่สุด	3	4.22 มาก	5	3.90 มาก	5	4.23 มาก	4
8. คราตินค้า และชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นที่รู้จัก	3.80 มาก	7	4.25 มาก	5	3.80 มาก	3	3.67 มาก	8	3.94 มาก	6	3.70 มาก	6	3.90 มาก	7
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.57 มาก	10	4.11 มาก	7	3.64 มาก	4	4.02 มาก	5	3.33 ปานกลาง	11	2.60 ปานกลาง	12	3.65 มาก	9
10. ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ และส่วนประกอบของอาหาร	3.51 มาก	11	3.85 มาก	9	3.64 มาก	4	4.00 มาก	6	3.28 ปานกลาง	12	2.90 ปานกลาง	11	3.58 มาก	10

หมายเหตุ: สถานศึกษา 1=มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2=มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 3=มหาวิทยาลัยพายัพ 4=มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

เชียงใหม่ 5=มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และ 6=มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 5 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	สถานศึกษา												รวม	
	1		2		3		4		5		6		ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ		
11. ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.50	12	3.85	9	3.31	7	3.35	10	3.39	10	3.40	9	3.50	11
	ปานกลาง		มาก	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	
12. ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	3.77	8	4.36	4	3.47	6	3.84	7	3.89	7	3.60	7	3.88	8
	มาก		มาก	ปานกลาง		มาก		มาก	มาก		มาก		มาก	
13. มีเครื่องหมาย อย.	3.85	6	4.36	4	3.64	4	4.00	6	3.83	8	3.40	9	3.93	6
	มาก		มาก	มาก		มาก		มาก	มาก		ปานกลาง		มาก	
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	3.77	8	4.36	4	3.47	6	4.00	6	3.83	8	3.40	9	3.88	8
	มาก		มาก	ปานกลาง		มาก		มาก	มาก		ปานกลาง		มาก	
15. มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	4.21	3	4.75	2	3.82	2	4.84	2	4.44	3	4.70	2	4.40	3
	มาก		มากที่สุด	มาก		มากที่สุด		มากที่สุด	มาก		มากที่สุด		มาก	
16. ความสะดวกในการปรุงและรับประทาน	4.26	2	4.87	1	3.82	2	5.00	1	4.50	2	4.90	1	4.48	2
	มาก		มากที่สุด	มาก		มากที่สุด		มากที่สุด	มาก		มากที่สุด		มาก	
17. แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	1.76	16	3.12	12	1.69	11	1.65	12	1.89	16	1.80	13	2.03	15
	น้อย		ปานกลาง		น้อย		น้อย		น้อย		น้อย		น้อย	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60		4.06		3.43		3.89		3.63		3.46		3.70	
	มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		ปานกลาง		มาก	

หมายเหตุ: สถานศึกษา 1= มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2 = มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 3 = มหาวิทยาลัยพายัพ 4 = มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่ 5 = มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และ 6 = มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 6 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามกลุ่มคณะที่ศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	กลุ่มคณะที่ศึกษา						รวม	
	1		2		3		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ		
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.45 มาก	1	4.92 มากที่สุด	1	4.63 มากที่สุด	1	4.68 มากที่สุด	1
2. Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	3.64 มาก	9	3.62 มาก	9	3.69 มาก	7	3.65 มาก	9
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	3.27 ปานกลาง	10	3.38 ปานกลาง	10	3.53 มาก	9	3.41 ปานกลาง	12
4. Dietary Food : อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	2.91 ปานกลาง	11	3.38 ปานกลาง	10	3.13 ปานกลาง	12	3.15 ปานกลาง	13
5. Vegetarian Food : อาหารมังสวิรัต	2.73 ปานกลาง	12	2.77 ปานกลาง	11	2.44 น้อย	13	2.63 ปานกลาง	14
6. รสชาติอร่อย	4.00 มาก	3	4.15 มาก	7	4.06 มาก	4	4.08 มาก	5
7. ความหลากหลายของรสชาติ	4.00 มาก	3	4.69 มากที่สุด	4	4.00 มาก	5	4.23 มาก	4
8. ตราสินค้า และชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นที่รู้จัก	3.82 มาก	4	4.15 มาก	7	3.75 มาก	6	3.90 มาก	7
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.64 มาก	7	4.23 มาก	6	3.19 ปานกลาง	11	3.65 มาก	9
10. ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการและส่วนประกอบของอาหาร	3.64 มาก	9	4.00 มาก	8	3.19 ปานกลาง	11	3.58 มาก	10
11. ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.55 มาก	8	3.62 มาก	9	3.38 ปานกลาง	10	3.50 ปานกลาง	11
12. ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	3.73 มาก	5	4.23 มาก	6	3.69 มาก	7	3.88 มาก	8
13. มีเครื่องหมาย อย.	3.82 มาก	4	4.31 มาก	5	3.69 มาก	7	3.93 มาก	6

หมายเหตุ: กลุ่มคณะที่ศึกษา 1 = วิทยาศาสตร์สุขภาพ 2 = วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 3 = มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ค่าเฉลี่ย: 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 6 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	กลุ่มคณะที่ศึกษา						รวม	
	1		2		3		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ		
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	3.73 มาก	6	4.31 มาก	5	3.63 มาก	8	3.88 มาก	8
15. มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการ เก็บรักษา	4.09 มาก	2	4.77 มากที่สุด	3	4.31 มาก	3	4.40 มาก	3
16. ความสะดวกในการปรุงและ รับประทาน	4.09 มาก	2	4.85 มากที่สุด	2	4.44 มาก	2	4.48 มาก	2
17. แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	1.91 น้อย	13	2.31 น้อย	12	1.88 น้อย	14	2.03 น้อย	15
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 มาก		3.98 มาก		3.56 มาก		3.70 มาก	

หมายเหตุ: กลุ่มคณะที่ศึกษา 1 = วิทยาศาสตร์สุขภาพ 2 = วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 3 = มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 7 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน (บาทต่อเดือน)														รวม	
	ไม่เกิน 3,000		3,001-5,000		5,001-7,000		7,001-9,000		9,001-11,000		13,001-15,000		มากกว่า 15,000			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดัด
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.50 มาก	2	4.80 มากที่สุด	2	4.64 มากที่สุด	1	4.63 มากที่สุด	1	4.33 มาก	1	5.00 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.68 มาก	1
2. Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	4.00 มาก	4	3.80 มาก	8	3.73 มาก	6	3.50 ปานกลาง	5	3.00 ปานกลาง	4	3.00 ปานกลาง	3	4.00 มาก	3	3.65 มาก	9
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	3.33 ปานกลาง	7	3.80 มาก	8	3.18 ปานกลาง	8	3.38 ปานกลาง	6	3.00 ปานกลาง	4	3.00 ปานกลาง	3	4.00 มาก	3	3.41 ปานกลาง	12
4. Dietary Food : อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	3.25 ปานกลาง	8	3.40 ปานกลาง	10	3.00 ปานกลาง	9	2.75 ปานกลาง	8	3.00 ปานกลาง	4	3.00 ปานกลาง	3	4.50 มาก	2	3.15 ปานกลาง	13
5. Vegetarian Food : อาหารมังสวิรัต	3.00 ปานกลาง	9	2.70 ปานกลาง	11	2.36 น้อย	10	2.50 น้อย	9	3.00 ปานกลาง	4	3.00 ปานกลาง	3	2.50 น้อย	4	2.63 ปานกลาง	14
6. รสชาติอร่อย	3.50 ปานกลาง	6	4.10 มาก	5	4.09 มาก	4	3.88 มาก	2	4.00 มาก	2	5.00 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.08 มาก	5
7. ความหลากหลายของรสชาติ	4.25 มาก	3	4.20 มาก	4	4.36 มาก	3	3.75 มาก	3	4.00 มาก	2	5.00 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.23 มาก	4
8. ราคาสินค้าและชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นที่รู้จัก	3.50 ปานกลาง	6	3.90 มาก	7	4.09 มาก	4	3.38 ปานกลาง	6	4.00 มาก	2	5.00 มากที่สุด	1	4.50 มาก	2	3.90 มาก	7
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.25 ปานกลาง	8	3.40 ปานกลาง	10	3.73 มาก	6	3.50 ปานกลาง	5	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	5.00 มากที่สุด	1	3.65 มาก	9
10. ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ และส่วนประกอบของอาหาร	4.25 มาก	3	3.40 ปานกลาง	10	3.73 มาก	6	2.75 ปานกลาง	8	4.33 มาก	1	4.00 มาก	2	4.00 มาก	3	3.58 มาก	10
11. ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.75 มาก	5	3.70 มาก	9	3.45 ปานกลาง	7	2.88 ปานกลาง	7	3.67 มาก	3	4.00 มาก	2	4.00 มาก	3	3.50 ปานกลาง	11

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 7 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน (บาทต่อเดือน)														รวม	
	ไม่เกิน 3,000		3,001-5,000		5,001-7,000		7,001-9,000		9,001-11,000		13,001-15,000		มากกว่า 15,000			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
12. ผลกระทบวันที่ผลิตและ วันหมดอายุ	4.00 มาก	4	4.10 มาก	5	3.73 มาก	6	3.50 ปาน กลาง	5	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	4.50 มาก	2	3.88 มาก	8
13. มีเครื่องหมาย ขย.	4.00 มาก	4	4.10 มาก	5	3.91 มาก	5	3.50 ปาน กลาง	5	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	4.50 มาก	2	3.93 มาก	6
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	4.00 มาก	4	4.00 มาก	6	3.73 มาก	6	3.63 มาก	4	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	4.50 มาก	2	3.88 มาก	8
15. มีคำแนะนำในการบริโภค และวิธีการเก็บรักษา	5.00 มากที่สุด	1	4.70 มากที่สุด	3	4.55 มากที่สุด	2	3.63 มาก	4	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	5.00 มากที่สุด	1	4.40 มาก	3
16. ความสะดวกในการปรุง และรับประทาน	5.00 มากที่สุด	1	4.90 มากที่สุด	1	4.64 มากที่สุด	1	3.63 มาก	4	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	5.00 มากที่สุด	1	4.48 มาก	2
17. แสดงน้ำหนักสุทธิของ อาหาร	3.75 มาก	5	2.20 น้อย	12	2.09 น้อย	11	1.50 น้อยที่สุด	10	1.67 น้อย	5	1.00 น้อยที่สุด	4	1.00 น้อยที่สุด	5	2.03 น้อย	15
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 มาก		3.84 มาก		3.71 มาก		3.31 ปาน กลาง		3.65 มาก		3.82 มาก		4.24 มาก		3.71 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 8 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ที่พักอาศัย										รวม	
	หอพักภายใน ม.		หอพักภายนอก ม.		บ้านเช่า		บ้านญาติ		บ้านพักส่วนตัว			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	4.40 มาก	3	4.65 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.00 มาก	1	4.87 มากที่สุด	1	4.68 มากที่สุด	1
2. Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	3.80 มาก	4	3.53 มาก	10	3.00 ปานกลาง	3	3.00 ปานกลาง	2	3.87 มาก	6	3.65 มาก	9
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	3.75 มาก	5	3.24 ปานกลาง	11	3.00 ปานกลาง	3	2.00 น้อย	3	3.73 มาก	8	3.41 ปานกลาง	12
4. Dietary Food : อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	3.80 มาก	4	2.94 ปานกลาง	12	3.00 ปานกลาง	3	2.00 น้อย	3	3.33 ปานกลาง	11	3.15 ปานกลาง	13
5. Vegetarian Food : อาหารมังสวิรัต	3.00 ปานกลาง	9	2.53 ปานกลาง	13	3.00 ปานกลาง	3	2.00 น้อย	3	2.67 ปานกลาง	12	2.63 ปานกลาง	14
6. รสชาติอร่อย	3.60 มาก	6	3.88 มาก	7	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	4.47 มาก	2	4.08 มาก	5
7. ความหลากหลายของรสชาติ	3.80 มาก	4	4.24 มาก	4	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	4.40 มาก	3	4.23 มาก	4
8. ราคาค่า และชื่อเสียงของผู้ผลิตเป็นที่รู้จัก	3.60 มาก	6	3.88 มาก	7	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	4.00 มาก	5	3.90 มาก	7
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	2.80 ปานกลาง	10	3.94 มาก	6	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	3.53 มาก	10	3.65 มาก	9
10. ฉลากแสดงข้อมูลทางโภชนาการ และส่วนประกอบของอาหาร	3.40 ปานกลาง	7	3.71 มาก	8	3.00 ปานกลาง	3	3.00 ปานกลาง	2	3.60 มาก	9	3.58 มาก	10
11. ฉลากระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	3.40 ปานกลาง	7	3.59 มาก	9	3.00 ปานกลาง	3	3.00 ปานกลาง	2	3.53 มาก	10	3.50 ปานกลาง	11
12. ฉลากระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	3.60 มาก	6	4.18 มาก	5	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	3.60 มาก	9	3.88 มาก	8
13. มีเครื่องหมาย ออ.	3.20 ปานกลาง	8	4.24 มาก	4	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	3.80 มาก	7	3.93 มาก	6
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	3.60 มาก	6	4.18 มาก	5	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	3.60 มาก	9	3.88 มาก	8

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 8 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ที่พักอาศัย										รวม	
	หอพักภายใน ม.		หอพักภายนอก ม.		บ้านเช่า		บ้านญาติ		บ้านพักส่วนตัว			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
15. มีคำแนะนำในการบริโภค และวิธีการเก็บรักษา	4.60 มากที่สุด	2	4.53 มากที่สุด	3	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	4.27 มาก	4	4.40 มาก	3
16. ความสะดวกในการปรุงและ รับประทานอาหาร	5.00 มากที่สุด	1	4.59 มากที่สุด	2	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	4.27 มาก	4	4.48 มาก	2
17. แสดงน้ำหนักสุทธิของ อาหาร	2.80 ปานกลาง	10	2.41 ปานกลาง	14	1.00 น้อยที่สุด	4	1.00 น้อยที่สุด	4	1.53 น้อย	13	2.03 น้อย	15
ค่าเฉลี่ยรวม	3.66 มาก		3.77 มาก		3.52 มาก		3.29 ปานกลาง		3.70 มาก		3.70 มาก	

ค่าเฉลี่ย: 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 9 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ		
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	3.23 ปานกลาง	6	3.58 มาก	6	3.46 ปานกลาง	6
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	4.15 มาก	2	4.19 มาก	3	4.18 มาก	3
3. ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	3.46 ปานกลาง	5	3.63 มาก	5	3.58 มาก	5
4. ราคาถูกกว่าอาหารตราสินค้าอื่น	4.31 มาก	1	4.59 มากที่สุด	1	4.50 มาก	1
5. มีหลายราคาให้เลือก	4.08 มาก	3	4.37 มาก	2	4.28 มาก	2
6. มีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน	3.85 มาก	4	3.78 มาก	4	3.80 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84 มาก		4.02 มาก		3.97 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 10 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ								รวม	
	18 – 20 ปี		21 – 23 ปี		24 – 26 ปี		27 – 29 ปี		ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล
	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล		
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	3.58 มาก	5	3.36 ปานกลาง	6	4.00 มาก	4	2.00 น้อย	4	3.46 ปานกลาง	6
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	4.37 มาก	2	4.07 มาก	3	4.60 มากที่สุด	1	2.00 น้อย	5	4.18 มาก	3
3. ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	3.58 มาก	6	3.64 มาก	5	4.00 มาก	5	2.00 น้อย	6	3.58 มาก	5
4. ราคาถูกกว่าอาหารตราสินค้าอื่น	4.47 มาก	1	4.43 มาก	1	4.60 มากที่สุด	2	5.00 มากที่สุด	1	4.50 มาก	1
5. มีหลายราคาให้เลือก	4.21 มาก	3	4.14 มาก	2	4.60 มากที่สุด	3	5.00 มากที่สุด	2	4.28 มาก	2
6. มีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน	3.74 มาก	4	3.79 มาก	4	3.60 มาก	6	5.00 มากที่สุด	3	3.80 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.99 มาก		3.90 มาก		4.26 มาก		3.50 ปานกลาง		3.97 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 11 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา						รวม	
	ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ		
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	3.48 ปานกลาง	6	3.40 ปานกลาง	6	3.50 ปานกลาง	4	3.46 ปานกลาง	6
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	4.29 มาก	3	3.90 มาก	3	4.00 มาก	1	4.18 มาก	3
3. ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	3.68 มาก	5	3.30 ปานกลาง	5	3.50 ปานกลาง	5	3.58 มาก	5
4. ราคาถูกกว่าอาหารตราสินค้าอื่น	4.61 มาก	1	4.30 มาก	1	4.00 มาก	2	4.50 มาก	1
5. มีหลายราคาให้เลือก	4.32 มาก	2	4.20 มาก	2	4.00 มาก	3	4.28 มาก	2
6. มีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน	3.82 มาก	4	3.80 มาก	4	3.50 ปานกลาง	6	3.80 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04 มาก		3.81 มาก		3.75 มาก		3.97 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 12 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ชั้นปีที่ศึกษา								รวม	
	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4		ค่าเฉลี่ย	อัน
	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน		
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	3.79 มาก	3	3.22 ปานกลาง	4	2.60 ปานกลาง	4	3.64 มาก	6	3.46 ปานกลาง	6
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	4.36 มาก	1	4.44 มาก	1	2.80 ปานกลาง	3	4.33 มาก	2	4.18 มาก	2
3. ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	3.64 มาก	4	3.33 ปานกลาง	3	2.60 ปานกลาง	4	4.08 มาก	4	3.58 มาก	5
4. ราคาถูกกว่าอาหารตราสินค้าอื่น	4.36 มาก	1	4.44 มาก	1	4.60 มากที่สุด	1	4.67 มากที่สุด	1	4.50 มาก	1
5. มีหลายราคาให้เลือก	4.21 มาก	2	4.11 มาก	2	4.40 มาก	2	4.42 มาก	3	4.28 มาก	3
6. มีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน	3.43 มาก	5	4.11 มาก	2	4.60 มากที่สุด	1	3.67 มาก	5	3.80 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.96 มาก		3.94 มาก		3.60 มาก		4.15 มาก		3.97 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 13 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามสถานศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	สถานศึกษา												รวม	
	1		2		3		4		5		6		ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ		
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	3.25	6	3.97	4	2.98	6	4.00	3	3.41	6	2.63	5	3.46	6
	ปานกลาง		มาก	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	4.01	3	4.36	3	3.98	4	4.02	2	4.39	3	4.60	1	4.18	3
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มาก	
3. ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	3.43	5	3.97	4	3.31	5	3.49	4	3.67	5	3.30	4	3.58	5
	ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		ปานกลาง		มาก		ปานกลาง		มาก	
4. ราคาถูกกว่าอาหารตราสินค้าอื่น	4.43	1	4.51	1	4.51	1	4.33	1	4.67	1	4.60	1	4.50	1
	มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก	
5. มีหลายราคาให้เลือก	4.15	2	4.39	2	4.16	2	4.00	3	4.56	2	4.30	2	4.28	2
	มาก		มาก		มาก		มาก		มากที่สุด		มาก		มาก	
6. มีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน	3.77	4	3.89	5	4.04	3	3.19	5	3.94	4	3.80	3	3.80	4
	มาก		มาก		มาก		ปานกลาง		มาก		มาก		มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84		4.18		3.82		3.83		4.11		3.94		3.97	
	มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก		มาก	

หมายเหตุ: สถานศึกษา 1= มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2 = มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 3 = มหาวิทยาลัยพายัพ 4 = มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

เชียงใหม่ 5 = มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และ 6 = มหาวิทยาลัยนอร์เทิร์นเชียงใหม่

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 14 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามกลุ่มคณะที่ศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	กลุ่มคณะที่ศึกษา						รวม	
	1		2		3		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ		
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	3.27 ปานกลาง	6	3.92 มาก	4	3.20 ปานกลาง	6	3.46 ปานกลาง	6
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	4.00 มาก	3	4.15 มาก	3	4.31 มาก	3	4.18 มาก	3
3. ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	3.45 ปานกลาง	5	3.77 มาก	5	3.50 ปานกลาง	5	3.58 มาก	5
4. ราคาถูกกว่าอาหารตราสินค้าอื่น	4.45 มาก	1	4.31 มาก	1	4.69 มากที่สุด	1	4.50 มาก	1
5. มีหลายราคาให้เลือก	4.27 มาก	2	4.08 มาก	2	4.44 มาก	2	4.28 มาก	2
6. มีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน	3.82 มาก	4	3.46 ปานกลาง	6	4.06 มาก	4	3.80 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87 มาก		3.94 มาก		4.05 มาก		3.97 มาก	

หมายเหตุ: กลุ่มคณะที่ศึกษา 1 = วิทยาศาสตร์สุขภาพ 2 = วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 3 = มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 15 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน (บาทต่อเดือน)														รวม	
	ไม่เกิน 3,000		3,001-5,000		5,001-7,000		7,001-9,000		9,001-11,000		13,001-15,000		มากกว่า 15,000			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	4.25 มาก	1	3.33 ปานกลาง	5	3.45 ปานกลาง	5	3.13 ปานกลาง	5	3.67 มาก	3	3.00 ปานกลาง	2	4.00 มาก	2	3.46 ปานกลาง	6
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	3.75 มาก	3	4.20 มาก	2	4.55 มากที่สุด	1	3.75 มาก	3	4.00 มาก	2	4.00 มาก	1	5.00 มากที่สุด	1	4.18 มาก	3
3. ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	3.50 ปานกลาง	4	3.60 มาก	4	3.64 มาก	4	3.50 ปานกลาง	4	4.00 มาก	2	3.00 ปานกลาง	2	3.50 ปานกลาง	3	3.58 มาก	5
4. ราคาถูกกว่าอาหารตราสินค้าอื่น	4.00 มาก	2	4.60 มากที่สุด	1	4.55 มากที่สุด	1	4.63 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.00 มาก	1	4.00 มาก	2	4.50 มาก	1
5. มีหลายราคาให้เลือก	4.00 มาก	2	4.20 มาก	2	4.09 มาก	2	4.63 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.00 มาก	1	4.00 มาก	2	4.28 มาก	2
6. มีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน	4.00 มาก	2	3.70 มาก	3	4.00 มาก	3	3.88 มาก	2	3.33 ปานกลาง	4	3.00 ปานกลาง	2	4.00 มาก	2	3.80 มาก	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91 มาก		3.96 มาก		4.04 มาก		3.91 มาก		4.16 มาก		3.50 ปานกลาง		4.08 มาก		3.97 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 16 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านราคา	ที่พักอาศัย										รวม	
	หอพักภายใน ม.		หอพักภายนอก ม.		บ้านเช่า		บ้านญาติ		บ้านพักส่วนตัว		ค่าเฉลี่ย	อัน
	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน	ค่าเฉลี่ย	อัน		
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	3.20	5	3.88	5	3.00	3	3.00	3	3.20	5	3.46	6
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	4.20	1	4.24	3	4.00	2	5.00	1	4.00	3	4.18	3
3. ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	3.00	6	4.12	4	4.00	2	4.00	2	3.07	6	3.58	5
4. ราคาถูกกว่าอาหารตราสินค้าอื่น	4.00	2	4.47	1	5.00	1	4.00	2	4.73	1	4.50	1
5. มีหลายราคาให้เลือก	3.60	4	4.35	2	5.00	1	4.00	2	4.40	2	4.28	2
6. มีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน	3.80	3	3.65	6	4.00	2	4.00	2	3.93	4	3.80	4
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63		4.12		4.16		4.00		3.88		3.97	

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 17 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจจะมีถึงสำเร็จรูปจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.92 มากที่สุด	1	4.81 มากที่สุด	1	4.85 มากที่สุด	1
2. มีจำหน่ายใกล้บ้านและที่ทำงาน	4.85 มากที่สุด	2	4.78 มากที่สุด	3	4.80 มากที่สุด	2
3. มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา	4.31 มาก	4	4.48 มาก	4	4.43 มาก	4
4. สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ	4.77 มากที่สุด	3	4.81 มากที่สุด	2	4.80 มากที่สุด	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.71 มากที่สุด		4.72 มากที่สุด		4.71 มากที่สุด	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 18 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ								รวม	
	18 – 20 ปี		21 – 23 ปี		24 – 26 ปี		27 – 29 ปี		ค่าเฉลี่ย	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ		
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.79	1	4.93	1	4.80	1	5.00	1	4.85	1
	มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	
2. มีจำหน่ายใกล้บ้านและที่ทำงาน	4.74	2	4.86	2	4.80	2	5.00	2	4.80	2
	มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	
3. มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา	4.26	4	4.43	4	4.80	3	5.00	3	4.43	4
	มาก		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก	
4. สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ	4.74	3	4.86	3	4.80	4	5.00	4	4.80	3
	มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.63		4.76		4.80		5.00		4.71	
	มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 19 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา						รวม	
	ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ		
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.86 มากที่สุด	1	4.90 มากที่สุด	1	4.50 มาก	1	4.85 มากที่สุด	1
2. มีจำหน่ายใกล้บ้านและที่ทำงาน	4.82 มากที่สุด	2	4.80 มากที่สุด	3	4.50 มาก	2	4.80 มากที่สุด	2
3. มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา	4.43 มาก	4	4.60 มากที่สุด	4	3.50 ปานกลาง	4	4.43 มาก	4
4. สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ	4.82 มากที่สุด	3	4.90 มากที่สุด	2	4.00 มาก	3	4.80 มากที่สุด	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.73 มากที่สุด		4.80 มากที่สุด		4.12 มาก		4.71 มากที่สุด	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 20 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชั้นปีที่ศึกษา								รวม	
	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.71 มากที่สุด	1	4.89 มากที่สุด	1	4.80 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.85 มากที่สุด	1
2. มีจำหน่ายใกล้บ้านและที่ทำงาน	4.64 มากที่สุด	2	4.89 มากที่สุด	1	4.60 มากที่สุด	2	5.00 มากที่สุด	1	4.80 มากที่สุด	2
3. มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา	4.29 มาก	3	4.44 มาก	3	4.20 มาก	3	4.67 มากที่สุด	3	4.43 มาก	4
4. สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ	4.64 มากที่สุด	2	4.89 มากที่สุด	1	4.80 มากที่สุด	1	4.92 มากที่สุด	2	4.80 มากที่สุด	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.57 มากที่สุด		4.77 มากที่สุด		4.60 มากที่สุด		4.89 มากที่สุด		4.71 มากที่สุด	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 21 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามสถานศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	สถานศึกษา												รวม	
	1		2		3		4		5		6		ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล
	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล	ค่าเฉลี่ย	อันแปรผล		
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	1.96	4	2.00	3	2.18	3	2.19	3	1.83	4	1.50	4	1.98	4
	น้อย		น้อย		น้อย		น้อย		น้อย		น้อยที่สุด		น้อย	
2. มีจำหน่ายใกล้บ้านและที่ทำงาน	2.59	3	2.49	2	2.64	2	3.00	2	2.61	3	2.50	3	2.63	3
	ปานกลาง		น้อย		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		น้อย		ปานกลาง	
3. มีจำหน่ายในท้องถิ่นตลอดเวลา	4.82	1	4.87	1	4.84	1	4.81	1	4.89	1	5.00	1	4.85	1
	มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	
4. สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ	4.77	2	4.87	1	4.84	1	4.81	1	4.78	2	4.70	2	4.80	2
	มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด		มากที่สุด	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.58		3.87		4.69		4.81		4.33		4.40		4.43	
	มากที่สุด		มาก		มากที่สุด		มากที่สุด		มาก		มาก		มาก	

หมายเหตุ: สถานศึกษา 1= มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2= มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 3= มหาวิทยาลัยพายัพ 4= มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ 5= มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และ 6= มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 22 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามกลุ่มคณะที่ศึกษา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	กลุ่มคณะที่ศึกษา						รวม	
	1		2		3		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ		
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.64 มากที่สุด	1	4.92 มากที่สุด	1	4.94 มากที่สุด	1	4.85 มากที่สุด	1
2. มีจำหน่ายใกล้บ้านและที่ทำงาน	4.64 มากที่สุด	1	4.92 มากที่สุด	1	4.81 มากที่สุด	2	4.80 มากที่สุด	2
3. มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา	4.36 มาก	2	4.54 มากที่สุด	2	4.38 มาก	3	4.43 มาก	3
4. สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ	4.64 มากที่สุด	1	4.92 มากที่สุด	1	4.81 มากที่สุด	2	4.80 มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.56 มากที่สุด		4.82 มากที่สุด		4.73 มากที่สุด		4.71 มากที่สุด	

หมายเหตุ: กลุ่มคณะที่ศึกษา 1 = วิทยาศาสตร์สุขภาพ 2 = วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 3 = มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ค่าเฉลี่ย: 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 23 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน (บาทต่อเดือน)														รวม	
	ไม่เกิน 3,000		3,001–5,000		5,001–7,000		7,001–9,000		9,001–11,000		13,001–15,000		มากกว่า 15,000			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	5.00 มาก ที่สุด	1	4.90 มาก ที่สุด	1	4.82 มาก ที่สุด	1	5.00 มาก ที่สุด	1	4.33 มาก	1	5.00 มาก ที่สุด	1	4.50 มาก	1	4.85 มาก ที่สุด	1
2. มีจำหน่ายใกล้บ้าน และที่ทำงาน	4.75 มาก ที่สุด	2	4.90 มาก ที่สุด	1	4.73 มาก ที่สุด	2	5.00 มาก ที่สุด	1	4.33 มาก	1	5.00 มาก ที่สุด	1	4.50 มาก	1	4.80 มาก ที่สุด	2
3. มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา	4.00 มาก	3	4.60 มาก ที่สุด	3	4.09 มาก	3	4.75 มาก ที่สุด	2	4.33 มาก	1	5.00 มาก ที่สุด	1	4.50 มาก	1	4.43 มาก	3
4. สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ	4.75 มาก ที่สุด	2	4.80 มาก ที่สุด	2	4.82 มาก ที่สุด	1	5.00 มาก ที่สุด	1	4.33 มาก	1	5.00 มาก ที่สุด	1	4.50 มาก	1	4.80 มาก ที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.62 มาก ที่สุด		4.80 มาก ที่สุด		4.61 มาก ที่สุด		4.93 มาก ที่สุด		4.33 มาก		5.00 มาก ที่สุด		4.50 มาก		4.71 มาก ที่สุด	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 24 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่พักอาศัย										รวม	
	หอพักภายใน ม.		หอพักภายนอก ม.		บ้านเช่า		บ้านญาติ		บ้านพักส่วนตัว			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	4.80 มากที่สุด	1	4.88 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.80 มากที่สุด	1	4.85 มากที่สุด	1
2. มีจำหน่ายใกล้บ้านและที่ทำงาน	4.60 มากที่สุด	2	4.88 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.73 มากที่สุด	2	4.80 มากที่สุด	
3. มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา	4.40 มาก	3	4.35 มาก	3	5.00 มากที่สุด	1	4.00 มาก	2	4.53 มากที่สุด	3	4.43 มาก	3
4. สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ	4.60 มากที่สุด	2	4.82 มากที่สุด	2	5.00 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.80 มากที่สุด	1	4.80 มากที่สุด	2
ค่าเฉลี่ยรวม	4.60 มากที่สุด		4.73 มากที่สุด		5.00 มากที่สุด		4.75 มากที่สุด		4.71 มากที่สุด		4.71 มากที่สุด	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 25 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ		
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	3.92 มาก	1	4.22 มาก	2	4.13 มาก	1
2. มีการจัดบุรุษให้ผู้บริหารได้ทดลองชิมตามสถานที่จำหน่าย	3.00 ปานกลาง	6	3.78 มาก	5	3.53 มาก	6
3. มีการรับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	3.23 ปานกลาง	4	3.81 มาก	4	3.63 มาก	5
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลายประเภท	3.15 ปานกลาง	5	4.37 มาก	1	3.98 มาก	2
5. มีการส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แถม	3.62 มาก	2	3.78 มาก	6	3.73 มาก	3
6. การแนะนำ บอกต่อจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติ เพื่อน	2.77 ปานกลาง	7	4.11 มาก	3	3.68 มาก	4
7. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ (เช่น การแข่งขันกีฬา) ช่วยเหลือสังคม	3.31 ปานกลาง	3	3.44 ปานกลาง	7	3.40 ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.28 ปานกลาง		3.93 มาก		3.72 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 26 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ								รวม	
	18 – 20 ปี		21 – 23 ปี		24 – 26 ปี		27 – 29 ปี		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ		
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	4.32 มาก	1	4.07 มาก	1	4.80 มากที่สุด	1	1.00 น้อยที่สุด	6	4.13 มาก	1
2. มีการจัดบูธให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิมตาม สถานที่จำหน่าย	3.32 ปานกลาง	5	3.93 มาก	2	4.20 มาก	5	1.00 น้อยที่สุด	7	3.53 มาก	6
3. มีการรับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	3.21 ปานกลาง	7	3.93 มาก	3	4.60 มากที่สุด	2	3.00 ปานกลาง	3	3.63 มาก	5
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลายประเภท	3.84 มาก	2	3.79 มาก	5	4.60 มากที่สุด	3	5.00 มากที่สุด	1	3.98 มาก	2
5. มีการส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แคม	3.58 มาก	3	3.93 มาก	4	3.60 มาก	6	4.00 มาก	2	3.73 มาก	3
6. การแนะนำ บอกต่อจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติ เพื่อน	3.53 มาก	4	3.71 มาก	6	4.40 มาก	4	3.00 มาก	4	3.68 มาก	4
7. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ (เช่น การ แข่งขันกีฬา) ช่วยเหลือสังคม	3.32 ปานกลาง	6	3.57 มาก	7	3.40 ปานกลาง	7	3.00 ปานกลาง	5	3.40 ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 มาก		3.84 มาก		4.22 มาก		2.85 ปานกลาง		3.72 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 27 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา						รวม	
	ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ		
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	4.32 มาก	1	3.70 มาก	3	3.50 ปานกลาง	3	4.13 มาก	1
2. มีการจัดบูธให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิม ตามสถานที่จำหน่าย	3.57 มาก	5	3.40 ปานกลาง	6	3.50 ปานกลาง	4	3.53 มาก	6
3. มีการรับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	3.71 มาก	4	3.50 ปานกลาง	4	3.00 ปานกลาง	6	3.63 มาก	5
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลาย ประเภท	3.89 มาก	2	4.20 มาก	1	4.00 มาก	1	3.98 มาก	2
5. มีการส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แกรม	3.82 มาก	3	3.50 ปานกลาง	5	3.50 ปานกลาง	5	3.73 มาก	3
6. การแนะนำ บอกรับจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติ เพื่อน	3.57 มาก	6	4.10 มาก	2	3.00 ปานกลาง	7	3.68 มาก	4
7. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เช่น การแข่งขันกีฬา ช่วยเหลือสังคม	3.43 ปานกลาง	7	3.20 ปานกลาง	7	4.00 มาก	2	3.40 ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.76 มาก		3.65 มาก		3.50 ปานกลาง		3.72 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 28 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ชั้นปีที่ศึกษา								รวม	
	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4		ค่าเฉลี่ย	อัน แปรผล
	ค่าเฉลี่ย	อัน แปรผล	ค่าเฉลี่ย	อัน แปรผล	ค่าเฉลี่ย	อัน แปรผล	ค่าเฉลี่ย	อัน แปรผล		
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	4.29 มาก	1	4.56 มากที่สุด	1	3.00 ปานกลาง	5	4.08 มาก	2	4.13 มาก	1
2. มีการจัดบูธให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิมตาม สถานที่จำหน่าย	3.21 ปานกลาง	6	3.78 มาก	4	3.00 ปานกลาง	5	3.92 มาก	3	3.53 มาก	6
3. มีการรับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	3.14 ปานกลาง	7	3.67 มาก	5	3.80 มาก	3	4.08 มาก	2	3.63 มาก	5
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลายประเภท	3.64 มาก	2	4.22 มาก	2	4.00 มาก	2	4.17 มาก	1	3.98 มาก	2
5. มีการส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แคม	3.43 ปานกลาง	4	3.44 มาก	6	4.20 มาก	1	4.08 มาก	2	3.73 มาก	3
6. การแนะนำ บอกรับจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติ เพื่อน	3.50 ปานกลาง	3	3.89 มาก	3	3.60 มาก	4	3.75 มาก	4	3.68 มาก	4
7. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ (เช่น การ แข่งขันกีฬา) ช่วยเหลือสังคม	3.36 ปานกลาง	5	3.11 ปานกลาง	7	3.80 มาก	3	3.50 ปานกลาง	5	3.40 ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.51 มาก		3.80 มาก		3.62 มาก		3.94 มาก		3.72 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51–5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51–4.50 เท่ากับมาก 2.51–3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51–2.50 เท่ากับน้อย 1.00–1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 29 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามสถานศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	สถานศึกษา												รวม	
	1		2		3		4		5		6			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	4.04 มาก	2	3.91 มาก	2	3.93 มาก	2	4.33 มาก	2	4.44 มาก	1	4.00 มาก	3	4.13 มาก	1
2. มีการจัดบุรุษให้ผู้บริโภคได้ ทดลองชิมตามสถานที่จำหน่าย	3.37 ปาน กลาง	6	3.75 มาก	4	2.98 ปาน กลาง	5	4.16 มาก	3	3.50 ปาน กลาง	5	3.90 มาก	4	3.53 มาก	6
3. มีการรับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	3.69 มาก	5	3.37 ปาน กลาง	7	3.49 ปาน กลาง	3	3.84 มาก	4	3.67 มาก	3	4.00 มาก	3	3.63 มาก	5
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลาย ประเภท	4.10 มาก	1	3.61 มาก	5	4.20 มาก	1	4.33 มาก	2	3.78 มาก	2	4.20 มาก	1	3.98 มาก	2
5. มีการส่งเสริมการขาย โดยการ ลด แลก แจก แถม	3.70 มาก	4	3.99 มาก	1	3.36 ปาน กลาง	4	3.77 มาก	5	3.67 มาก	3	4.10 มาก	2	3.73 มาก	3
6. การแนะนำ บอกต่อจากบุคคล อื่นๆ เช่น ชุมติ เพื่อน	3.73 มาก	3	3.48 ปาน กลาง	6	3.49 ปาน กลาง	3	4.35 มาก	1	3.56 มาก	4	3.40 ปาน กลาง	5	3.68 มาก	4
7. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ (เช่น การแข่งขันกีฬา) ช่วยเหลือสังคม	3.36 ปาน กลาง	7	3.76 มาก	3	2.98 ปาน กลาง	5	3.12 ปานกลาง	6	3.44 ปาน กลาง	6	3.90 มาก	4	3.40 ปาน กลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 มาก		3.69 มาก		3.48 ปาน กลาง		3.98 มาก		3.72 มาก		3.92 มาก		3.72 มาก	

หมายเหตุ: สถานศึกษา 1= มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2 = มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 3 = มหาวิทยาลัยพายัพ 4 = มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
 เชียงใหม่ 5 = มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และ 6 = มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 30 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามกลุ่มคณะที่ศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	กลุ่มคณะที่ศึกษา						รวม	
	1		2		3		ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ		
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	4.18 มาก	1	4.15 มาก	1	4.06 มาก	1	4.13 มาก	1
2. มีการจัดบูธให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิม ตามสถานที่จำหน่าย	3.09 ปานกลาง	6	4.00 มาก	3	3.44 ปานกลาง	6	3.53 มาก	6
3. มีการรับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	3.45 ปานกลาง	4	3.69 มาก	5	3.69 มาก	3	3.63 มาก	5
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลาย ประเภท	3.91 มาก	2	4.08 มาก	2	3.94 มาก	2	3.98 มาก	2
5. มีการส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แกรม	3.45 ปานกลาง	4	4.08 มาก	2	3.63 มาก	4	3.73 มาก	3
6. การแนะนำ บอกรับจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติ เพื่อน	3.64 มาก	3	3.92 มาก	4	3.50 ปานกลาง	5	3.68 มาก	4
7. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ (เช่น การแข่งขันกีฬา) ช่วยเหลือสังคม	3.36 ปานกลาง	5	3.62 มาก	4	3.25 ปานกลาง	7	3.40 ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.58 มาก		3.93 มาก		3.64 มาก		3.72 มาก	

หมายเหตุ: กลุ่มคณะที่ศึกษา 1 = วิทยาศาสตร์สุขภาพ 2 = วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 3 = มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 31 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
 ประเภทสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้ต่อเดือน (บาทต่อเดือน)														รวม	
	ไม่เกิน 3,000		3,001-5,000		5,001-7,000		7,001-9,000		9,001-11,000		13,001-15,000		มากกว่า 15,000			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อัน ดับ
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	3.50 ปาน กลาง	3	4.20 มาก	2	4.09 มาก	1	3.75 มาก	2	5.00 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.50 มาก	1	4.13 มาก	1
2. มีการจัดบูธให้ผู้บริโภคได้ ทดลองชิมตามสถานที่ จำหน่าย	3.50 ปาน กลาง	3	4.10 มาก	3	3.55 มาก	3	2.75 ปาน กลาง	6	3.00 ปาน กลาง	4	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	3.53 มาก	6
3. มีการรับคืน/เปลี่ยน ผลิตภัณฑ์	3.00 ปาน กลาง	5	4.20 มาก	2	3.09 ปาน กลาง	5	3.63 มาก	3	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	3.63 มาก	5
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลายประเภท	4.50 มาก	1	4.00 มาก	6	3.73 มาก	2	4.13 มาก	1	3.67 มาก	3	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	3.98 มาก	2
5. มีการส่งเสริมการขาย โดย การลด แลก แจก แถม	4.50 มาก	1	4.50 มาก	1	3.27 ปาน กลาง	4	3.75 มาก	2	3.00 ปาน กลาง	4	3.00 ปาน กลาง	3	2.50 น้อย	3	3.73 มาก	3
6. การแนะนำ บอกต่อจาก บุคคลอื่นๆ เช่นญาติ เพื่อน	3.25 ปาน กลาง	4	3.90 มาก	4	3.55 มาก	3	3.38 มาก	4	4.00 มาก	2	4.00 มาก	2	4.50 มาก	1	3.68 มาก	4
7. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรม ต่างๆ (เช่น การแข่งขัน กีฬา) ช่วยเหลือสังคม	3.75 มาก	2	4.10 มาก	5	3.09 ปาน กลาง	5	3.13 ปาน กลาง	5	3.00 ปาน กลาง	4	4.00 มาก	2	2.00 น้อย	4	3.40 ปาน กลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 มาก		4.14 มาก		3.48 มาก		3.50 ปาน กลาง		3.66 มาก		4.00 มาก		3.64 มาก		3.72 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด

ตารางภาคผนวกที่ 32 ค่าเฉลี่ยและผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
 บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปจำแนกตามที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ที่พักอาศัย										รวม	
	หอพักภายใน ม.		หอพักภายนอก ม.		บ้านเช่า		บ้านญาติ		บ้านพักส่วนตัว			
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ	ค่าเฉลี่ย แปลผล	อันดับ
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	4.00 มาก	2	3.76 มาก	4	5.00 มากที่สุด	1	5.00 มากที่สุด	1	4.40 มาก	1	4.13 มาก	1
2. มีการจัดบุรุษให้ผู้บริโภครู้จัก ทดลองชิมตามสถานที่ จำหน่าย	3.40 มาก	5	3.82 มาก	3	3.00 ปานกลาง	3	3.00 ปานกลาง	2	3.33 ปานกลาง	5	3.53 มาก	6
3. มีการรับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	3.60 มาก	4	3.59 มาก	6	4.00 มาก	2	3.00 ปานกลาง	2	3.73 มาก	3	3.63 มาก	5
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ หลายประเภท	3.80 มาก	3	4.18 มาก	2	3.00 ปานกลาง	3	3.00 ปานกลาง	2	4.00 มาก	2	3.98 มาก	2
5. มีการส่งเสริมการขาย โดยการ ลด แลก แจก แถม	4.20 มาก	1	4.24 มาก	1	3.00 ปานกลาง	3	3.00 ปานกลาง	2	3.13 ปานกลาง	6	3.73 มาก	3
6. การแนะนำ บอกต่อจากบุคคล อื่นๆ เช่น ญาติ เพื่อน	4.00 มาก	2	3.71 มาก	5	4.00 มาก	2	3.00 ปานกลาง	2	3.60 มาก	4	3.68 มาก	4
7. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ (เช่น การแข่งขันกีฬา) ช่วยเหลือสังคม	3.80 มาก	3	3.76 มาก	4	3.00 ปานกลาง	3	3.00 ปานกลาง	2	2.93 ปานกลาง	7	3.40 ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.86 มาก		3.86 มาก		3.57 มาก		3.28 ปานกลาง		3.59 มาก		3.72 มาก	

ค่าเฉลี่ย : 4.51-5.00 เท่ากับมากที่สุด 3.51-4.50 เท่ากับมาก 2.51-3.50 เท่ากับปานกลาง 1.51-2.50 เท่ากับน้อย 1.00-1.50 เท่ากับน้อยที่สุด



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาวิชาการค้นคว้าแบบอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่

คำตอบของท่านจะถูกนำไปประมวลผลเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบธุรกิจอะหมี่กึ่งสำเร็จรูป หรือผู้สนใจทั่วไป ทั้งนี้ คำตอบของท่านจะถูกนำไปใช้ในระดับภาพรวมเท่านั้น ดังนั้นจึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือจากท่านในการให้ข้อมูลตามความเป็นจริงด้วย จะเป็นพระคุณอย่างสูง

ชนัญชิตา ดิณรงค์ รหัส 4740286

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. อายุ

(1) ต่ำกว่า 18 ปี

(2) 18 – 20 ปี

(3) 21 – 23 ปี

(4) 24 – 26 ปี

(5) 27 – 29 ปี

(6) 30 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

(1) โสด

(2) สมรส

(3) หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

(4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ระดับการศึกษาที่ท่านศึกษาอยู่

(1) ปริญญาตรี

(2) ปริญญาโท

(3) ปริญญาเอก

(4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ชั้นปีที่ท่านศึกษาอยู่

(1) ชั้นปีที่ 1

(2) ชั้นปีที่ 2

(3) ชั้นปีที่ 3

(4) ชั้นปีที่ 4

(5) ชั้นปีที่ 5 ขึ้นไป

6. สถานศึกษาที่ท่านศึกษาอยู่

(1) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

(2) มหาวิทยาลัยแม่โจ้

(3) มหาวิทยาลัยพายัพ

(4) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงใหม่

(5) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

(6) มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่

7. กลุ่มคณะที่ท่านศึกษาอยู่

- (1) วิทยาศาสตร์สุขภาพ (แพทยศาสตร์, ทันตแพทยศาสตร์, เทคนิคการแพทย์, เกษษศาสตร์, พยาบาลศาสตร์, สัตวแพทยศาสตร์, หรือสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง)
- (2) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (วิทยาศาสตร์สาขาต่างๆ, วิศวกรรมศาสตร์, ศึกษาศาสตร์, เกษตรศาสตร์, อุตสาหกรรมเกษตร, สถาปัตยกรรมศาสตร์, หรือสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง)
- (3) มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (มนุษยศาสตร์, สังคมศาสตร์, บริหารธุรกิจ, เศรษฐศาสตร์, วิศวกรรมศิลป์ หรือสาขาวิชาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง)
- (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

8. รายได้ต่อเดือน

- (1) ไม่เกิน 3,000 บาท/เดือน
- (2) 3,001 – 5,000 บาท/เดือน
- (3) 5,001 – 7,000 บาท/เดือน
- (4) 7,001 – 9,000 บาท/เดือน
- (5) 9,001 – 11,000 บาท/เดือน
- (6) 11,001 – 13,000 บาท/เดือน
- (7) 13,001 – 15,000 บาท/เดือน
- (8) มากกว่า 15,000 บาท/เดือน

9. ที่พักอาศัย

- (1) หอพักภายในมหาวิทยาลัย
- (2) หอพักภายนอกมหาวิทยาลัย
- (3) บ้านเช่า
- (4) บ้านญาติ
- (5) บ้านพักส่วนตัว
- (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียสำเร็จรูป

1. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์โซเชียลมีเดียสำเร็จรูปหรือไม่

- (1) เคย
- (2) ไม่เคย

2. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์โซเชียลมีเดียสำเร็จรูปตราสินค้าใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- (1) มาม่า
- (2) ไวไว
- (3) ย่าย่า
- (4) 4me
- (5) นิชชิน
- (6) เอฟเอฟ (FF)
- (7) อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์โซเชียลมีเดียสำเร็จรูปจากแหล่งใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ร้านขายของชำ/ร้านค้าปลีก
- (2) ร้านโมเดิร์นเทรด (โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟู ฯลฯ)
- (3) ห้างสรรพสินค้า
- (4) ร้านสะดวกซื้อ
- (5) ร้านสหกรณ์ของมหาวิทยาลัย
- (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. วัตถุประสงค์ที่ท่านซื้อโซเชียลมีเดียสำเร็จรูป (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) ซื้อเพื่อรับประทานเอง
- (2) ซื้อให้เพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัว
- (3) ซื้อเพื่อนำไปบริจาคหรือทำบุญ
- (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ท่านซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยบ่อยแค่ไหน (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- (1) ทุกวัน (2) 2 – 3 วันต่อครั้ง
- (3) สัปดาห์ละครั้ง (4) เดือนละ 1 – 2 ครั้ง
- (5) อื่น โปรดระบุ.....
6. จำนวนของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ท่านซื้อในแต่ละครั้ง (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- (1) 1 – 3 ซอง/ถ้วย (2) 4 – 6 ซอง/ถ้วย
- (3) 7 – 9 ซอง/ถ้วย (4) 10 – 12 ซอง/ถ้วย
- (4) มากกว่า 12 ซอง/ถ้วย
7. ท่านรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยบ่อยแค่ไหน (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- (1) ทุกวัน (2) 2 – 3 วันต่อครั้ง
- (3) อาทิตย์ละครั้ง (4) เดือนละ 1 – 2 ครั้ง
- (5) อื่น โปรดระบุ.....
8. บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรสชาติที่ท่านมักจะเลือกซื้อมารับประทาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- (1) รสต้มยำกุ้งแบบดั้งเดิม (2) รสต้มยำกุ้งน้ำข้น
- (3) รสหมูสับ (4) รสหมูต้มยำ
- (5) รสต้มโคล้ง (6) รสผัดซีเม่า
- (7) รสเย็นตาโฟ (8) รสพริกไทยดำ
- (9) รสลาบ (10) รสหมูน้ำตก
- (11) รสปรุงสำเร็จ (12) รสเจ
- (13) รสเผ็ดพะโล้ (14) รสข้าวซอย
- (15) อื่น โปรดระบุ.....
9. ท่านมักจะซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแบบใดมารับประทาน (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- (1) แบบซอง (2) แบบถ้วย
- (3) อื่น โปรดระบุ.....
10. ท่านพึงพอใจในคุณค่าทางโภชนาการของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ท่านเลือกซื้อมารับประทานหรือไม่
- (1) ไม่พึงพอใจมาก (2) ไม่พึงพอใจ
- (3) เฉย ๆ (4) พึงพอใจ
- (5) พึงพอใจมาก (6) อื่น โปรดระบุ.....
11. ท่านทราบหรือไม่ว่าบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ท่านเลือกซื้อมารับประทาน มีสารอาหารไม่ครบ 5 หมู่และไม่เพียงพอตามที่ร่างกายต้องการ
- (1) ทราบ (2) ไม่ทราบ
12. ท่านเติมไข่ เนื้อสัตว์ ผักต่าง ๆ หรือส่วนประกอบอื่นๆ ลงในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ท่านรับประทานเพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการหรือไม่
- (1) เติม (2) ไม่เติม

13. ใครเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการเลือกซื้ออะไหล่ที่สำเร็จรูปของท่านมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- (1) ตัวท่านเอง (2) พ่อ-แม่
- (3) สามี-ภรรยา (4) ญาติ
- (5) เพื่อน (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....
14. ใครเป็นผู้ที่เลือกซื้ออะไหล่ที่สำเร็จรูปเพื่อรับประทานของท่าน
- (1) ตัวท่านเอง (2) พ่อ-แม่
- (3) สามี-ภรรยา (4) ญาติ
- (5) เพื่อน (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....
15. ใครเป็นผู้ที่รับประทานอะไหล่ที่สำเร็จรูปบ่อยครั้งที่สุดในครอบครัวหรือในบ้านพักของท่าน (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)
- (1) ตัวท่านเอง (2) พ่อ-แม่
- (3) สามี-ภรรยา (4) ญาติ
- (5) เพื่อน (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....
16. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อะไหล่ที่สำเร็จรูปจากแหล่งใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
- (1) โฆษณาจากโทรทัศน์ (2) บุรตามห้างสรรพสินค้า
- (3) อินเทอร์เน็ต (4) คำแนะนำจากบุคคลอื่น โปรดระบุ.....
- (5) สิ่งพิมพ์ต่างๆ (6) โฆษณาทางวิทยุ
- (7) ไปสเตอร์, ป้ายโฆษณา (8) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะไหล่ที่สำเร็จรูป

3.1 ในความเห็นของท่าน ท่านให้ ความสำคัญ กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อไปนี้มีมากน้อยเพียงใดในการตัดสินใจซื้ออะไหล่ที่สำเร็จรูป โดยให้ท่านเรียงลำดับความสำคัญและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ท่านต้องการเลือก

ก. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. Safety Food : อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สะอาดและปลอดภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Nutritional Food : อาหารมีคุณค่าทางโภชนาการครบ 5 หมู่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Healthy Food : อาหารเพื่อสุขภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Dietary Food : อาหารเพื่อการควบคุมน้ำหนัก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Vegetarian Food : อาหารมังสวิรัต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. รสชาติอร่อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ความหลากหลายของรสชาติ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. คราสินค้าและชื่อเสียงของผู้ผลิต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
10. จดลากลแสดงข้อมูลทางโภชนาการและส่วนประกอบของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. จดลากลระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. จดลากลระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. มีเครื่องหมาย ออ.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. มีเครื่องหมายฮาลาล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. ความสะดวกรวดเร็วในการปรุงและรับประทาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. เหตุผลที่ท่านเลือกรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) รสชาติอร่อย
- (2) มีคุณค่าทางโภชนาการ
- (3) มีปริมาณมาก
- (4) สะดวก ง่ายต่อการบริโภค เพราะไม่มีเวลา
- (5) ความสะอาด
- (6) จดลากลมีองค์ประกอบต่างๆครบถ้วน
- (7) ราคาสินค้า
- (8) ความหลากหลายในรสชาติ
- (9) หาซื้อง่าย
- (10) ราคาถูก
- (11) เชื่อมั่นว่ารับประทานแล้วไม่อ้วน
- (12) อื่น โปรดระบุ.....

19. เหตุผลที่ท่านไม่เลือกรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- (1) รสชาติไม่อร่อย
- (2) คุณค่าทางโภชนาการไม่ครบ 5 หมู่
- (3) ปริมาณน้อย
- (4) มีความหลากหลายน้อย
- (5) ผลิตภัณฑ์ไม่สะอาด
- (6) จดลากลมีองค์ประกอบไม่ครบถ้วน
- (7) ไม่มั่นใจในตราสินค้า
- (8) หาซื้อยาก
- (9) มีไขมันและแคลอรีสูง
- (10) อื่น โปรดระบุ.....

ข. ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ←		→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ราคาเหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ราคาถูกกว่าอาหารชนิดอื่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ราคาถูกกว่าอาหารตราสินค้าอื่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. มีหลายราคาให้เลือก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. มีป้ายราคาแสดงไว้ชัดเจน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. ท่านคิดว่าราคาอะไหล่ที่สำเร็จรูปที่ท่านต้องการซื้อควรมีราคาเท่าไร (ต่อซอง)
- (1) ต่ำกว่า 5 บาท (2) 5 – 7 บาท
- (3) 8 – 10 บาท (4) มากกว่า 10 บาท
9. ท่านคิดว่าราคาอะไหล่ที่สำเร็จรูปที่ท่านต้องการซื้อควรมีราคาเท่าไร (ต่อถ้วย)
- (1) ต่ำกว่า 10 บาท (2) 10 – 12 บาท
- (3) 13 – 15 บาท (4) มากกว่า 15 บาท

ค. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. หาซื้อได้ง่าย สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. มีจำหน่ายใกล้บ้านและที่ทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. สถานที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถที่สะดวกเพียงพอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ง. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. พนักงานขายให้บริการดี สุภาพ	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. มีการจัดบุรุษให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิมตามสถานที่จำหน่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. มีการรับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ หลายประเภท	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. มีการส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แถม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. การแนะนำ บอกต่อจากบุคคลอื่นๆ เช่น ชญาติ เพื่อน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. เป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ (เช่น การแข่งขันกีฬา) ช่วยเหลือสังคม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

4.1 ในความเห็นของท่าน ข้อคิดเห็น เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากน้อยเพียงใด

ก. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด ← → น้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
1. ไม่แน่ใจในมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. เกรงว่าอาหารจะมีคุณค่าทางโภชนาการไม่ครบ 5 หมู่	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. เป็นอาหารที่ไม่มีประโยชน์ต่อร่างกาย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. มีแคลอรีสูง รับประทานแล้วจะทำให้อ้วน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบในอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. รสชาติไม่อร่อยและไม่ตรงกับความต้องการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. มีความหลากหลายของรสนาติน้อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ไม่มั่นใจในตราสินค้าและชื่อเสียงของผู้ผลิต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. รูปแบบและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. ฉลากไม่แสดงข้อมูลทางโภชนาการและส่วนประกอบของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. ฉลากไม่ระบุชื่อผู้ผลิตและสถานที่ผลิต	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. ฉลากไม่ระบุวันที่ผลิตและวันหมดอายุ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. ไม่มีเครื่องหมาย อย.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. ไม่มีเครื่องหมายฮาลาล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. ไม่มีคำแนะนำในการบริโภคและวิธีการเก็บรักษา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. ความยุ่งยากในการปรุงและรับประทาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. ไม่แสดงน้ำหนักสุทธิของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ข. ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด		←————→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ราคาไม่เหมาะสมกับปริมาณของอาหาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ราคาแพงกว่าอาหารชนิดอื่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ราคาแพงกว่าอาหารสินค้าตราสินค้าอื่น	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ความหลากหลายของราคาทำให้เลือกน้อย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ไม่คิดป้ายราคาไว้ที่ผลิตภัณฑ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ค. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด		←————→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. หาชื้อยาก ไม่มีจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. สถานที่จำหน่ายอยู่ไกลบ้านและที่ทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ไม่มีจำหน่ายในท้องตลาดอยู่ตลอดเวลา/ขาดตลาด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. ไม่มีสถานที่จัดสรร/สถานที่จัดสรรไม่สะดวกและเพียงพอ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ง. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับของปัญหา				
	มากที่สุด		←————→ น้อยที่สุด		
	5	4	3	2	1
1. พนักงานขายให้บริการไม่ดี ไม่สุภาพ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ไม่มีการจัดบุรุษให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิมตามสถานที่จำหน่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ไม่มีการรับคืน/เปลี่ยนผลิตภัณฑ์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เกินความจริง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. ไม่มีการส่งเสริมการขายโดยการลด แลก แจก แถม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. ไม่มีการให้ของแถมเมื่อซื้อครบตามปริมาณที่กำหนด	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. ไม่เคยสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ให้กับสังคม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

***** ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง *****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวชนัญชิตา ดิณรงค์
วัน เดือน ปี เกิด	27 พฤศจิกายน 2524
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอุตรดิตถ์ครุณี จังหวัดอุตรดิตถ์ ปีการศึกษา 2541 สำเร็จการศึกษาปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2545
ประสบการณ์	พ.ศ. 2546 – พ.ศ. 2547 บริษัท ไดมอนด์ฟ (ไทยแลนด์) จำกัด จังหวัดลำพูน ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประสานงานฝ่ายโครงการพิเศษ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved