

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องทัศนคติต่อการบริโภคน้ำตาลทรายของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริโภคน้ำตาลทราย จำนวน 320 ราย โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 2 ถึง 6)
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทราย (ตารางที่ 7)
- ส่วนที่ 3 ความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทราย (ตารางที่ 8 ถึง 11)
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำตาลทราย (ตารางที่ 12 ถึง 28)
- ส่วนที่ 5 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม (ความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความชอบหรือความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำตาลทราย) จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา (ตารางที่ 29 ถึง 58)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	208	65.0
ชาย	112	35.0
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 35

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 25 ปี	61	19.1
26-35 ปี	139	43.4
36-45 ปี	58	18.1
46-55 ปี	32	10.0
56-65 ปี	20	6.3
65 ปีขึ้นไป	10	3.1
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 26-35 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมาคืออายุไม่เกิน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.1 อายุช่วง 36-45 ปี ร้อยละ 18.1 อายุช่วง 46-55 ปี ร้อยละ 10.0 อายุช่วง 56-65 ปี ร้อยละ 6.1 และอายุ 65 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	15	4.7
มัธยมศึกษาตอนต้น	14	4.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย/อนุปริญญา	63	19.7
ปริญญาตรี	168	52.5
สูงกว่าปริญญาตรี	60	18.8
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดอยู่นั้นระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/อนุปริญญา ร้อยละ 19.7 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 18.8 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 4.7 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 4.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	22	6.9
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	41	12.8
พนักงานบริษัท	152	47.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	36	11.3
ธุรกิจส่วนตัว	42	13.1
อาชีพอิสระ เช่น รับจ้างทั่วไป/ช่างไฟฟ้า	24	7.5
อื่นๆ	3	0.9
รวม	320	100.0

หมายเหตุ: อาชีพอื่นๆ ได้แก่ ค้าขาย และลูกจ้าง

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 และ รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 13.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.8 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 11.3 อาชีพอิสระ เช่น รับจ้างทั่วไป ช่างไฟฟ้า ร้อยละ 7.5 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 6.9 และอื่นๆ ร้อยละ 0.9 (ค้าขาย ร้อยละ 0.6 และลูกจ้าง ร้อยละ 0.3)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	25	7.8
5,001 – 10,000 บาท	48	15.0
10,001 – 20,000 บาท	106	33.1
20,001 – 30,000 บาท	56	17.5
30,001 – 40,000 บาท	44	13.8
40,001 – 50,000 บาท	21	6.6
50,000 บาท ขึ้นไป	12	3.7
อื่นๆ	8	2.5
รวม	320	100.0

หมายเหตุ: อื่นๆ หมายถึง ไม่มีรายได้

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนช่วง 10,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมา มีรายได้ช่วง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 17.5 รายได้ช่วง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 15.0 รายได้ช่วง 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 13.8 รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 7.8 รายได้ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 3.8 รายได้ 50,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 3.7 และอื่นๆ คือ ไม่มีรายได้ คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภค

ตารางที่ 7 ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำตาลทราย

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย	ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม								
	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	อันดับที่
น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย	172 53.8%	96 30.0%	46 14.4%	1 0.3%	5 1.6%	320 100%	4.34	เห็นด้วยมาก	1
น้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่สารฟอกขาว	53 16.6%	70 21.9%	97 30.3%	63 19.7%	37 11.6%	320 100%	3.12	เห็นด้วยปานกลาง	6
น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน	81 25.3%	127 39.7%	70 21.9%	32 10.0%	10 3.1%	320 100%	3.74	เห็นด้วยมาก	4
ท่านเชื่อว่าทานหวานมากๆทำให้มีอารมณ์หงุดหงิด	5 1.6%	34 10.6%	109 34.1%	95 29.7%	77 24.1%	320 100%	2.36	เห็นด้วยน้อย	7
น้ำตาลแบ่งขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต	69 21.6%	98 30.6%	109 34.1%	33 10.3%	11 3.4%	320 100%	3.57	เห็นด้วยมาก	5
รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด	97 30.3%	114 35.6%	84 26.3%	20 6.3%	5 1.6%	320 100%	3.87	เห็นด้วยมาก	2
สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาลทรายได้	94 29.4%	110 34.4%	88 27.5%	19 5.9%	9 2.8%	320 100%	3.82	เห็นด้วยมาก	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.54	เห็นด้วยมาก	

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ความเข้าใจต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดของน้ำตาลทรายโดยเฉลี่ยเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 โดยเรียงอันดับจากความเห็นในเรื่อง ที่เห็นด้วยมากที่สุด ไปจนถึงเรื่องที่เห็นด้วยน้อยที่สุด ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ เรื่องน้ำตาลทรายที่บริโภค ส่วนใหญ่ในประเทศไทยทำมาจากอ้อย เห็นด้วยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ เรื่องรัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด เห็นด้วยในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 อันดับที่ 3 เรื่องสามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาลทรายได้ในระดับ เห็น ด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 อันดับที่ 4 เรื่องน้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่ หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน เห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 อันดับที่ 5 เรื่องน้ำตาลแบ่ง ขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต เห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 อันดับที่ 6 เรื่องน้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่สารฟอกขาว เห็นด้วยในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.12 และอันดับสุดท้าย คือ ความเชื่อว่าทานหวานมากๆทำให้มีอารมณ์หงุดหงิด เห็นด้วย น้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.36

ส่วนที่ 3 ความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภค

ตารางที่ 8 ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับความชอบ หรือความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ความชอบหรือความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	อันดับที่
1. คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย	104 32.5%	116 36.3%	92 28.8%	5 1.6%	3 0.9%	320 100%	3.97	ชอบ/พอใจมาก	1
2. ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	27 8.4%	122 38.1%	129 40.3%	41 12.8%	1 0.3%	320 100%	3.42	ชอบ/พอใจปานกลาง	5
3. ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก	45 14.1%	122 38.1%	109 34.1%	42 13.1%	2 0.6%	320 100%	3.52	ชอบ/พอใจมาก	3
4. ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก	41 12.8%	123 38.4%	94 29.4%	55 17.2%	7 2.2%	320 100%	3.43	ชอบ/พอใจปานกลาง	4
5. รสชาติของน้ำตาลทราย	24 7.5%	114 35.6%	135 42.2%	31 9.7%	16 5.0%	320 100%	3.31	ชอบ/พอใจปานกลาง	6
6. สีสีน้ำตาลทราย	30 9.4%	94 29.4%	142 44.4%	43 13.4%	11 3.4%	320 100%	3.28	ชอบ/พอใจปานกลาง	8
7. ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย	17 5.3%	119 37.2%	134 41.9%	40 12.5%	10 30.0%	320 100%	3.29	ชอบ/พอใจปานกลาง	7
8. ความมีชื่อเสียงของตราหือ	41 12.8%	130 40.6%	117 36.6%	25 7.8%	7 2.2%	320 100%	3.54	ชอบ/พอใจมาก	2
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.47	ชอบ/พอใจปานกลาง	

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบ/ความรู้สึกรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.47 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย ชอบ/พอใจระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ความมี

ชื่อเสียงของตราขี้ห่อ ชอบ/พอใจระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 อันดับที่ 3 ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก ชอบ/พอใจระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.52 อันดับที่ 4 ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก ชอบ/พอใจระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.43 อันดับที่ 5 ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ชอบ/พอใจระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.42 อันดับที่ 6 รสชาติของน้ำตาลทราย ชอบ/พอใจระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.31 อันดับที่ 7 ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย ชอบ/พอใจระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.29 และอันดับสุดท้าย สีสีน้ำตาลทราย ชอบ/พอใจระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 9 ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับความชอบหรือความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน

ปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านราคา	ความชอบหรือความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม								
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่า เฉลี่ย	การแปล ความหมาย	อัน ดับ ที่
1. ราคาขายของ น้ำตาลทราย	39 12.2%	93 29.1%	158 49.4%	28 8.8%	2 0.6%	320 100%	3.43	ชอบ/พอใจ ปานกลาง	1
2. มีป้ายระบุราคา ไว้ชัดเจน	60 18.8%	93 29.1%	96 30.0%	61 19.1%	10 3.1%	320 100%	3.41	ชอบ/พอใจ ปานกลาง	2
3. การมีส่วนลดเมื่อ ซื้อตามเงื่อนไข	47 14.7%	83 25.9%	105 32.8%	58 18.1%	27 8.4%	320 100%	3.20	ชอบ/พอใจ ปานกลาง	3
4. มีซองแถม	45 14.1%	62 19.4%	96 30.0%	76 23.8%	41 12.8%	320 100%	2.98	ชอบ/พอใจ ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.25	ชอบ/พอใจ ปานกลาง	

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.25 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ราคาของน้ำตาลทราย ค่าเฉลี่ย 3.43 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.41 อันดับที่ 3 การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข ค่าเฉลี่ย 3.20 และอันดับสุดท้าย คือ มีซองแถม ค่าเฉลี่ย 2.98

ตารางที่ 10 ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับความชอบหรือความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ความชอบหรือความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	อันดับที่
1. ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	84 26.3%	155 48.4%	67 20.9%	14 4.4%	-	320 100.0%	3.97	ชอบ/ พอใจมาก	1
2. การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม	30 9.4%	103 32.2%	134 41.9%	50 15.6%	3 0.9%	320 100.0%	3.33	ชอบ/ พอใจ ปานกลาง	3
3. สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	50 15.6%	91 28.4%	136 42.5%	34 10.6%	9 2.8%	320 100.0%	3.43	ชอบ/ พอใจ ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.57	ชอบ/พอใจมาก	

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย โดยเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.57 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ชอบ/พอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด ชอบ/พอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.43 และอันดับสุดท้าย คือ การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม ชอบ/พอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.33

ตารางที่ 11 ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับความชอบหรือความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านการส่งเสริม การตลาด	ความชอบหรือความพึงพอใจของท่านในปัจจุบัน								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	อันดับที่
1. การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)	21 6.6%	76 23.8%	136 42.5%	74 23.1%	13 4.1%	320 100%	3.06	ชอบ/ พอใจ ปานกลาง	2
2. ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม	30 9.4%	49 15.3%	113 35.3%	84 26.3%	44 13.8%	320 100%	2.80	ชอบ/ พอใจ ปานกลาง	3
3. มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ	50 15.6%	58 18.1%	119 34.1%	17 5.3%	9 2.8%	320 100%	3.10	ชอบ/ พอใจ ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							2.98	ชอบ/พอใจ ปานกลาง	

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉลี่ยมีความชอบ/ความพึงพอใจในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.98 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ การลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ ค่าเฉลี่ย 3.10 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) ค่าเฉลี่ย 3.06 และอันดับสุดท้าย คือ ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม ค่าเฉลี่ย 2.80 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ตารางที่ 12 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อประเภทน้ำตาลทรายที่บริโภคเป็นประจำ

ประเภทน้ำตาลทรายที่บริโภคเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
น้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์	215	67.2	1
น้ำตาลทรายขาวธรรมดา	109	34.1	2
น้ำตาลทรายสีร่ำ	27	8.4	5
น้ำตาลทรายแดง	97	30.3	3
น้ำตาลแร่ธรรมชาติ	45	14.1	4
น้ำตาลธรรมชาติ	18	5.6	6

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 320 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคน้ำตาลทรายขาวบริสุทธิ์ เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ น้ำตาลทรายขาวธรรมดา ร้อยละ 34.1 อันดับที่ 3 คือ น้ำตาลทรายแดง ร้อยละ 30.3 อันดับที่ 4 คือ น้ำตาลแร่ธรรมชาติ ร้อยละ 14.1 อันดับที่ 5 คือน้ำตาลทรายสีร่ำ ร้อยละ 8.4 และอันดับสุดท้าย คือ น้ำตาลธรรมชาติ หรือร้อยละ 5.6

ตารางที่ 13 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อขนาดของน้ำตาลทรายที่ซื้อเป็นประจำ

ขนาดบรรจุของน้ำตาลทรายที่ซื้อเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
กระสอบ 50 กิโลกรัม	12	3.8	4
กระสอบ 25 กิโลกรัม	2	0.6	8
กระสอบ 5 กิโลกรัม	6	1.9	6
ถุง 1 กิโลกรัม	256	80.0	1
ถุง 500 กรัม	49	15.3	2
ซองยาว 8 กรัม	11	3.4	5
ซองยาว 6 กรัม	5	1.6	7
ซองเหลี่ยม	12	3.8	4
แบบขวด	26	8.1	3

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 320 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อน้ำตาลขนาดบรรจุ ถุง 1 กิโลกรัม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ถุง 500 กรัม ร้อยละ 15.3 อันดับที่ 3 คือ แบบขวด ร้อยละ 8.1 อันดับที่ 4 มี 2 ชนิด คือ กระสอบ 50 กิโลกรัม และ ซองเหลี่ยม คิดเป็นร้อยละ 3.8 อันดับที่ 5 คือ ชนิดซองยาว 8 กรัม ร้อยละ 3.4 อันดับที่ 6 คือ ชนิดกระสอบ 5 กิโลกรัม ร้อยละ 1.9 อันดับที่ 7 คือ ชนิดซองยาว 6 กรัม ร้อยละ 1.6 และอันดับสุดท้ายชนิดกระสอบ 25 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 14 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อตราหือของน้ำตาลทรายที่ซื้อและบริโภคเป็น
ส่วนมาก

ตราหือของน้ำตาลทราย	จำนวน	ร้อยละ
ตราผู้ผลิต	307	95.9
ตราผู้จำหน่าย	142	44.4
ไม่มีตราสินค้า/น้ำตาลแบ่งขาย	53	16.6

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 320 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อและบริโภคน้ำตาลตราผู้ผลิต คิด
เป็นร้อยละ 95.5 รองลงมาได้แก่ ตราผู้จำหน่าย ร้อยละ 44.4 และไม่มีตราสินค้า/น้ำตาลแบ่งขาย
จำนวน 53 คน ร้อยละ 16.6

ตารางที่ 15 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราหือของผู้ผลิต

ตราหือของผู้ผลิต	จำนวน	ร้อยละ
มิตรผล	297	92.8
วังขนาย	78	24.4
ลิน	10	3.1
ซ็อน	9	2.8
อื่นๆ	5	1.6

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 320 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

หืออื่นๆ หมายถึง ตราสินค้า OTOP

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อและบริโภคน้ำตาลหือมิตรผล คิด
เป็นร้อยละ 92.8 รองลงมาได้แก่ ตราวังขนาย ร้อยละ 24.4 ตราลิน จำนวน 10 คน ร้อยละ 3.1ตรา
ซ็อน ร้อยละ 1.6 และ ตราสินค้า OTOP ร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตราชื้อของผู้จำหน่าย

ชื้อของผู้จำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ลีดเดอร์ไฟร์ส	28	8.8
แอร์	17	5.3
ท็อปส์	99	30.9
ตราชื้ออื่นๆ	11	3.4

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 320 ราย และแต่ละรายตอบได้มากกว่า 1 ชื้อ

ชื้ออื่นๆ หมายถึง เทสโก้

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชื้อและบริโภคน้ำตาลชื้อตราผู้จำหน่าย คือตราท็อปส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาได้แก่ ตราลีดเดอร์ไฟร์ส ร้อยละ 8.8 ตราแอร์ ร้อยละ 5.3 และตราเทสโก้ ร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความถี่ในการซื้อน้ำตาลทรายโดยเฉลี่ย

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	10	3.1	5
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	33	10.3	4
เดือนละ 2-3 ครั้ง	48	15.0	3
เดือนละ 1 ครั้ง	120	37.5	1
นานกว่า 1 เดือน/ครั้ง	109	34.1	2
รวม	320	100.0	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ซื้อในการซื้อน้ำตาลทรายโดยเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง มากที่สุด อันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ นานกว่า 1 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 34.1 อันดับที่ 3 คือ เดือนละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 15.0 อันดับที่ 4 คือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 10.3 และอันดับสุดท้าย คือ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 18 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อประเภทของร้านค้าที่ซื้อน้ำตาลทรายบ่อยที่สุด

ประเภทของร้านค้าที่ซื้อน้ำตาลทรายบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven, แฟมิลี่มาร์ท	43	13.4	4
ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ โลตัส	132	41.2	1
ซูเปอร์มาร์เก็ต (ในห้างฯ) เช่น ท็อปส์	87	27.2	2
ร้านโชห่วย/ร้านค้าแบบดั้งเดิม	57	17.8	3
อื่นๆ	1	0.3	5
รวม	320	100.0	

หมายเหตุ: อื่นๆ หมายถึง ฟู้ดแลนด์

จากตารางที่ 18 พบว่า ประเภทของร้านค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้ำตาลทรายบ่อยที่สุด อันดับที่ 1 คือ ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต (ในห้างฯ) เช่น ท็อปส์ ร้อยละ 27.2 อันดับที่ 3 คือ ร้านโชห่วย/ร้านค้าแบบดั้งเดิม ร้อยละ 17.8 อันดับที่ 4 คือ ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven, แฟมิลี่มาร์ท ร้อยละ 13.4 และอันดับสุดท้าย คือ ฟู้ดแลนด์ ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 19 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อประเภทของร้านค้าที่ซื้อน้ำตาลทรายปริมาณมากที่สุด

ประเภทของร้านค้าที่ซื้อน้ำตาลทรายปริมาณมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven, แฟมิลี่มาร์ท	29	9.1	4
ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ โลตัส	183	57.2	1
ซูเปอร์มาร์เก็ต (ในห้างฯ) เช่น ท็อปส์	75	23.4	2
ร้านโชห่วย/ร้านค้าแบบดั้งเดิม	32	10.0	3
อื่นๆ	1	0.3	5
รวม	320	100.0	

หมายเหตุ: อื่นๆ หมายถึง ฟู้ดแลนด์

จากตารางที่ 19 พบว่า ประเภทของร้านค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อน้ำตาลทรายปริมาณมากที่สุด อันดับที่ 1 คือไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต (ในห้างฯ) เช่น ท็อปส์ ร้อยละ 23.4 อันดับที่ 3 ร้านโชห่วย/ร้านค้าแบบดั้งเดิม ร้อยละ 10.0 อันดับที่ 4 คือ ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven, แฟมิลี่มาร์ท ร้อยละ 9.1 และอันดับสุดท้าย คือ ฟู้ดแลนด์ ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 20 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย

เหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย	จำนวน	ร้อยละ
ปรุงรสอาหาร	186	58.1
ทำขนม	37	11.6
เติมเครื่องดื่ม	97	30.3
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อน้ำตาลทราย คือเพื่อปรุงรสอาหาร คิดเป็นร้อยละ 58.1 รองลงมาได้แก่ เติมเครื่องดื่ม ร้อยละ 30.3 และทำขนม ร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทรายมากที่สุด

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทรายมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ตัวท่านเอง	240	75.0	1
บิดา/มารดา	58	18.1	2
สามี/ภรรยา	16	5.0	3
บุตร/ธิดา	4	1.3	4
เพื่อน	1	0.3	5
คารา/บุคคลที่ชื่นชอบ	1	0.3	5
รวม	320	100.0	

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำตาลทรายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ บิดา/มารดา ร้อยละ 18.1 อันดับที่ 3 คือ สามี/ภรรยา ร้อยละ 5 อันดับที่ 4 คือ บุตร/ธิดา ร้อยละ 1.3 อันดับที่ 5 คือ เพื่อน และ คารา/บุคคลที่ชื่นชอบ จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 22 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความรู้สึกในการบริโภคน้ำตาลทราย

ความรู้สึกในการบริโภคน้ำตาลทราย	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
รู้สึกดีเพราะชอบทานหวาน	99	30.9	1
รู้สึกดี เพราะทานน้ำตาลแล้วทำให้เกิดพลังงาน	29	9.1	5
รู้สึกดี เพราะทานแล้วรู้สึกสดชื่น แจ่มใส	46	14.4	3
รู้สึกเฉยๆ	69	21.6	2
รู้สึกกังวลว่าจะทำให้เสียสุขภาพ	11	3.4	7
รู้สึกกังวลว่าจะทำให้น้ำหนักเพิ่ม	43	13.4	4
รู้สึกไม่ชอบเพราะไม่ชอบทานหวาน	18	5.6	6
อื่นๆ	5	1.6	8
รวม	320	100.0	

หมายเหตุ: อื่นๆ หมายถึง รู้สึกว่าทำให้อาหารมีรสชาติกลมกล่อม

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกในการบริโภคน้ำตาล เรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ รู้สึกดีเพราะชอบทานหวาน คิดเป็นร้อยละ 30.9 อันดับที่ 2 คือรู้สึกเฉยๆ ร้อยละ 21.6 อันดับที่ 3 คือ รู้สึกดี เพราะทานแล้วรู้สึกสดชื่น แจ่มใส ร้อยละ 14.4 อันดับที่ 4 คือ รู้สึกกังวลว่าจะทำให้น้ำหนักเพิ่ม ร้อยละ 13.4 อันดับที่ 5 คือ รู้สึกดี เพราะทานน้ำตาลแล้วทำให้เกิดพลังงาน ร้อยละ 9.1 อันดับที่ 6 คือ รู้สึกไม่ชอบเพราะไม่ชอบทานหวาน ร้อยละ 5.6 อันดับที่ 7 คือ รู้สึกกังวลว่าจะทำให้เสียสุขภาพ ร้อยละ 3.4 และอันดับสุดท้าย คือ รู้สึกว่าทำให้อาหารกลมกล่อม จำนวน 5 คน ร้อยละ 1.6

ตารางที่ 23 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทราย

ความต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทราย	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการลด	208	65.0
ไม่ต้องการลด	112	35.0

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทราย คิดเป็นร้อยละ 65 และมีผู้ที่ไม่ต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทราย ร้อยละ 35

ตารางที่ 24 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการเลือกวิธีปฏิบัติเมื่อต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทราย (เฉพาะผู้ที่เลือกข้อต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทราย)

วิธีปฏิบัติเมื่อต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทราย	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
หันไปบริโภคน้ำตาลเทียม	38	11.9	2
หันไปบริโภคสมุนไพรที่มีรสหวาน เช่น หญ้าหวาน	5	1.6	5
ลดปริมาณน้ำตาลในการบริโภคแต่ละครั้ง	144	45.0	1
หันไปบริโภคน้ำตาลจากมะพร้าว (น้ำตาลปี๊บ)	7	2.2	4
ต้องการลดบริโภคผลไม้ที่มีรสหวานแทน	14	4.4	3
รวม	208	65.0	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเมื่อต้องการลดการบริโภคน้ำตาลทรายจะเลือกปฏิบัติโดยลดปริมาณน้ำตาลในการบริโภคแต่ละ คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา อันดับที่ 2 คือ หันไปบริโภคน้ำตาลเทียม ร้อยละ 11.9 อันดับที่ 3 คือ ต้องการลดบริโภคผลไม้ที่มีรสหวานแทน ร้อยละ 4.4 อันดับที่ 4 คือ หันไปบริโภคน้ำตาลจากมะพร้าว (น้ำตาลปี๊บ) ร้อยละ 2.2 และอันดับสุดท้าย คือ หันไปบริโภคสมุนไพรที่มีรสหวาน เช่น หญ้าหวาน คิดเป็นร้อยละ 1.6

All rights reserved

ตารางที่ 25 ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำตาลทราย

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ								
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่า เฉลี่ย	การแปล ความหมาย	อัน- ดับที่
คุณภาพและความ สะอาดของน้ำตาลทราย	164 39.7%	127 39.7%	29 9.1%	-	-	320 100%	4.43	สำคัญมาก	1
ลักษณะและความ สวยงามของบรรจุภัณฑ์	43 13.4%	135 42.2%	113 35.3%	22 6.9%	7 2.2%	320 100%	3.58	สำคัญมาก	4
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมี หลายยี่ห้อให้เลือก	36 11.3%	130 40.6%	123 38.4%	28 8.8%	3 0.9%	320 100%	3.53	สำคัญมาก	6
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมี บรรจุภัณฑ์หลายขนาด ให้เลือก	47 14.7%	142 44.4%	98 30.6%	27 8.4%	6 1.9%	320 100%	3.62	สำคัญมาก	2
รสชาติของน้ำตาลทราย	39 12.2%	139 43.4%	115 35.9%	17 5.3%	10 3.1%	320 100%	3.56	สำคัญมาก	5
สีสันของน้ำตาลทราย	29 9.1%	133 41.6%	128 40.0%	16 5.0%	14 4.4%	320 100%	3.46	สำคัญ ปานกลาง	7
ขนาดเม็ดของน้ำตาล ทราย	26 8.1%	124 38.8%	136 42.5%	20 6.3%	14 4.4%	320 100%	3.40	สำคัญ ปานกลาง	8
ความมีชื่อเสียงของตรา ยี่ห้อ	40 12.5%	153 47.8%	99 30.9%	15 4.7%	13 4.1%	320 100%	3.60	สำคัญมาก	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.65	สำคัญมาก	

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.65 โดย
เรียงลำดับค่าเฉลี่ยค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ คุณภาพและความสะอาดของ
น้ำตาลทราย ค่าเฉลี่ย 4.43 อันดับที่ 2 คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก
ค่าเฉลี่ย 3.62 อันดับที่ 3 คือ ความมีชื่อเสียงของตรายี่ห้อ ค่าเฉลี่ย 3.60 อันดับที่ 4 คือ ลักษณะและ
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.58 อันดับที่ 5 คือ รสชาติของน้ำตาลทราย ค่าเฉลี่ย 3.56
อันดับที่ 6 คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก ค่าเฉลี่ย 3.53 อันดับที่ 7 คือ สีสันของ
น้ำตาลทราย ค่าเฉลี่ย 3.46 และอันดับสุดท้าย คือ ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย ค่าเฉลี่ย 3.40

ตารางที่ 26 ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านราคาของน้ำตาลทราย

ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด ด้านราคา	ระดับความสำคัญ								
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่า เฉลี่ย	การแปล ความหมาย	อัน- ดับที่
ราคาขายของ น้ำตาลทราย	86 26.9%	136 42.5%	86 26.9%	7 2.2%	5 1.6%	320 100%	3.91	สำคัญมาก	1
มีป้ายระบุราคาไว้ ชัดเจน	86 26.9%	147 45.9%	53 16.6%	25 7.8%	9 2.8%	320 100%	3.86	สำคัญมาก	2
การมีส่วนลดเมื่อ ซื้อตามเงื่อนไข	44 13.8%	115 35.9%	106 33.1%	42 13.1%	13 4.1%	320 100%	3.42	สำคัญปาน กลาง	3
มีซองแถม	41 12.8%	98 30.6%	102 31.9%	47 14.7%	32 10.0%	320 100%	3.22	สำคัญ ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.60	สำคัญมาก	

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด
ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา โดยเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 โดย
เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย ค่าเฉลี่ย 3.91
อันดับที่ 2 คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.86 อันดับที่ 3 คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อตาม
เงื่อนไข ค่าเฉลี่ย 3.42 และอันดับสุดท้าย คือ มีซองแถม ค่าเฉลี่ย 3.22

ตารางที่ 27 ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายของน้ำตาลทราย

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ								
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย	อันดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายไปมา สะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	121 37.8%	150 46.9%	38 11.9%	8 2.5%	3 0.9%	320 100%	4.18	สำคัญมาก	1
การจัดเรียงสินค้าบนชั้น วางขายสินค้าสวยงาม	31 9.7%	132 41.3%	118 36.9%	29 9.1%	10 3.1%	320 100%	3.45	ปานกลาง	3
สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	54 16.9%	131 40.9%	109 34.1%	17 5.3%	9 2.8%	320 100%	3.64	สำคัญมาก	2
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.76	สำคัญมาก	

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ
น้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย โดยเฉลี่ยในระดับสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 โดย
เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่
ทำงาน ค่าเฉลี่ย 4.18 อันดับที่ 2 คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด ค่าเฉลี่ย 3.64 และอันดับสุดท้าย
การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม ค่าเฉลี่ย 3.45

ตารางที่ 28 ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำตาลทราย

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ								
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	รวม	ค่า เฉลี่ย	การแปล ความ หมาย	อันดับที่
การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)	24 7.5%	100 31.3%	139 43.4%	42 13.1%	15 4.7%	320 100%	3.23	สำคัญปาน กลาง	2
ชิงโชคแจกของรางวัล มี ของแถม	35 10.9%	74 23.1%	134 41.9%	47 14.7%	30 9.4%	320 100%	3.11	สำคัญปาน กลาง	3
มีการลดราคาสินค้าตาม เทศกาลและโอกาสพิเศษ	54 16.9%	81 25.3%	122 38.1%	41 12.8%	22 6.9%	320 100%	3.32	สำคัญปาน กลาง	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม							3.22	สำคัญปานกลาง	

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ
น้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉลี่ยในระดับสำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย
3.22 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาส
พิเศษ ค่าเฉลี่ย 3.32 รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) ค่าเฉลี่ย 3.23
และชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม ค่าเฉลี่ย 3.11 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถาม (ความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความชอบหรือความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำตาลทราย) จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
น้ำตาลทรายที่บริโภคนั้นในประเทศไทยทำมาจากอ้อย	4.46 มาก	1	4.27 มาก	1
น้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่สารฟอกขาว	3.23 ปานกลาง	6	3.06 ปานกลาง	6
น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน	3.84 มาก	4	3.68 มาก	4
ท่านเชื่อว่าทานหวานมากๆทำให้มีอารมณ์หงุดหงิด	2.59 ปานกลาง	7	2.24 น้อย	7
น้ำตาลแบ่งขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต	3.70 มาก	5	3.50 มาก	5
รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด	3.99 มาก	2	3.80 มาก	2
สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาลทรายได้	3.98 มาก	3	3.73 มาก	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.68 มาก		3.47 ปานกลาง	

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายโดยเฉลี่ยในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายโดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.47 โดยเรียงเรื่องที่มีความรู้ ความเข้าใจอันดับแรก ไปยังอันดับสุดท้ายในลักษณะเดียวกัน ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ น้ำตาลทรายที่บริโภคนั้นในประเทศไทยทำมาจากอ้อย อันดับที่ 2 คือ รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด อันดับที่ 3 คือ สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาลทรายได้ อันดับที่ 4 คือ น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน อันดับที่ 5 คือ

น้ำตาลแบ่งขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต อันดับที่ 6 คือน้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่สารฟอกขาว และอันดับสุดท้าย คือ ท่านเชื่อว่าทานหวานมากๆทำให้มีอารมณ์หงุดหงิด

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.44 ปานกลาง	2	3.48 ปานกลาง	2
ด้านราคา	3.18 ปานกลาง	3	3.30 ปานกลาง	3
ด้านการจัดจำหน่าย	3.55 มาก	1	3.59 มาก	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.96 ปานกลาง	4	3.00 ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.28 ปานกลาง		3.34 ปานกลาง	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง มีความชอบ หรือ ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน โดยเฉลี่ยในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 3.28 และ 3.34 ตามลำดับ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยเป็นอันดับที่เหมือนกันในแต่ละปัจจัย อันดับแรก คือ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.55 และ 3.59 ตามลำดับ) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.44 และ 3.48 ตามลำดับ) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.18 และ 3.30 ตามลำดับ) และด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.96 และ 3.00 ตามลำดับ)

All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาล ทราย	3.94 มาก	1	3.98 มาก	1
ลักษณะและความสวยงามของบรรจุ ภัณฑ์	3.33 ปานกลาง	5	3.46 ปานกลาง	4
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้ เลือก	3.46 ปานกลาง	3	3.55 มาก	2
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลาย ขนาดให้เลือก	3.42 ปานกลาง	4	3.43 ปานกลาง	5
รสชาติของน้ำตาลทราย	3.23 ปานกลาง	8	3.35 ปานกลาง	6
สีน้ำตาลของน้ำตาลทราย	3.29 ปานกลาง	7	3.27 ปานกลาง	8
ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย	3.31 ปานกลาง	6	3.28 ปานกลาง	7
ความมีชื่อเสียงของตราชี่ห้อ	3.58 มาก	2	3.52 มาก	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.44 ปานกลาง		3.48 ปานกลาง	

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ย ในระดับ ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.44 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ คุณภาพและ ความสะอาดของน้ำตาลทราย อันดับที่ 2 คือ ความมีชื่อเสียงของตราชี่ห้อ อันดับที่ 3 คือ ปัจจุบัน น้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก อันดับที่ 4 คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้

เลือก อันดับที่ 5 คือ ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ อันดับที่ 6 คือ ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย อันดับที่ 7 คือ สีต้นของน้ำตาลทราย และอันดับสุดท้าย คือ รสชาติของน้ำตาลทราย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์โดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย อันดับที่ 2 คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก อันดับที่ 3 คือ ความมีชื่อเสียงของตราชี่ห้อ อันดับที่ 4 คือ ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ อันดับที่ 5 คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก อันดับที่ 6 คือ รสชาติของน้ำตาลทราย อันดับที่ 7 คือ ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย อันดับสุดท้าย คือ สีต้นของน้ำตาลทราย ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสม
การตลาดด้านราคา ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
ราคาขายของน้ำตาลทราย	3.39 ปานกลาง	1	3.46 ปานกลาง	2
มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน	3.22 ปานกลาง	2	3.51 มาก	1
การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข	3.14 ปานกลาง	3	3.24 ปานกลาง	3
มีซองแถม	2.96 ปานกลาง	4	3.00 ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.18 ปานกลาง		3.30 ปานกลาง	

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคาโดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.18 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย อันดับที่ 2 คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน อันดับที่ 3 คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข และอันดับสุดท้าย คือ มีซองแถม

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคาโดยเฉลี่ย ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.30 โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน อันดับที่ 2 คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย อันดับที่ 3 คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข และอันดับสุดท้าย คือ มีซองแถม

All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	3.96 มาก	1	3.97 มาก	1
การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม	3.29 ปานกลาง	3	3.36 ปานกลาง	3
สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	3.41 ปานกลาง	2	3.45 ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.55 มาก		3.59 มาก	

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย โดยเฉลี่ย ในระดับมากเช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 3.55 และ 3.59 ตามลำดับ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยเหมือนกันดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน อันดับที่ 2 คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด และอันดับสุดท้าย คือ การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)	3.01 ปานกลาง	2	3.08 ปานกลาง	2
ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม	2.80 ปานกลาง	3	2.80 ปานกลาง	3
มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ	3.08 ปานกลาง	1	3.12 ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.96 ปานกลาง		3.00 ปานกลาง	

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง มีความชอบหรือความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 2.96 และ 3.00 ตามลำดับ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยเหมือนกันดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ อันดับที่ 2 คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) และอันดับสุดท้าย คือ ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม

ตารางที่ 35 จำนวนผู้บริโภคต่อเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย จำแนกตามเพศ

เหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	อันดับที่	จำนวน	อันดับที่
ปรุงรสอาหาร	62	1	124	1
ทำขนม	3	3	34	3
เติมเครื่องดื่ม	47	2	50	2

จากตารางที่ 35 พบว่า จำนวนผู้บริโภคที่ให้เหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย จำแนกตามเพศ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยเหมือนกัน อันดับที่ 1 คือ เพื่อปรุงรสอาหาร รองลงมาอันดับที่ 2 คือ เติมเครื่องดื่ม และอันดับสุดท้าย คือ ทำขนม

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย	4.41 มาก	1	4.43 มาก	1
ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.71 มาก	3	3.50 มาก	5
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก	3.57 มาก	7	3.50 มาก	5
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก	3.66 มาก	4	3.59 มาก	2
รสชาติของน้ำตาลทราย	3.61 มาก	6	3.54 มาก	4
สีน้ำตาลทราย	3.63 มาก	5	3.37 ปานกลาง	7
ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย	3.47 ปานกลาง	8	3.36 ปานกลาง	8
ความมีชื่อเสียงของตราที่ห่อ	3.73 มาก	2	3.53 มาก	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.72 มาก		3.60 มาก	

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิง ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.72 และ 3.60 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ อันดับที่

1 คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย อันดับที่ 2 คือ ความมีชื่อเสียงของตราหือ อันดับที่ 3 คือ ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ อันดับที่ 4 คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก อันดับที่ 5 คือ สีสัณของน้ำตาลทราย อันดับที่ 6 คือ รสชาติของน้ำตาลทราย อันดับที่ 7 คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายหือให้เลือก และอันดับสุดท้าย คือ ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย

และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย อันดับที่ 2 คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก อันดับที่ 3 คือ ความมีชื่อเสียงของตราหือ อันดับที่ 4 คือ รสชาติของน้ำตาลทราย อันดับที่ 5 มี 2 ปัจจัยย่อย คือ ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์และปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายหือให้เลือก อันดับที่ 7 คือ สีสัณของน้ำตาลทราย และอันดับสุดท้าย คือ ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของน้ำตาลทราย
ทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
ราคาขายของน้ำตาลทราย	3.95 มาก	1	3.89 มาก	1
มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน	3.94 มาก	2	3.82 มาก	2
การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข	3.49 ปานกลาง	3	3.38 ปานกลาง	3
มีของแถม	3.24 ปานกลาง	4	3.20 ปานกลาง	4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.65 มาก		3.57 มาก	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญของปัจจัย
ส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับมากเช่นเดียวกัน
ค่าเฉลี่ย 3.65 และ 3.57 ตามลำดับ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยเหมือนกันดังต่อไปนี้
อันดับที่ 1 คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย รองลงมาอันดับที่ 2 คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน อันดับ
ที่ 3 คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข และอันดับสุดท้าย คือ มีของแถม

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของ น้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้ บ้าน/ที่ทำงาน	4.18 มาก	1	4.18 มาก	1
การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขาย สินค้าสวยงาม	3.46 ปานกลาง	3	3.45 ปานกลาง	3
สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	3.75 มาก	2	3.58 มาก	2
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.79 มาก		3.74 มาก	

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก เช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ย 3.79 และ 3.74 ตามลำดับ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยเหมือนกัน ดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน รองลงมาอันดับที่ 2 คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด และอันดับสุดท้าย คือ การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด
ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)	• 3.29 ปานกลาง	1	3.21 ปานกลาง	2
ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม	3.04 ปานกลาง	3	3.15 ปานกลาง	3
มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและ โอกาสพิเศษ	3.23 ปานกลาง	2	3.38 ปานกลาง	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.19 ปานกลาง		3.25 ปานกลาง	

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.19 และ 3.25 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) รองลงมาอันดับที่ 2 คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ และอันดับสุดท้าย คือ ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม

และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้ อันดับที่ 1 คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ รองลงมาอันดับที่ 2 คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) และอันดับสุดท้าย คือ ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทย ทำมาจากอ้อย	4.38 มาก 1	4.31 มาก 1	4.43 มาก 1	4.29 มาก 1
น้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่ สารฟอกขาว	2.80 ปานกลาง 6	3.32 ปานกลาง 6	3.10 ปานกลาง 6	3.02 ปานกลาง 6
น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อ ใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน	3.77 มาก 2	3.80 มาก 4	3.71 มาก 5	3.58 มาก 3
ท่านเชื่อว่าทานหวานมากๆทำให้มี อารมณ์หงุดหงิด	2.15 ปานกลาง 7	2.53 ปานกลาง 7	2.33 ปานกลาง 7	2.21 ปานกลาง 7
น้ำตาลแบ่งขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมี ราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต	3.48 ปานกลาง 5	3.51 มาก 5	4.02 มาก 2	3.35 ปานกลาง 5
รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบาง ประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด	3.70 มาก 4	3.96 มาก 3	3.98 มาก 3	3.78 มาก 2
สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาล ทรายได้	3.77 มาก 2	3.98 มาก 2	3.90 มาก 4	3.42 ปานกลาง 4
ค่าเฉลี่ย	3.44 ปานกลาง	3.63 มาก	3.64 มาก	3.38 ปานกลาง

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมา คือ น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา คือ สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาลทรายได้ (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยปัจจัยย่อยที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือ น้ำตาลแบ่งขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมีราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือ รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.43 ปานกลาง 2	3.48 ปานกลาง 2	3.62 มาก 1	3.33 ปานกลาง 3
ด้านราคา	3.22 ปานกลาง 3	3.15 ปานกลาง 3	3.30 ปานกลาง 3	3.50 มาก 2
ด้านการจัดจำหน่าย	3.49 ปานกลาง 1	3.63 มาก 1	3.60 มาก 2	3.54 มาก 1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.68 ปานกลาง 4	3.05 ปานกลาง 4	3.22 ปานกลาง 4	2.94 ปานกลาง 4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.20 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี และช่วงอายุ 26-35 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20 และ 3.33 ตามลำดับ) โดยปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากอันดับแรกจนถึงอันดับสุดท้ายเช่นเดียวกัน อันดับแรก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.43 และ 3.48 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

โดยปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.62)
รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33)
โดยปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.54)
รองลงมา คือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาล ทราย	4.08 มาก 1	3.87 มาก 1	4.16 มาก 1	3.89 มาก 1
ลักษณะและความสวยงามของบรรจุ ภัณฑ์	3.54 มาก 2	3.42 ปานกลาง 5	3.41 ปานกลาง 7	3.27 ปานกลาง 5
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้ เลือก	3.43 ปานกลาง 4	3.47 ปานกลาง 3	3.79 มาก 2	3.45 ปานกลาง 3
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลาย ขนาดให้เลือก	3.21 ปานกลาง 7	3.44 ปานกลาง 4	3.55 มาก 4	3.48 ปานกลาง 2
รสชาติของน้ำตาลทราย	3.28 ปานกลาง 5	3.37 ปานกลาง 7	3.40 ปานกลาง 8	3.13 ปานกลาง 6
สีใสของน้ำตาลทราย	3.13 ปานกลาง 8	3.40 ปานกลาง 6	3.47 ปานกลาง 5	2.97 ปานกลาง 8
ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย	3.26 ปานกลาง 6	3.33 ปานกลาง 8	3.45 ปานกลาง 6	3.08 ปานกลาง 7
ความมีชื่อเสียงของตราที่ยี่ห้อ	3.49 ปานกลาง 3	3.55 มาก 2	3.76 มาก 3	3.35 ปานกลาง 4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.43 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.62 มาก	3.33 ปานกลาง

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา คือ ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านราคา ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

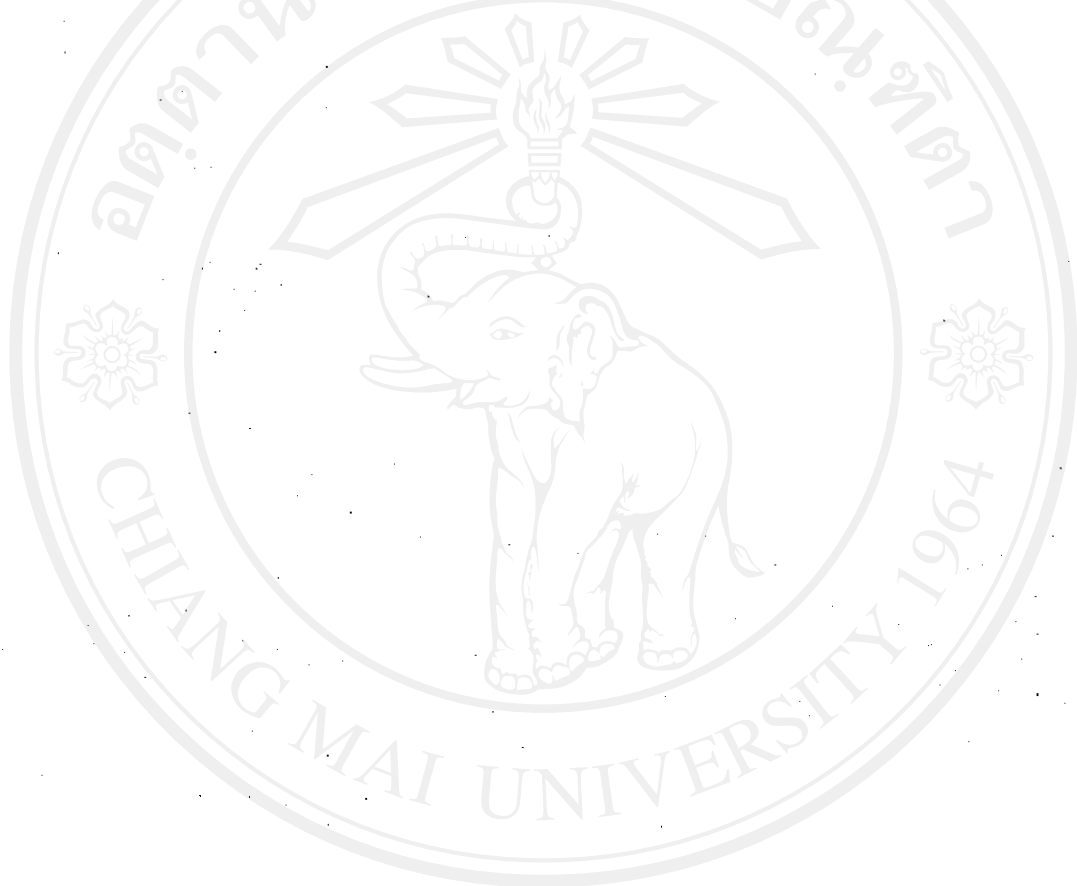
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ราคาขายของน้ำตาลทราย	3.56 มาก 1	3.33 ปานกลาง 1	3.41 ปานกลาง 2	3.56 มาก 2
มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน	3.26 ปานกลาง 2	3.33 ปานกลาง 1	3.52 มาก 1	3.65 มาก 1
การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข	3.13 ปานกลาง 3	3.06 ปานกลาง 2	3.26 ปานกลาง 3	3.53 มาก 3
มีของแถม	2.95 ปานกลาง 4	2.86 ปานกลาง 3	3.00 ปานกลาง 4	3.26 ปานกลาง 4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.22 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.50 มาก

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมา คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ ราคาขายของน้ำตาลทราย และมีป้ายราคาระบุไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.33) เท่ากัน รองลงมา คือ การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับปานกลาง (3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมา คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.56)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน	3.97 มาก 1	3.96 มาก 1	3.95 มาก 1	4.00 มาก 1
การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้า สวยงาม	3.16 ปานกลาง 3	3.42 ปานกลาง 3	3.45 ปานกลาง 2	3.21 ปานกลาง 3
สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	3.33 ปานกลาง 2	3.50 มาก 2	3.41 ปานกลาง 3	3.40 ปานกลาง 2
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.49 ปานกลาง	3.63 มาก	3.60 มาก	3.54 มาก

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา คือ การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.40)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai lamp (Lampang) on its trunk. The elephant is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)	2.93 ปานกลาง 1	3.21 ปานกลาง 1	3.36 ปานกลาง 1	2.55 ปานกลาง 3
ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม	2.44 น้อย 3	2.84 ปานกลาง 3	2.95 ปานกลาง 3	2.94 ปานกลาง 2
มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ	2.67 ปานกลาง 2	3.09 ปานกลาง 2	3.34 ปานกลาง 2	3.34 ปานกลาง 1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.68 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 2.93) รองลงมา คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 2.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.05) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมา คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.36) รองลงมา คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.34) รองลงมา คือ ชิงโชคแจกของรางวัลมีของแถม (ค่าเฉลี่ย 2.94)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 จำนวนผู้บริโภคที่ให้เหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย จำแนกตามอายุ

เหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
ปรุงรสอาหาร	43 อันดับ 1	96 อันดับ 1	17 อันดับ 2	30 อันดับ 1
ทำขนม	5 อันดับ 3	8 อันดับ 3	6 อันดับ 3	18 อันดับ 2
เติมเครื่องดื่ม	13 อันดับ 2	35 อันดับ 2	35 อันดับ 1	14 อันดับ 3
รวม	61	139	58	62

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทรายเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับแรก เพื่อปรุงรสอาหาร รองลงมาคือ เพื่อเติมเครื่องดื่ม และทำขนม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทรายเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับแรก เพื่อปรุงรสอาหาร รองลงมาคือ เพื่อเติมเครื่องดื่ม และทำขนม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี ส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทรายเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับแรก เพื่อเติมเครื่องดื่ม รองลงมาคือ เพื่อปรุงรสอาหาร และทำขนมตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีส่วนน้อย มีเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทรายเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับแรก เพื่อปรุงรสอาหาร รองลงมาทำขนม และเพื่อเติมเครื่องดื่ม ตามลำดับ

สงวนลิขสิทธิ์โดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาล ทราย	4.34 มาก 1	4.50 มาก 1	4.48 มาก 1	4.27 มาก 1
ลักษณะและความสวยงามของบรรจุ ภัณฑ์	3.43 ปานกลาง 4	3.65 มาก 4	3.79 มาก 4	3.35 ปานกลาง 5
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก	3.43 ปานกลาง 4	3.51 มาก 7	3.81 มาก 3	3.39 ปานกลาง 4
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลาย ขนาดให้เลือก	3.30 ปานกลาง 7	3.66 มาก 3	3.91 มาก 2	3.55 มาก 2
รสชาติของน้ำตาลทราย	3.52 มาก 2	3.58 มาก 6	3.67 มาก 6	3.45 ปานกลาง 3
สีน้ำตาลของน้ำตาลทราย	3.34 ปานกลาง 6	3.63 มาก 5	3.53 มาก 7	3.13 ปานกลาง 8
ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย	3.15 ปานกลาง 8	3.48 ปานกลาง 8	3.53 มาก 7	3.34 ปานกลาง 6
ความมีชื่อเสียงของครายี่ห้อ	3.46 ปานกลาง 3	3.71 มาก 2	3.79 มาก 4	3.31 ปานกลาง 7
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.50 มาก	3.72 มาก	3.81 มาก	3.47 ปานกลาง

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ รสชาติของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของน้ำตาลทราย
ทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

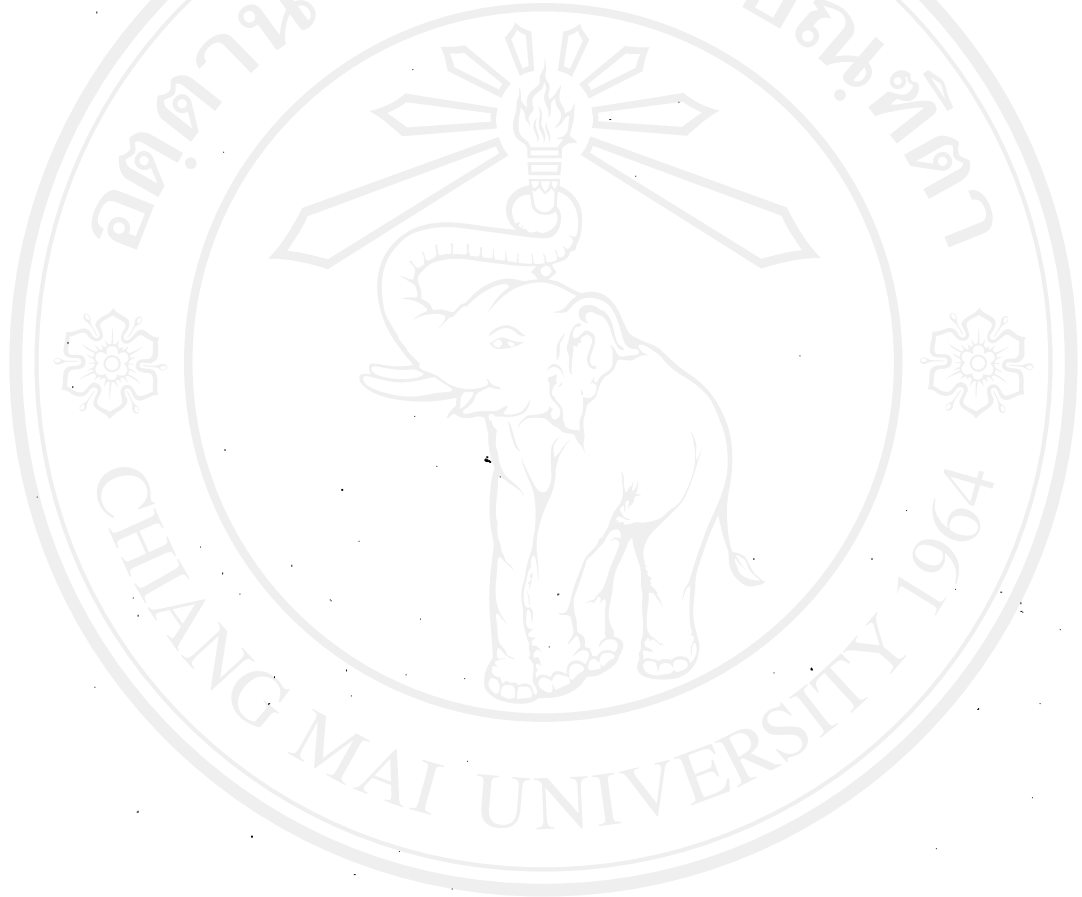
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ราคาขายของน้ำตาลทราย	3.66 มาก 2	3.99 มาก 1	3.97 มาก 2	3.94 มาก 1
มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน	3.72 มาก 1	3.95 มาก 2	4.03 มาก 1	3.65 มาก 2
การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข	3.13 ปานกลาง 4	3.48 ปานกลาง 3	3.52 มาก 3	3.48 ปานกลาง 3
มีของแถม	3.15 ปานกลาง 3	3.26 ปานกลาง 4	3.21 ปานกลาง 4	3.19 ปานกลาง 4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.42 ปานกลาง	3.67 มาก	3.68 มาก	3.57 มาก

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอันดับแรก ได้แก่ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.65)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของ น้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้ บ้าน/ที่ทำงาน	4.05 มาก 1	4.32 มาก 1	4.17 มาก 1	4.02 มาก 1
การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขาย สินค้าสวยงาม	3.34 ปานกลาง 3	3.56 มาก 3	3.48 ปานกลาง 3	3.29 ปานกลาง 3
สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	3.38 ปานกลาง 2	3.78 มาก 2	3.60 มาก 2	3.61 มาก 2
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.59 มาก	3.89 มาก	3.75 มาก	3.64 มาก

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89-3.59) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก อันดับแรก คือ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32-4.02) รองลงมา คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.78-3.38) และสุดท้าย คือ การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.56-3.29)

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)	3.08 ปานกลาง 2	3.41 ปานกลาง 2	3.34 ปานกลาง 1	2.90 ปานกลาง 3
ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม	2.98 ปานกลาง 3	3.24 ปานกลาง 3	3.07 ปานกลาง 3	3.02 ปานกลาง 2
มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและ โอกาสพิเศษ	3.13 ปานกลาง 1	3.45 ปานกลาง 1	3.28 ปานกลาง 2	3.29 ปานกลาง 1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.06 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 25 ปี ให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.13) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 26-35 ปี ให้ความสำคัญต่อยุปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.45) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ น้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.23) โดย ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.34) รองลงมา คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของ น้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27) โดย ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.29) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.02)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทราย	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทย ทำมาจากอ้อย	4.14 มาก 1	4.43 มาก 1	4.40 มาก 1
น้ำตาลทรายในปัจจุบันส่วนใหญ่ไม่ใช่ สารฟอกขาว	3.23 ปานกลาง 6	3.09 ปานกลาง 6	3.05 ปานกลาง 6
น้ำตาลเป็นสารอาหารที่ให้พลังงานที่เมื่อ ใช้ไม่หมดจะเกิดการสะสมทำให้อ้วน	3.42 ปานกลาง 5	3.82 มาก 4	3.98 มาก 3
ท่านเชื่อว่าทานหวานมากๆทำให้มี อารมณ์หงุดหงิด	2.50 ปานกลาง 7	2.39 ปานกลาง 7	2.07 ปานกลาง 7
น้ำตาลแบ่งขายโดยร้านค้าปลีกทั่วไปมักมี ราคาสูงกว่าน้ำตาลที่บรรจุโดยผู้ผลิต	3.51 มาก 3	3.67 มาก 5	3.35 ปานกลาง 5
รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบาง ประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด	3.66 มาก 2	3.93 มาก 3	4.00 มาก 2
สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาล ทรายได้	3.45 ปานกลาง 4	4.04 มาก 2	3.77 มาก 4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.42 ปานกลาง	3.62 มาก	3.50 มาก

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา คือ รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยปัจจัยย่อยที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา คือ สามารถโฆษณาประชาสัมพันธ์น้ำตาลทรายได้ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำตาลทรายในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยปัจจัยย่อยที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ น้ำตาลทรายที่บริโภคกันในประเทศไทยทำมาจากอ้อย (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา คือ รัฐบาลควบคุมราคาขายน้ำตาลทรายบางประเภทไม่ให้ขายเกินราคาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.28 ปานกลาง 3	3.52 มาก 2	3.61 มาก 2
ด้านราคา	3.30 ปานกลาง 2	3.20 ปานกลาง 3	3.38 ปานกลาง 3
ด้านการจัดจำหน่าย	3.43 ปานกลาง 1	3.58 มาก 1	3.81 มาก 1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.02 ปานกลาง 4	2.91 ปานกลาง 4	3.13 ปานกลาง 4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.26 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบันในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจ เป็นอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.43) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบันในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30 และ 3.48 ตามลำดับ) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจทุกอันดับเหมือนกัน โดยอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.58 และ 3.81 ตามลำดับ) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.52 และ 3.61 ตามลำดับ)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย	3.68 มาก 1	4.04 มาก 1	4.20 มาก 1
ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.24 ปานกลาง 6	3.40 ปานกลาง 5	3.72 มาก 2
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก	3.32 ปานกลาง 3	3.61 มาก 2	3.57 มาก 4
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาด ให้เลือก	3.28 ปานกลาง 4	3.46 ปานกลาง 4	3.53 มาก 6
รสชาติของน้ำตาลทราย	3.25 ปานกลาง 5	3.34 ปานกลาง 7	3.32 ปานกลาง 8
สีน้ำตาลของน้ำตาลทราย	2.96 ปานกลาง 8	3.36 ปานกลาง 6	3.55 มาก 5
ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย	3.18 ปานกลาง 7	3.32 ปานกลาง 8	3.37 ปานกลาง 7
ความมีชื่อเสียงของตรา ยี่ห้อ	3.36 ปานกลาง 2	3.61 มาก 2	3.62 มาก 3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.28 ปานกลาง	3.52 มาก	3.61 มาก

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ราคาขายของน้ำตาลทราย	3.51 มาก 1	3.36 ปานกลาง 2	3.53 มาก 2
มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน	3.34 ปานกลาง 2	3.38 ปานกลาง 1	3.63 มาก 1
การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข	3.29 ปานกลาง 3	3.11 ปานกลาง 3	3.33 ปานกลาง 3
มีของแถม	3.04 ปานกลาง 4	2.93 ปานกลาง 4	3.03 ปานกลาง 4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.30 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมา คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมา คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.63) รองลงมา คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.53)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้ บ้าน/ที่ทำงาน	3.83 มาก 1	3.92 มาก 1	4.32 มาก 1
การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขาย สินค้าสวยงาม	3.14 ปานกลาง 3	3.36 ปานกลาง 3	3.55 มาก 3
สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	3.32 ปานกลาง 2	3.45 ปานกลาง 2	3.57 มาก 2
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.43 ปานกลาง	3.58 มาก	3.81 มาก

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคาในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีมีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคาในระดับมากเช่นเดียวกัน (ค่าเฉลี่ย 3.58 และ ค่าเฉลี่ย 3.81 ตามลำดับ)

โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มระดับการศึกษามีความชอบหรือความพึงพอใจ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย โดยลำดับปัจจัยย่อยที่ให้ค่าเฉลี่ยอันดับแรก ถึงอันดับสุดท้ายเหมือนกัน ได้แก่ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.32-3.83) รองลงมา คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.57-3.32) และ การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้าสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.55-3.14) ตามลำดับ

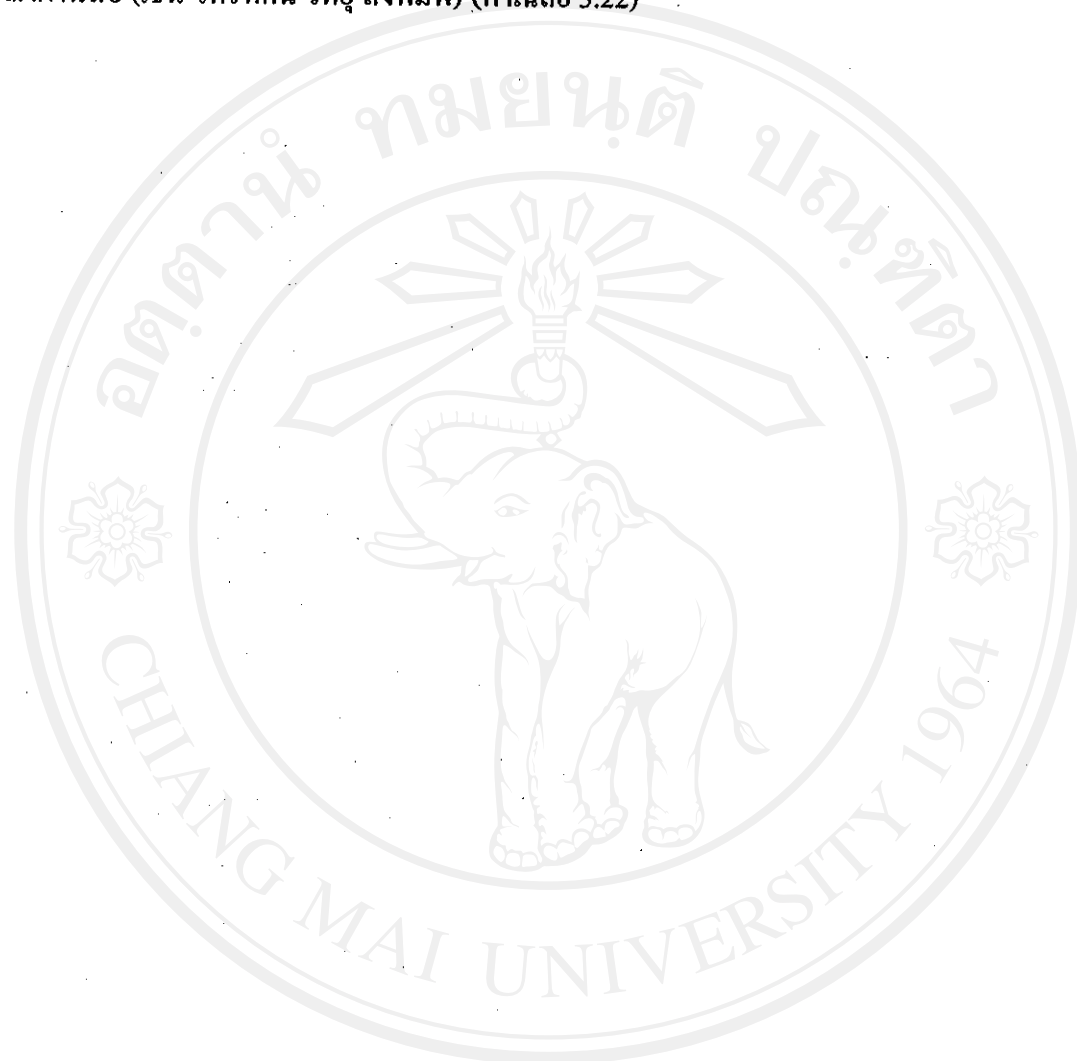
ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)	2.90 ปานกลาง 3	3.08 ปานกลาง 1	3.22 ปานกลาง 2
ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม	2.96 ปานกลาง 2	2.68 ปานกลาง 3	2.90 ปานกลาง 3
มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ	3.21 ปานกลาง 1	2.98 ปานกลาง 2	3.28 ปานกลาง 1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.02 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาค่าต่ำกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.02) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.21) รองลงมา คือ ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 2.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.08) รองลงมา คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความชอบหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยปัจจัยย่อยที่มีความชอบหรือความพึงพอใจเป็นอันดับแรก ได้แก่ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.28) รองลงมา คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.22)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 57 จำนวนผู้บริโภครู้จักต่อเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย จำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผลในการซื้อน้ำตาลทราย	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ปรุงรสอาหาร	56 อันดับ 1	102 อันดับ 1	28 อันดับ 1
ทำขนม	22 อันดับ 2	10 อันดับ 3	5 อันดับ 3
เติมเครื่องดื่ม	14 อันดับ 3	56 อันดับ 2	27 อันดับ 2
รวม	92	168	60

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทรายเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ปรุงรสอาหาร รองลงมา คือ ทำขนม และเติมเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทรายเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ปรุงรสอาหาร รองลงมา คือ เติมเครื่องดื่ม และทำขนม ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการซื้อน้ำตาลทรายเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ปรุงรสอาหาร รองลงมา คือ เติมเครื่องดื่ม และทำขนม ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ คของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย	4.13 มาก 1	4.52 มากที่สุด 1	4.58 มากที่สุด 1
ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	3.36 ปานกลาง 5	3.62 มาก 3	3.78 มาก 2
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีหลายยี่ห้อให้เลือก	3.37 ปานกลาง 4	3.59 มาก 6	3.58 มาก 5
ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลาย ขนาดให้เลือก	3.53 มาก 2	3.60 มาก 5	3.78 มาก 2
รสชาติของน้ำตาลทราย	3.46 ปานกลาง 3	3.61 มาก 4	3.58 มาก 5
สีน้ำตาลของน้ำตาลทราย	3.20 ปานกลาง 8	3.58 มาก 7	3.53 มาก 7
ขนาดเม็ดของน้ำตาลทราย	3.29 ปานกลาง 7	3.46 ปานกลาง 8	3.38 ปานกลาง 8
ความมีชื่อเสียงของตราที่ยี่ห้อ	3.33 ปานกลาง 6	3.71 มาก 2	3.70 มาก 4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.46 ปานกลาง	3.71 มาก	3.74 มาก

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญของต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.52) รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของตรายี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญของต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา คือ ปัจจุบันน้ำตาลทรายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดให้เลือก (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญของต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คุณภาพและความสะอาดของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา คือ ลักษณะและความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของน้ำตาลทราย
ทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ราคาขายของน้ำตาลทราย	3.84 มาก 1	3.90 มาก 2	4.03 มาก 2
มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน	3.62 มาก 2	3.91 มาก 1	4.10 มาก 1
การมีส่วนลดเมื่อซื้อตามเงื่อนไข	3.43 ปานกลาง 3	3.39 ปานกลาง 3	3.48 ปานกลาง 3
มีของแถม	3.28 ปานกลาง 4	3.17 ปานกลาง 4	3.23 ปานกลาง 4
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.54 มาก	3.59 มาก	3.71 มาก

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญของต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมา คือ มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญของต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา คือ ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วน
ประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดย
ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก มีป้ายระบุราคาไว้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา คือ
ราคาขายของน้ำตาลทราย (ค่าเฉลี่ย 4.03)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ของ
น้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน	3.96 มาก 1	4.27 มาก 1	4.27 มาก 1
การจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางขายสินค้า สวยงาม	3.35 ปานกลาง 3	3.48 ปานกลาง 3	3.55 มาก 3
สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด	3.51 มาก 2	3.70 มาก 2	3.65 มาก 2
ค่าเฉลี่ย	3.60 มาก	3.81 มาก	3.82 มาก

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญของต่อปัจจัย
ส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย
3.60-3.82)

โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษามี
ลำดับที่เหมือนกัน เรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ร้านค้าที่จำหน่ายไปมาสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน
(ค่าเฉลี่ย 4.27-3.96) รองลงมา คือ สินค้ามีเพียงพอไม่ขาดตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.70-3.51)

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด
ของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่	ค่าเฉลี่ย แปลผล อันดับที่
การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์)	3.04 ปานกลาง 3	3.32 ปานกลาง 2	3.32 ปานกลาง 1
ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม	3.15 ปานกลาง 2	3.08 ปานกลาง 3	3.15 ปานกลาง 3
มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและ โอกาสพิเศษ	3.33 ปานกลาง 1	3.33 ปานกลาง 1	3.30 ปานกลาง 2
ค่าเฉลี่ย	3.17 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญของต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.17) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมา คือ ชิงโชคแจกของรางวัล มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ความสำคัญของต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.24) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.33) รองลงมา คือ การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญของต่อปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดของน้ำตาลทรายทั่วไปในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง
 (ค่าเฉลี่ย 3.26) โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญอันดับแรก การโฆษณาผ่านสื่อ (เช่น โทรทัศน์ วิทยุ
 สิ่งพิมพ์) (ค่าเฉลี่ย 3.32)รองลงมา คือ มีการลดราคาสินค้าตามเทศกาลและโอกาสพิเศษ (ค่าเฉลี่ย
 3.30)

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากแบบสอบถาม

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- ควรทำถุงให้แข็งแรง เพราะตามกระบะน้ำตาลมักมีถุงแตก น้ำตาลรั่วหล่น กระจายออกมา
 ทำให้กระบะน้ำตาลสกปรก เลอะเทอะ ไม่น่าซื้อ (มีผู้ตอบจำนวน 3 ราย)
- ควรทำน้ำตาลที่เป็นสีธรรมชาติ หรือ organic sugar เพื่อจะได้รู้สึกถึงความ เป็นธรรมชาติ
 ไม่ฟอกสี (มีผู้ตอบจำนวน 1 ราย)
- ควรมีหลายขนาด หลายบรรจุภัณฑ์ให้เลือกมากกว่านี้ (มีผู้ตอบจำนวน 1 ราย)
- ไม่ควรจำกัดการซื้อต่อครั้ง โดยเฉพาะไฮเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากทำให้เสียเวลาในการซื้อ
 หลายครั้ง (มีผู้ตอบจำนวน 1 ราย)