

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลโก๋ มีดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.1 ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.0 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 40.0 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 54.5 มีอาชีพนักศึกษา ร้อยละ 24.0 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 20.5

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	112	56.00
- หญิง	88	44.00
อายุ		
- ไม่เกิน 20 ปี	29	14.50
- ระหว่าง 21 - 30 ปี	64	32.00
- ระหว่าง 31 - 40 ปี	80	40.00
- ระหว่าง 41 - 50 ปี	21	10.50
- ระหว่าง 51 - 60 ปี	4	2.00
- 60 ปีขึ้นไป	2	1.00
สถานภาพ		
- โสด	109	54.50
- สมรส	90	45.00
- หย่า/หม้าย	1	0.50

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับ ผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
- นักศึกษา	48	24.00
- รับจ้าง	23	11.50
- รับราชการ	36	18.00
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	31	15.50
- เกษตรกรรม	8	4.00
- ค้าขาย	22	11.00
- ธุรกิจส่วนตัว	32	16.00
รายได้		
- ต่ำกว่า 5,000 บาท	41	20.50
- 5,000 - 7,000 บาท	22	11.00
- 7,001 - 9,000 บาท	35	17.50
- 9,001 - 11,000 บาท	25	12.50
- 11,001 - 13,000 บาท	25	12.50
- 13,001 - 15,000 บาท	15	7.50
- มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป	37	18.50

ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

การทดสอบความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ ความเข้าใจ ว่าผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ร้อยละ 99.0 ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้

ความคิดเห็น	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
- มี	198	99.00
- ไม่มี	2	1.00

การทดสอบความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ โดยน้ำดื่ม เป็นคำตอบที่ถูกต้องที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 86 เลือกตอบ และผลิตภัณฑ์อื่นที่คำตอบถูกต้อง(เครื่องปรุงอาหาร ผลไม้กระป๋อง ขนม ข้าวสาร วัตถุดิบปรุงแต่งอาหาร ชุดทำบุญใส่บาตร เก็กสวยผงสำเร็จรูปและโซดากลิ่นส้ม/มะนาว) ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่าร้อยละ 80 เลือกตอบ สำหรับผลิตภัณฑ์อื่นๆ พบว่า มีความรู้ ความเข้าใจอย่างไม่ถูกต้อง เนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 20 เลือกตอบ น้ำตาล (คำตอบที่ผิด) และเลือกตอบไข่ไก่ กาแฟสำเร็จรูป(คำตอบที่ผิด) ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันดังแสดงตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้

ผลิตภัณฑ์	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ที่มี		
- น้ำดื่ม	172	86.00
- เครื่องปรุงอาหาร	159	79.50
- ผลไม้กระป๋อง	138	69.00

ผลิตภัณฑ์	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ที่มี		
- วัตถุประสงค์แต่งอาหาร	69	34.50
- ชุดทำบุญใส่บาตร	50	25.00
- เกี๊ยวผัดสำเร็จรูป	35	17.50
- โขดากลิ่นส้ม/มะนาว	24	12.00
ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ที่ไม่มี		
- ไข่ไก่	21	10.50
- กาแฟสำเร็จรูป	28	14.00
- น้ำตาล	40	20.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การทดสอบความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ จากแผ่นพับ ร้อยละ 88 และจากการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มากกว่า ร้อยละ 20 ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้

แหล่งสื่อ	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
- แผ่นพับ	176	88.00
- โทรทัศน์	53	26.50
- หนังสือพิมพ์	49	24.50
- นิตยสาร	12	6.00
- ตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	12	6.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การทดสอบความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 98.5 คิดว่าผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลมีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด และมีผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 1.5 เข้าใจว่าผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลมีราคาไม่ถูกกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด

ความเห็นเกี่ยวกับ ราคาของผลิตภัณฑ์	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
- ราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด	197	98.50
- ราคาไม่ถูกกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด	3	1.50

2.2 ด้านความรู้ สึก

การศึกษาทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล ด้านความรู้ สึก พบว่า ระดับความรู้ สึกต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายระดับความเห็นด้วยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก(3.65) โดยเห็นด้วยในเรื่อง สามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย (4.37)และมีสถานที่จ่อครถเพียงพอ (4.23) ในด้านผลิตภัณฑ์ระดับความเห็นด้วยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.30) โดยเห็นด้วยระดับมากในเรื่องปริมาณของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม (3.61) รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม (3.56) และเห็นด้วยระดับปานกลางในเรื่องขนาดของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม (3.50) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม (3.44) มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (3.07) รสชาติของผลิตภัณฑ์ดี (2.66) ในด้านราคาระดับความเห็นด้วยโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.65) เห็นด้วยระดับมากในเรื่องมีการติดป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.18) ราคามีความเหมาะสม (4.10) และเห็นด้วยในระดับปานกลางในเรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือก (3.30) มีการลดราคาสินค้า (3.02) และในด้านการส่งเสริมการตลาดระดับความเห็นด้วยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.87) เห็นด้วยระดับปานกลางในเรื่องการ

โฆษณาด้วยแผ่นพับ ป้ายโปสเตอร์ (4.37) เห็นด้วยระดับน้อยในเรื่องมีการส่งเสริมการขาย (2.81) มีผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม (2.23) มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ (2.09) ดังแสดงตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้

ทักษะ	ระดับทักษะที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้						ระดับความเห็นด้วย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	
ด้านผลิตภัณฑ์							
- ปริมาณของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	1	119	80	0	0	3.61±0.07	มาก
- รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	2	110	86	2	0	3.56±0.07	มาก
- ขนาดของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	2	99	96	3	0	3.50±0.09	ปานกลาง
- คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	3	91	98	7	1	3.44±0.08	ปานกลาง
- มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	10	63	73	39	15	3.07±0.13	ปานกลาง
- รสชาติของผลิตภัณฑ์ดี	0	35	85	57	23	2.66±0.14	ปานกลาง
เฉลี่ย						3.30±0.06	ปานกลาง
ด้านราคา							
- มีการติดป้ายแสดงราคาชัดเจน	64	108	28	0	0	4.18±0.10	มาก
- ราคามีความเหมาะสม	53	113	34	0	0	4.10±0.09	มาก
- มีหลายระดับราคาให้เลือก	15	64	87	34	0	3.30±0.12	ปานกลาง
- มีการลดราคาสินค้า	15	58	50	70	7	3.02±0.15	ปานกลาง
เฉลี่ย						3.65±0.07	มาก

ด้านการจัดจำหน่าย							
- มีสถานที่จ่อครรถเพียงพอ	96	86	15	2	1	4.37±0.11	มาก
- สามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย	84	85	26	3	2	4.23±0.10	มาก
เฉลี่ย						4.30±0.10	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
- การโฆษณาด้วยแผ่นพับ ป้าย โปสเตอร์	105	70	19	6	0	4.37±0.18	ปานกลาง
- มีการส่งเสริมการขาย	16	55	39	54	36	2.81±0.15	น้อย
- มีผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม	5	26	34	80	55	2.23±0.11	น้อย
- มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์	3	19	43	63	72	2.09±0.15	น้อย
เฉลี่ย						2.87±0.09	ปานกลาง

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.3 ด้านพฤติกรรม

การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ พบว่า เครื่องดื่ม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อมากที่สุด ร้อยละ 75 รองลงมาคือ เครื่องปรุง ร้อยละ 60.5 และอาหารกระป๋อง ร้อยละ 56.5 ดังแสดงตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ

ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	จำนวนผู้เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
- เครื่องดื่ม	150	75.00
- เครื่องปรุงอาหาร	121	60.50
- อาหารกระป๋อง	113	56.50
- ขนม	85	42.50
- ข้าวสาร	61	30.50
- แยม	43	21.50
- อาหารเสริม	5	2.50

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ ด้านความถี่ในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 61 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 28.5 ดังแสดงตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความถี่ในการซื้อ	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	122	61
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	57	28.5
สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง	20	10
สัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง	1	0.5
ทุกวัน	0	0

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ พบว่า มาตรฐานของสินค้าที่ได้รับการรับรองจากอย. เป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงมากที่สุด ร้อยละ 75.5 รองลงมาคือ ความปลอดภัยที่ได้รับจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 74 และประโยชน์ของสินค้าคุ้มกับราคา ร้อยละ 60 ดังแสดงตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้

เหตุผลที่ซื้อ	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
- มาตรฐานของสินค้าที่ได้รับ		
การรับรองจาก อย.	151	75.50
- ความปลอดภัยที่ได้รับจาก		
การบริโภคผลิตภัณฑ์	148	74.00
- ประโยชน์ของสินค้าคุ้มกับราคา	120	60.00
- สินค้าสดใหม่และสะอาด	111	55.50
- การบรรจุหีบห่อที่สะอาดและทันสมัย	88	44.00
- ความสะดวกประหยัดเวลาในการ		
รับประทาน	51	25.50
- ราคาดีหรือ	44	22.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้เกี่ยวกับแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อที่เทสโก้ โลตัส สาขาค้าปลีก มากที่สุด ร้อยละ 41.6 รองลงมา คือ ซื้อที่เทสโก้โลตัส สาขาห้างดง ร้อยละ 30.4 และ Lotus Express มีสัดส่วนไม่เกิน ร้อยละ 20 ดังแสดงตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้

แหล่งที่ซื้อ	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
- เทสโก้โลตัส สาขาค้าปลีก	103	51.50
- เทสโก้โลตัส สาขาห้างดง	61	30.50
- Lotus Express	36	18.00

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้จากร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ ร้อยละ 56.5 และผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีร้านซื้อเป็นประจำ ร้อยละ 43.5 ดังแสดงตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 พฤติกรรมการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้

พฤติกรรมการซื้อ	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
- เลือกซื้อร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ	113	56.50
- ไม่มีร้านซื้อเป็นประจำ	87	43.50

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ ครั้งละ 101-500 บาท ร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 23.5 และ 51-100 บาท ร้อยละ 20 สำหรับจำนวนเงินที่ซื้ออื่น ๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ดังแสดงตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้

จำนวนเงินที่ซื้อ	จำนวนผู้ที่เลือกตอบ (คน)	ร้อยละ
- ไม่เกิน 50 บาท	11	5.50
- 51 - 100 บาท	40	20.00
- 101 - 500 บาท	97	48.50
- 501 - 1,000 บาท	47	23.50
- มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป	5	2.50

ส่วนที่ 3 ทักษะและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้

3.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความรู้ความเข้าใจในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ ดังตารางที่ 4.13 สำหรับความรู้ความเข้าใจในด้านผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ เนื่องจากทั้งเพศชายและเพศหญิงเลือกตอบข้อที่ถูกต้องเกินร้อยละ 50 มี 4 ข้อ (น้ำดื่ม เครื่องปรุงอาหาร อาหารกระป๋อง และขนม) สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงเลือกตอบข้อที่ถูกต้อง (ข้าวสาร วัตถุดิบปรุงแต่งอาหาร ชุดทำบุญใส่บาตร โขดากลิ่นส้ม / มะนาว เก๊กฮวยผงสำเร็จรูป) และเลือกตอบข้อที่ไม่ถูกต้อง (ไข่ไก่ น้ำตาล และกาแฟสำเร็จรูป) ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.13 ความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลฯ จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็น	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- มี	112	100.00	86	97.73
- ไม่มี	0	0.00	2	2.27

ตารางที่ 4.14 ความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลฯ จำแนกตามเพศ

ผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลฯ ที่มี				
- น้ำดื่ม	97	86.61	75	85.23
- เครื่องปรุงอาหาร	92	82.14	67	76.14
- ผลไม้กระป๋อง	81	72.32	57	64.77
- ขนม	78	69.64	59	67.05
- ข้าวสาร	42	37.50	47	53.41
- วัสดุปรุงแต่งอาหาร	32	28.57	37	42.05
- ชุดทำบุญใส่บาตร	19	16.96	31	35.23
- โศดากลิ่นส้ม/มะนาว	14	12.50	10	11.36
- เกี๊ยวผัดสำเร็จรูป	11	9.82	24	27.27
ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลฯ ที่ไม่มี				
- ไข่ไก่	10	8.93	11	12.50
- กาแฟสำเร็จรูป	12	10.71	16	18.18
- น้ำตาล	16	14.29	24	27.27

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลเมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลจาก แผ่นพับมากที่สุด ร้อยละ 91.07 รองลงมา คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 22.32 ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลจำแนกตามเพศ

แหล่งสื่อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- แผ่นพับ	102	91.07	74	84.09
- โทรทัศน์	25	22.32	28	31.82
- หนังสือพิมพ์	22	19.64	27	30.68
- ตัวแทนจำหน่าย โดยตรง	6	5.36	6	6.82
- นิตยสาร	4	3.57	8	9.09

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้กับผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาดเมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด ร้อยละ 99.11 ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้กับผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด จำแนกตามเพศ

ความเห็นเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- ราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด	111	99.11	87	98.86
- ราคาไม่ถูกกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด	1	0.89	1	1.14

ด้านความรู้สึกรู้สึกต่อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ระดับความรู้สึกต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการจัดจำหน่ายระดับความเห็นด้วยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเห็นด้วยในเรื่อง สามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย และมีสถานที่จัดสรรเพียงพอ ในด้านผลิตภัณฑ์ระดับความเห็นด้วยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยเห็นด้วยระดับมากในเรื่องปริมาณของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม และเพศชายเห็นด้วยระดับปานกลางในเรื่องขนาดของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม เพศหญิงเห็นด้วยระดับมากในเรื่องขนาดของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม ทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นด้วยระดับปานกลางในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รสชาติของผลิตภัณฑ์ที่ดี ในด้านราคา ระดับความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นด้วยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เห็นด้วยระดับมากในเรื่องมีการติดป้ายแสดงราคาชัดเจนและราคามีความเหมาะสม และเห็นด้วยในระดับปานกลางในเรื่องมีหลายระดับราคาให้เลือก มีการลดราคาสินค้า และในด้านการส่งเสริมการตลาดระดับความเห็นด้วยของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นด้วยระดับ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เห็นด้วยระดับมากในเรื่องการโฆษณาด้วยแผ่นพับ

และป้ายโปสเตอร์ เห็นด้วยระดับปานกลางในเรื่องมีการส่งเสริมการขาย เห็นด้วยระดับน้อยมีผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิมและมีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์ ดังแสดงตารางที่ 4.17

2.2 ด้านความรู้ สึก

ตารางที่ 4.17 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล
จำแนกตามเพศ

ทัศนคติ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความเห็นด้วย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความเห็นด้วย
ด้านผลิตภัณฑ์				
- ปริมาณของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	3.56±0.09	มาก	3.66±0.10	มาก
- รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	3.53±0.10	มาก	3.60±0.11	มาก
- คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	3.48±0.10	ปานกลาง	3.39±0.15	ปานกลาง
- ขนาดของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม	3.45±0.11	ปานกลาง	3.57±0.11	มาก
- มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	2.90±0.18	ปานกลาง	3.28±0.21	ปานกลาง
- รสชาติของผลิตภัณฑ์ดี	2.64±0.17	ปานกลาง	2.68±0.18	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.26±0.09	ปานกลาง	3.36±0.09	ปานกลาง
ด้านราคา				
- มีการติดป้ายแสดงราคาชัดเจน	4.21±0.11	มาก	4.14±0.15	มาก
- ราคามีความเหมาะสม	4.12±0.12	มาก	4.07±0.15	มาก
- มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.15±0.15	ปานกลาง	3.49±0.17	ปานกลาง
- มีการลดราคาสินค้า	2.87±0.19	ปานกลาง	3.22±0.23	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.59±0.09	มาก	3.73±0.12	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย				
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	4.40±0.14	มาก	4.33±0.13	มาก
- สามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย	4.24±0.16	มาก	4.22±0.17	มาก

	เฉลี่ย		4.27±0.12	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
- การโฆษณาด้วยแผ่นพับ ป้ายโปสเตอร์	4.47±0.14	มาก	4.24±0.17	มาก
- มีการส่งเสริมการขาย	2.56±0.22	ปานกลาง	3.11±0.26	ปานกลาง
- มีผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม	2.09±0.19	น้อย	2.41±0.23	น้อย
- มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์	2.02±0.20	น้อย	2.18±0.21	น้อย
	เฉลี่ย	ปานกลาง	2.99±0.14	ปานกลาง

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้เมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเลือกซื้อมากที่สุด คือ เครื่องดื่ม เพศชายร้อยละ 83.93 เพศหญิง ร้อยละ 63.64 รองลงมาคือ เครื่องปรุง เพศชายร้อยละ 63.39 เพศหญิง ร้อยละ 56.82 และอาหารกระป๋อง เพศชายร้อยละ 60.71 เพศหญิง ร้อยละ 51.14 ผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ มีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 50 ดังแสดงตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อจำแนกตามเพศ

ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- เครื่องดื่ม	94	83.93	56	63.64
- เครื่องปรุงอาหาร	71	63.39	50	56.82
- อาหารกระป๋อง	68	60.71	45	51.14
- ขนม	46	41.07	39	44.32
- ข้าวสาร	33	29.46	28	31.82
- แยม	25	22.32	18	20.45
- อาหารเสริม	4	3.57	1	1.14

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลเมื่อจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ดังแสดงตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ความถี่ในการซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	66	58.93	56	63.64
- สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	36	32.14	21	23.86
- สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง	9	8.04	11	12.50
- สัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง	1	0.89	0	0.00
- ทุกวัน	0	0.00	0	0.00

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่คำนึงถึงในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตรา
 เทสโก้เมื่อจำแนกตามเพศผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศ
 หญิงคำนึงถึงคือ มาตรฐานของสินค้าที่ได้รับการรับรองจากอย. รองลงมาคือ ความปลอดภัยที่
 ได้รับจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ ดังแสดงตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ จำแนกตาม
 เพศ

เหตุผลที่ซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- มาตรฐานของสินค้าที่ได้ รับรองจาก อย.	87	77.68	64	72.73
- ความปลอดภัยที่ได้รับจาก การบริโภคผลิตภัณฑ์	86	76.79	62	70.45
- สินค้าสดใหม่สะอาด	68	60.71	43	48.86
- ประโยชน์ของสินค้าคุ้มกับ ราคา	66	58.93	54	61.36
- การบรรจุหีบห่อที่สะอาดและ ทันสมัย	52	46.43	36	40.91
- ความสะดวกประหยัดเวลาใน การรับประทาน	25	22.32	26	29.55
- รสชาติอร่อย	23	20.54	21	23.86

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ที่เทสโก้ โลตัส สาขา คำเที่ยง มากที่สุด รองลงมา คือ เทสโก้โลตัส สาขาหางดง และ Lotus Express ดังแสดงตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ จำแนกตามเพศ

แหล่งที่ซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- เทสโก้โลตัส สาขาคำเที่ยง	56	50.00	47	53.41
- เทสโก้โลตัส สาขาหางดง	35	31.25	26	29.55
- Lotus Express	21	18.75	15	17.05

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ เมื่อ
จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้จากร้านใด
ร้านหนึ่งเป็นประจำ และผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงไม่มีร้านใดร้านหนึ่งที่ซื้อเป็นประจำ ดัง
แสดงตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 พฤติกรรมการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้
จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- เลือกซื้อร้านใดร้านหนึ่ง เป็นประจำ	71	63.39	42	47.73
- ไม่มีร้านใดร้านหนึ่งซื้อ เป็นประจำ	41	36.61	46	52.27

การศึกษาพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล
 จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล
 ไม้ครั้งละ 101-500 บาท ร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 23.5 และ 51-100
 บาท ร้อยละ 20 สำหรับจำนวนเงินที่ซื้ออื่น ๆ มีสัดส่วนไม่ถึงร้อยละ 10 ดังแสดงตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล
 จำแนกตามเพศ

จำนวนเงินที่ซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- ไม่เกิน 50 บาท	5	4.46	6	6.82
- 51 - 100 บาท	17	15.18	23	26.14
- 101 - 500 บาท	61	54.46	36	40.91
- 501 - 1,000 บาท	26	23.21	21	23.86
- มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	3	2.68	2	2.27

ความรู้ ความเข้าใจของเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้เมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีความรู้ ความเข้าใจ ว่าผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็น	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- มี	29	100.00	62	96.88	80	100.00	21	100.00	4	100.00	2	100.00
- ไม่มี	0	0.00	2	3.13	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

ความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้เมื่อ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ เนื่องจากเลือกตอบข้อที่ถูกต้องเกินร้อยละ 50 มี 2 ข้อ (น้ำดื่ม และเครื่องปรุงอาหาร) สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ พบว่า เลือกตอบข้อที่ถูกต้อง (ขนม ผลไม้กระป๋อง ข้าวสาร วัตถุปรุงแต่งอาหาร ชุดทำบุญใส่บาตร โศดากลิ่นส้ม / มะนาว เก๊กฮวยผงสำเร็จรูป) และเลือกตอบข้อที่ไม่ถูกต้อง (ไข่ไก่ น้ำตาล และกาแฟสำเร็จรูป) ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ดังแสดงตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 ความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ จำแนกตามอายุ

ผลิตภัณฑ์	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	(คน)	ร้อยละ	(คน)	ร้อยละ	(คน)	ร้อยละ	(คน)	ร้อยละ	(คน)	ร้อยละ	(คน)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ที่มี												
- น้ำดื่ม	22	75.86	57	89.06	69	86.25	18	85.71	4	100	2	100
- เครื่องปรุงอาหาร	19	65.52	52	81.25	70	87.50	14	66.67	2	50.00	2	100
- ขนม	18	62.07	42	65.63	63	78.75	12	57.14	1	25.00	1	50
- ผลไม้กระป๋อง	18	62.07	43	67.19	64	80.00	11	52.38	1	25.00	1	50
- วัตถุปรุงแต่งอาหาร	13	44.83	24	37.50	24	30.00	7	33.33	1	25.00	0	0.00
- ข้าวสาร	12	41.38	33	51.56	29	36.25	11	52.38	3	75.00	1	50
- ชุดทำบุญใส่บาตร	9	31.03	13	20.31	17	21.25	9	42.86	2	50.00	0	0.00
- เก๊กฮวยผงสำเร็จรูป	4	13.79	10	15.63	13	16.25	7	33.33	1	25.00	0	0.00
- โศดากลิ่นส้ม/มะนาว	1	3.45	6	9.38	15	18.75	1	4.76	1	25.00	0	0.00
ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ที่ไม่มี												
- น้ำตาล	12	41.38	14	21.88	7	8.75	5	23.81	2	50.00	0	0.00
- กาแฟสำเร็จรูป	9	31.03	7	10.94	5	6.25	5	23.81	2	50.00	0	0.00
- ไข่ไก่	6	20.69	10	15.63	2	2.50	1	4.76	2	50.00	0	0.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ เมื่อจำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ จากแผ่นพับมากที่สุด และรองลงมาคือ โทรทัศน์ ดังแสดงตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ จำแนกตามอายุ

แหล่งสื่อ	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	(น) / ร้อย	(น) / ร้อย	(น) / ร้อย	(น) / ร้อย	(น) / ร้อย	(น) / ร้อย	(น) / ร้อย	(น) / ร้อย	(น) / ร้อย	(น) / ร้อย		
- แผ่นพับ	21	72.41	57	89.06	76	95.00	19	90.48	1	25.00	2	100.00
- โทรทัศน์	14	48.28	13	20.31	20	25.00	6	28.57	0	0.00	0	0.00
- หนังสือพิมพ์	7	24.14	14	21.88	22	27.50	4	19.05	2	50.00	0	0.00
- นิตยสาร	3	10.34	2	3.13	5	6.25	1	4.76	1	25.00	0	0.00
- ตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	3	10.34	5	7.81	2	2.50	1	4.76	1	25.00	0	0.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลกับผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาดเมื่อจำแนกตามอายุผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความคิดเห็นว่าราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลมีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลกับผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด จำแนกตามอายุ

ความเห็นเกี่ยวกับ ราคาของ ผลิตภัณฑ์	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	(พบ) ร้อยละ	ร้อยละ	(พบ) ร้อยละ	ร้อยละ	(พบ) ร้อยละ	ร้อยละ	(พบ) ร้อยละ	ร้อยละ	(พบ) ร้อยละ	ร้อยละ	(พบ) ร้อยละ	ร้อยละ
- ราคาถูกกว่า ผลิตภัณฑ์อาหาร ตามท้องตลาด	27	93.10	64	100.00	79	98.75	21	100.00	4	100.00	2	100.00
- ราคาไม่ถูกกว่า ผลิตภัณฑ์อาหาร ตามท้องตลาด	2	6.90	0	0.00	1	1.25	0	0.00	0	0.00	0	0.00

2.2 ด้านความรู้ สึก

ด้านความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้เมื่อจำแนกตามช่วงอายุผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ระดับความเห็นด้วยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย มีระดับความเห็นด้วยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในด้านผลิตภัณฑ์ระดับความเห็นด้วยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 60 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี และอายุระหว่าง 51-60 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ในด้านราคา ระดับความเห็นด้วยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และในด้านการส่งเสริมการตลาดระดับความเห็นด้วยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ดังแสดงตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ จำแนกตามอายุ

ทัศนคติ	ระดับความเห็นด้วยแต่ละช่วงอายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์						
- ปริมาณของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม	3.86±0.13 (มาก)	3.55±0.13 (มาก)	3.56±0.11 (มาก)	3.67±0.22 (มาก)		
- รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม	3.59±0.22 (มาก)	3.52±0.13 (มาก)	3.58±0.12 (มาก)	3.67±0.22 (มาก)	3.00±1.30 (ปานกลาง)	
- ขนาดของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม	3.72±0.17 (มาก)	3.41±0.15 (ปานกลาง)	3.50±0.12 (ปานกลาง)	3.57±0.23 (มาก)		3.50±6.35 (ปานกลาง)
- คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม	3.69±0.21 (มาก)	3.30±0.18 (ปานกลาง)	3.49±0.12 (ปานกลาง)	3.48±0.23 (ปานกลาง)	2.75±0.80 (ปานกลาง)	3.50±6.35 (ปานกลาง)

ทัศนคติ	ระดับความเห็นด้วยแต่ละช่วงอายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปีขึ้นไป
- มีความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์ - รสชาติของผลิตภัณฑ์ดี	3.72±0.35 (มาก)	2.86±0.24 (ปานกลาง)	2.94±0.23 (ปานกลาง)	3.19±0.37 (ปานกลาง)	3.25±1.52 (ปานกลาง)	
	2.86±0.35 (ปานกลาง)	2.39±0.24 (น้อย)	2.66±0.19 (ปานกลาง)	3.05±0.34 (ปานกลาง)	2.75±0.80 (ปานกลาง)	
	เฉลี่ย 3.57±0.15 (มาก)	3.17±0.11 (ปานกลาง)	3.29±0.10 (ปานกลาง)	3.44±0.20 (ปานกลาง)	2.96±0.50 (ปานกลาง)	3.83±2.12 (มาก)
ด้านราคา						
- มีการติดป้ายแสดงราคา ชัดเจน	4.14±0.26 (มาก)	4.13±0.18 (มาก)	4.28±0.13 (มาก)	4.10±0.32 (มาก)	3.75±0.80 (มาก)	4.50±6.35 (มาก)
- ราคามีความเหมาะสม	4.03±0.24 (มาก)	4.08±0.17 (มาก)	4.18±0.13 (มาก)	3.95±0.37 (มาก)	3.75±0.80 (มาก)	4.50±6.35 (มาก)
- มีหลายระดับราคาให้ เลือก	3.76±0.32 (มาก)	3.25±0.21 (ปานกลาง)	3.19±0.18 (ปานกลาง)	3.24±0.35 (ปานกลาง)	3.50±1.59 (ปานกลาง)	3.00±12.71 (ปานกลาง)
- มีการลดราคาสินค้า	3.83±0.34 (มาก)	2.94±0.28 (ปานกลาง)	2.80±0.21 (ปานกลาง)	3.00±0.41 (ปานกลาง)	3.25±1.52 (ปานกลาง)	2.50±6.35 (น้อย)
เฉลี่ย	3.94±0.21 (มาก)	3.60±0.13 (มาก)	3.61±0.10 (มาก)	3.57±0.24 (มาก)	3.56±1.14 (มาก)	3.63±1.59 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย						
- มีสถานที่จัดจรร เพียงพอ	3.97±0.30 (มาก)	4.42±0.20 (มาก)	4.51±0.14 (มากที่สุด)	4.24±0.20 (มาก)	4.25±0.80 (มาก)	4.50±6.35 (มาก)
- สามารถหาซื้อสินค้าได้ ง่าย	3.90±0.34 (มาก)	4.23±0.21 (มาก)	4.36±0.18 (มาก)	4.19±0.23 (มาก)		4.50±6.35 (มาก)
เฉลี่ย	3.93±0.29 (มาก)	4.33±0.19 (มาก)	4.44±0.14 (มาก)	4.21±0.21 (มาก)	4.13±0.40 (มาก)	4.50±6.35 (มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด						

ทัศนคติ	ระดับความเห็นด้วยแต่ละช่วงอายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 - 60 ปี	60 ปีขึ้นไป
- การโฆษณาด้วยแผ่นพับ	4.03±0.31	4.34±0.21	4.54±0.14	4.33±0.36	3.75±1.52	
ป้ายโปสเตอร์	(มาก)	(มาก)	(มากที่สุด)	(มาก)	(มาก)	
- มีการส่งเสริมการขาย	3.69±0.37	2.69±0.31	2.50±0.27	2.90±0.50	4.00±1.30	2.50±6.35
	(มาก)	(ปานกลาง)	(น้อย)	(ปานกลาง)	(มาก)	(น้อย)
- มีผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม	2.90±0.48	2.16±0.24	1.95±0.22	2.43±0.42	3.25±1.52	2.00±12.71
	(ปานกลาง)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(ปานกลาง)	(น้อย)
- มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์	2.83±0.34	1.89±0.24	1.85±0.22	2.43±0.49	3.00±1.30	2.00±12.71
	(ปานกลาง)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(ปานกลาง)	(น้อย)
เฉลี่ย	3.36±0.26	2.77±0.16	2.71±0.14	3.02±0.29	3.50±0.86	2.88±7.94
	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ที่เลือกซื้อเมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีอายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 41-50 ปีเลือกซื้อน้ำดื่ม มากที่สุด รองลงมาคือ ขนม เครื่องปรุงอาหาร และอาหารกระป๋อง ดังแสดงตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อจำแนกตามอายุ

ประเภท ของผลิตภัณฑ์	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	(น) คน	ร้อยละ	(น) คน	ร้อยละ	(น) คน	ร้อยละ	(น) คน	ร้อยละ	(น) คน	ร้อยละ	(น) คน	ร้อยละ
- เครื่องดื่ม	19	65.52	46	71.88	66	82.50	16	76.19	1	25.00	2	100
- ขนม	15	51.72	22	34.38	38	47.50	8	38.10	0	0.00	2	100
- เครื่องปรุง อาหาร	13	44.83	32	50.00	61	76.25	11	52.38	2	50.00	2	100
- อาหารกระป๋อง	10	34.48	37	57.81	53	66.25	10	47.62	1	25.00	2	100
- ข้าวสาร	8	27.59	15	23.44	25	31.25	10	47.62	1	25.00	2	100
- แยม	7	24.14	14	21.88	14	17.50	5	23.81	1	25.00	2	100
- อาหารเสริม	2	6.90	0	0.00	2	2.50	0	0.00	0	0.00	1	50

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลเมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ดังแสดงตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ความถี่ในการซื้อ	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- น้อยกว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	15	51.72	37	57.81	53	66.25	12	57.14	3	75.00	2	100.00
- สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	8	27.59	20	31.25	22	27.50	6	28.57	1	25.00	0	0.00
- สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง	6	20.69	6	9.38	5	6.25	3	14.29	0	0.00	0	0.00
- สัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง	0	0.00	1	1.56	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- ทุกวัน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

สิ่งที่คำนึงถึงในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลเมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีคำนึงถึงมากที่สุดคือ ประโยชน์ของสินค้าคุ้มกับราคา ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 21-30 ปีและอายุระหว่าง 31-40 ปี สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามสองช่วงนี้คำนึงถึงมากที่สุดคือ มาตรฐานของสินค้าที่ได้รับรองจาก อย. ดังแสดงตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล
จำแนกตามอายุ

เหตุผลที่ซื้อ	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	(ผล) คะแนน	ร้อยละ	(ผล) คะแนน	ร้อยละ	(ผล) คะแนน	ร้อยละ	(ผล) คะแนน	ร้อยละ	(ผล) คะแนน	ร้อยละ	(ผล) คะแนน	ร้อยละ
- ประโยชน์ของ สินค้าคุ้มกับราคา	22	75.86	35	54.69	44	55.00	15	71.43	2	50.00	2	100.00
- มาตรฐานของ สินค้าที่ได้รับรอง จาก อย.	19	65.52	49	76.56	64	80.00	15	71.43	2	50.00	2	100.00
- สินค้าสดใหม่ สะอาด	18	62.07	37	57.81	41	51.25	12	57.14	2	50.00	1	50.00
- ความปลอดภัยที่ ได้รับจากการ บริโภคผลิตภัณฑ์	17	58.62	50	78.13	64	80.00	13	61.90	2	50.00	2	100.00
- การบรรจุหีบห่อ ที่สะอาดและ ทันสมัย	13	44.83	29	45.31	30	37.50	13	61.90	1	25.00	2	100.00
- ความสะดวก ประหยัดเวลา ในการรับประทาน	7	24.14	21	32.81	16	20.00	5	23.81	1	25.00	1	50.00
- รสชาติอร่อย	7	24.14	16	25.00	15	18.75	4	19.05	1	25.00	1	50.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้เมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุ ระหว่าง 41-50 ปีซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้จากเทสโก้โลตัส สาขาคำเที่ยง มากที่สุด รองลงมาคือ เทสโก้โลตัส สาขาหางดง และ Lotus Express ดังแสดงตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ จำแนกตามอายุ

แหล่งที่ซื้อ	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- เทสโก้โลตัส สาขาคำเที่ยง	12	41.38	35	54.69	45	56.25	9	42.86	1	25.00	1	50.00
- เทสโก้โลตัส สาขาหางดง	10	34.48	17	26.56	25	31.25	6	28.57	2	50.00	1	50.00
- Lotus Express	7	24.14	12	18.75	10	12.50	6	28.57	1	25.00	0	0.00

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลไก่เมื่อจำแนกตามช่วงอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีและอายุระหว่าง 51-60 ปี ทั้งสองช่วง ไม่มีร้านซื้อเป็นประจำ อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 41-50 ปี เลือกซื้อร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ ดังแสดงตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 พฤติกรรมการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลไก่ จำแนกตามอายุ

พฤติกรรม การซื้อ	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- เลือกซื้อร้าน ใดร้านหนึ่ง เป็นประจำ	6	20.69	34	53.13	57	71.25	13	61.90	1	25.00	2	100.00
- ไม่มีร้านซื้อ เป็นประจำ	23	79.31	30	46.88	23	28.75	8	38.10	3	75.00	0	0.00

การซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลในแต่ละครั้งจำนวนเงินที่ ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเมื่อ จำแนกตามช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลในแต่ละครั้งจำนวนเงินที่ซื้อคือ 51-100 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปีและผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 41-50 ทั้งสามช่วง อายุส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลในแต่ละครั้งจำนวนเงินที่ซื้อคือ 101-500 บาท ดัง แสดงตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลใ้ จำแนกตามอายุ

จำนวนเงิน ที่ซื้อ	อายุ											
	ไม่เกิน 20 ปี		21 - 30 ปี		31 - 40 ปี		41 - 50 ปี		51 - 60 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ	(ผ) สอจ
- ไม่เกิน 50 บาท	3	10.34	5	7.81	1	1.25	1	4.76	1	25.00	0	0.00
- 51 - 100 บาท	12	41.38	17	26.56	9	11.25	1	4.76	1	25.00	0	0.00
- 101 - 500 บาท	11	37.93	28	43.75	46	57.50	11	52.38	1	25.00	0	0.00
- 501 - 1,000 บาท	1	3.45	14	21.88	23	28.75	7	33.33	0	0.00	2	100.00
- มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป	2	6.90	0	0.00	1	1.25	1	4.76	1	25.00	0	0.00

ความรู้ ความเข้าใจของเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลโก๋เมื่อจำแนกตาม รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้มีความรู้ ความเข้าใจ ว่า ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลโก๋มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังแสดงตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 ความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร ตราเทศบาลโก๋ จำแนกตามรายได้

ความคิดเห็น	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(น) หนึ่ง	ร้อย	(น) หนึ่ง	ร้อย	(น) หนึ่ง	ร้อย	(น) หนึ่ง	ร้อย	(น) หนึ่ง	ร้อย	(น) หนึ่ง	ร้อย	(น) หนึ่ง	ร้อย
- มีจำหน่าย	41	100.0	22	100.0	33	94.29	25	100.0	25	100.0	15	100.0	37	100.0
- ไม่มีจำหน่าย	0	0.00	0	0.00	2	5.71	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

ความรู้ ความเข้าใจของผู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้เมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เลือกตอบข้อที่ถูกต้องเกินร้อยละ 50 มี 4 ข้อ (น้ำดื่ม เครื่องปรุงอาหาร อาหารกระป๋อง และขนม) สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ พบว่าทุกช่วงรายได้เลือกตอบข้อที่ถูกต้อง (ข้าวสาร วัตถุดิบปรุงแต่งอาหาร ชุดทำบุญใส่บาตร โขดากลิ่นส้ม / มะนาว เกี๊ยวผงสำเร็จรูป) และเลือกตอบข้อที่ไม่ถูกต้อง (ไข่ไก่ น้ำตาล และกาแฟสำเร็จรูป) ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ความรู้ ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ จำแนกตามรายได้

ผลิตภัณฑ์	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(หญิง)	ชาย	(หญิง)	ชาย	(หญิง)	ชาย	(หญิง)	ชาย	(หญิง)	ชาย	(หญิง)	ชาย	(หญิง)	ชาย
ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ที่มี														
- เครื่องปรุงอาหาร	32	78.05	16	72.73	30	85.71	15	60.00	19	76.00	13	86.67	34	91.89
- น้ำดื่ม	32	78.05	19	86.36	28	80.00	19	76.00	24	96.00	15	100.00	35	94.59
- ผลไม้กระป๋อง	28	68.29	14	63.64	24	68.57	15	60.00	16	64.00	12	80.00	29	78.38
- ขนม	27	65.85	15	68.18	27	77.14	16	64.00	14	56.00	12	80.00	26	70.27
- ข้าวสาร	24	58.54	13	59.09	13	37.14	10	40.00	7	28.00	6	40.00	16	43.24
- วัตถุดิบปรุงแต่งอาหาร	20	48.78	7	31.82	15	42.86	7	28.00	5	20.00	6	40.00	9	24.32
- ชุดทำบุญใส่บาตร	14	34.15	5	22.73	6	17.14	4	16.00	4	16.00	6	40.00	11	29.73
- เกี๊ยวผงสำเร็จรูป	7	17.07	3	13.64	11	31.43	2	8.00	3	12.00	2	13.33	7	18.92
- โขดากลิ่นส้ม/มะนาว	4	9.76	3	13.64	4	11.43	3	12.00	1	4.00	2	13.33	7	18.92

ผลิตภัณฑ์อาหาร ตราเทสโก้ที่ไม่มี														
- น้ำตาล	15	36.59	6	27.27	6	17.14	3	12.00	1	4.00	3	20.00	6	16.22
- กาแฟสำเร็จรูป	10	24.39	2	9.09	5	14.29	2	8.00	1	4.00	3	20.00	5	13.51
- ไข่ไก่	10	24.39	3	13.64	4	11.43	0	0.00	0	0.00	1	6.67	3	8.11

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ เมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้มากที่สุด คือ แผ่นพับ รองลงมาคือ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ดังแสดงตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 แหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ จำแนกตามรายได้

แหล่งสื่อ	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(น) คน	(ย) คน	(น) คน	(ย) คน	(น) คน	(ย) คน	(น) คน	(ย) คน	(น) คน	(ย) คน	(น) คน	(ย) คน	(น) คน	(ย) คน
- แผ่นพับ	34	82.93	17	77.27	34	97.14	22	88.00	23	92.00	13	86.67	33	89.19
- โทรทัศน์	14	34.15	6	27.27	12	34.29	9	36.00	5	20.00	5	33.33	2	5.41
- หนังสือพิมพ์	8	19.51	9	40.91	4	11.43	4	16.00	5	20.00	9	60.00	10	27.03
- ตัวแทนจำหน่ายโดยตรง	5	12.20	2	9.09	1	2.86	1	4.00	0	0.00	0	0.00	3	8.11
- นิตยสาร	2	4.88	2	9.09	5	14.29	1	4.00	0	0.00	0	0.00	2	5.41

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลกับผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาดเมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ มีความคิดเห็นว่าราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลถูกลงกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด ดังแสดงตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลกับผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด จำแนกตามรายได้

ความเห็นเกี่ยวกับราคาของผลิตภัณฑ์	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(หญิง)	ร้อยละ	(หญิง)	ร้อยละ	(หญิง)	ร้อยละ	(หญิง)	ร้อยละ	(หญิง)	ร้อยละ	(หญิง)	ร้อยละ	(หญิง)	ร้อยละ
- ราคาถูกลงกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด	40	97.56	21	95.45	35	100	25	100	25	100	15	100	37	100
- ราคาไม่ถูกลงกว่าผลิตภัณฑ์อาหารตามท้องตลาด	1	2.44	1	4.55	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

2.2 ด้านความรู้สึก

ด้านความรู้สึกที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล ใ้เมื่อจำแนกตามช่วงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ระดับความเห็นด้วยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านจัดจำหน่ายมีระดับความเห็นด้วยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 9,001 - 11,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาทมีระดับความเห็นด้วยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านผลิตภัณฑ์ระดับความเห็นด้วยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านราคา ระดับความเห็นด้วยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 9,001 - 11,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาทมีระดับความเห็นด้วยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และในด้านการส่งเสริมการตลาดระดับความเห็นด้วยโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ดังแสดงตารางที่ 4.39

ทัศนคติ	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ
- รสชาติของผลิตภัณฑ์	2.54± 0.32 (ปานกลาง)	2.64± 0.40 (ปานกลาง)	2.34± 0.33 (น้อย)	2.92± 0.38 (ปานกลาง)	2.84± 0.39 (ปานกลาง)	2.93± 0.25 (ปานกลาง)	2.70± 0.25 (ปานกลาง)	2.54± 0.32 (ปานกลาง)	2.64± 0.40 (ปานกลาง)	2.34± 0.33 (น้อย)	2.92± 0.38 (ปานกลาง)	2.84± 0.39 (ปานกลาง)	2.93± 0.25 (ปานกลาง)	2.70± 0.25 (ปานกลาง)
เฉลี่ย	3.43± 0.15 (ปานกลาง)	3.22± 0.23 (ปานกลาง)	3.26± 0.14 (ปานกลาง)	3.47± 0.17 (ปานกลาง)	3.31± 0.20 (ปานกลาง)	3.26± 0.19 (ปานกลาง)	3.17± 0.14 (ปานกลาง)	3.43± 0.15 (ปานกลาง)	3.22± 0.23 (ปานกลาง)	3.26± 0.14 (ปานกลาง)	3.47± 0.17 (ปานกลาง)	3.31± 0.20 (ปานกลาง)	3.26± 0.19 (ปานกลาง)	3.17± 0.14 (ปานกลาง)
ด้านราคา														
- มีการติดป้ายแสดงราคาชัดเจน	4.29± 0.20	4.05± 0.29	4.00± 0.22	3.96± 0.25	3.92± 0.29	4.20± 0.31	4.16± 0.23	4.29± 0.20	4.05± 0.29	4.00± 0.22	3.96± 0.25	3.92± 0.29	4.20± 0.31	4.16± 0.23
- ราคามีความเหมาะสม	มาก 4.37± 0.21	มาก 4.00± 0.34	มาก 4.09± 0.21	มาก 4.04± 0.22	มาก 4.04± 0.28	มาก 4.13± 0.35	มาก 4.38± 0.21	มาก 4.37± 0.21	มาก 4.00± 0.34	มาก 4.09± 0.21	มาก 4.04± 0.22	มาก 4.04± 0.28	มาก 4.13± 0.35	มาก 4.38± 0.21
- มีหลายระดับราคาให้เลือก	มาก 3.63± 0.31	มาก 3.36± 0.44	มาก 3.37± 0.25	มาก 3.24± 0.27	มาก 3.24± 0.36	มาก 3.40± 0.35	มาก 2.86± 0.22	มาก 3.63± 0.31	มาก 3.36± 0.44	มาก 3.37± 0.25	มาก 3.24± 0.27	มาก 3.24± 0.36	มาก 3.40± 0.35	มาก 2.86± 0.22
- มีการลดราคาสินค้า	มาก 3.51± 0.37	(ปานกลาง) 3.23± 0.49	(ปานกลาง) 3.09± 0.35	(ปานกลาง) 3.12± 0.32	(ปานกลาง) 2.84± 0.41	(ปานกลาง) 2.80± 0.52	(น้อย) 2.43± 0.27	มาก 3.51± 0.37	(ปานกลาง) 3.23± 0.49	(ปานกลาง) 3.09± 0.35	(ปานกลาง) 3.12± 0.32	(ปานกลาง) 2.84± 0.41	(ปานกลาง) 2.80± 0.52	(น้อย) 2.43± 0.27

ทัศนคติ	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ
เฉลี่ย	3.95±	3.66±	3.64±	3.59±	3.51±	3.63±	3.46±	3.95±	3.66±	3.64±	3.59±	3.51±	3.63±	3.46±
	0.18	0.25	0.15	0.16	0.23	0.25	0.14	0.18	0.25	0.15	0.16	0.23	0.25	0.14
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	(ปานกลาง)	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	(ปานกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย														
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	4.32±	4.23±	4.29±	4.20±	4.36±	4.53±	4.65±	4.32±	4.23±	4.29±	4.20±	4.36±	4.53±	4.65±
	0.23	0.43	0.24	0.29	0.26	0.41	0.16	0.23	0.43	0.24	0.29	0.26	0.41	0.16
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	(มากที่สุด)	(มากที่สุด)	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	(มากที่สุด)	(มากที่สุด)
- สามารถหาซื้อสินค้าได้ง่าย	4.27±	4.09±	4.17±	4.08±	4.20±	4.20±	4.46±	4.27±	4.09±	4.17±	4.08±	4.20±	4.20±	4.46±
	0.27	0.43	0.26	0.31	0.27	0.43	0.28	0.27	0.43	0.26	0.31	0.27	0.43	0.28
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
เฉลี่ย	4.29±	4.16±	4.23±	4.14±	4.28±	4.37±	4.55±	4.29±	4.16±	4.23±	4.14±	4.28±	4.37±	4.55±
	0.23	0.41	0.23	0.26	0.25	0.38	0.20	0.23	0.41	0.23	0.26	0.25	0.38	0.20
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	(มากที่สุด)	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	(มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริมการตลาด														
- การโฆษณาด้วยแผ่นพับ	4.39±	4.32±	4.26±	4.08±	4.44±	4.47±	4.59±	4.39±	4.32±	4.26±	4.08±	4.44±	4.47±	4.59±
	0.23	0.37	0.27	0.34	0.27	0.51	0.25	0.23	0.37	0.27	0.34	0.27	0.51	0.25
	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	(มากที่สุด)	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มากที่สุด)
- มีการส่งเสริมการขาย	3.17±	3.05±	2.91±	2.92±	2.68±	2.67±	2.22±	3.17±	3.05±	2.91±	2.92±	2.68±	2.67±	2.22±
	0.37	0.62	0.42	0.46	0.49	0.80	0.39	0.37	0.62	0.42	0.46	0.49	0.80	0.39

ทัศนคติ	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ	(พบ) ทัศนคติ	ร้อยละ
- มีผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(น้อย)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(น้อย)
	2.59±	2.64±	2.17±	2.36±	2.12±	1.73±	1.84±	2.59±	2.64±	2.17±	2.36±	2.12±	1.73±	1.84±
	0.36	0.52	0.31	0.44	0.47	0.49	0.31	0.36	0.52	0.31	0.44	0.47	0.49	0.31
- มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)
	2.29±	2.45±	2.17±	2.28±	1.96±	1.73±	1.68±	2.29±	2.45±	2.17±	2.28±	1.96±	1.73±	1.68±
	0.35	0.51	0.29	0.48	0.44	0.49	0.29	0.35	0.51	0.29	0.48	0.44	0.49	0.29
เฉลี่ย	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)	(น้อย)
	3.11±	3.11±	2.88±	2.91±	2.80±	2.65±	2.58±	3.11±	3.11±	2.88±	2.91±	2.80±	2.65±	2.58±
	0.22	0.36	0.17	0.27	0.29	0.35	0.21	0.22	0.36	0.17	0.27	0.29	0.35	0.21
	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ที่เลือกซื้อเมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้เลือกซื้อมากที่สุดคือ เครื่องดื่ม รองลงมาคือเครื่องปรุงอาหาร และอาหารกระป๋อง ดังแสดงตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารตราเตสโก้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อจำแนกตามรายได้

ประเภทของผลิตภัณฑ์	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(หญิง) %	ชาย %	(หญิง) %	ชาย %	(หญิง) %	ชาย %	(หญิง) %	ชาย %	(หญิง) %	ชาย %	(หญิง) %	ชาย %	(หญิง) %	ชาย %
- เครื่องดื่ม	32	78.05	16	72.73	25	71.43	18	72.00	18	72.00	10	66.67	31	83.78
- เครื่องปรุงอาหาร	21	51.22	11	50.00	22	62.86	14	56.00	16	64.00	9	60.00	28	75.68
- อาหารกระป๋อง	19	46.34	13	59.09	23	65.71	12	48.00	13	52.00	10	66.67	23	62.16
- ขนม	19	46.34	13	59.09	19	54.29	5	20.00	7	28.00	6	40.00	16	43.24
- ข้าวสาร	13	31.71	4	18.18	9	25.71	7	28.00	10	40.00	6	40.00	12	32.43
- แยม	12	29.27	3	13.64	11	31.43	5	20.00	5	20.00	2	13.33	5	13.51
- อาหารเสริม	2	4.88	2	9.09	1	2.86	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล เมื่อจำแนกตามรายได้ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล คือ น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1 ครั้งและสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ดังแสดงตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ความถี่ในการซื้อ	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)	(พบ) (เฉลี่ย)
- น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	20	48.78	11	50.00	19	54.29	14	56.00	14	56.00	11	73.33	33	89.19
- สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	14	34.15	6	27.27	13	37.14	8	32.00	9	36.00	3	20.00	4	10.81
- สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง	6	14.63	5	22.73	3	8.57	3	12.00	2	8.00	1	6.67	0	0.00
- สัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง	1	2.44	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
- ทุกวัน	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

สิ่งที่คำนึงถึงในการซื้อ ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลเมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 9,001-10,000 บาท รายได้ 10,001-13,000 บาท รายได้ 13,001-15,000 บาท และรายได้ 15,000 บาท ขึ้นไป สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลมากที่สุดคือ มาตรฐานของสินค้าที่ได้รับรองจาก อย. และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-7,000 บาท และรายได้ 7,001-9,000 บาท คำนึงถึงมากที่สุดคือ ความปลอดภัยที่ได้รับจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ ดังแสดงตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล จำแนกตามรายได้

เหตุผล ที่ซื้อ	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย	(พบ) เฉลี่ย
- มาตรฐานของ สินค้าที่ได้รับ รับรองจาก อย.	33	80.49	16	72.73	25	71.43	16	64.00	17	68.00	10	66.67	34	91.89
- ความปลอดภัยที่ ได้รับจากการ บริโภคผลิตภัณฑ์	32	78.05	17	77.27	27	77.14	14	56.00	16	64.00	10	66.67	32	86.49
- ประโยชน์ของ สินค้าคุ้มกับราคา	30	73.17	15	68.18	22	62.86	12	48.00	14	56.00	7	46.67	20	54.05
- สินค้าสดใหม่สะอาด	27	65.85	10	45.45	23	65.71	9	36.00	15	60.00	7	46.67	20	54.05
- การบรรจุหีบห่อ ที่สะอาดและ ทันสมัย	21	51.22	6	27.27	21	60.00	10	40.00	11	44.00	4	26.67	15	40.54
- รสชาติอร่อย	10	24.39	3	13.64	13	37.14	3	12.00	4	16.00	3	20.00	8	21.62
- ความสะดวก ประหยัดเวลาในการ รับประทาน	9	21.95	5	22.73	14	40.00	9	36.00	5	20.00	1	6.67	8	21.62

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 200 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้เมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-7,000 บาท รายได้ 5,001-9,000 บาท รายได้ 9,001-10,000 บาท รายได้ 13,001-15,000 บาท และรายได้ 15,000 บาท ขึ้นไป ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ จาก เทสโก้โลตัส สาขาคำเที่ยง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-13,000 บาท ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้จาก เทสโก้โลตัส สาขาหางดง ดังแสดงตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทสโก้ จำแนกตามรายได้

ประเภทของ ผลิตภัณฑ์	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(หญิง) คน	ร้อยละ	(หญิง) คน	ร้อยละ	(หญิง) คน	ร้อยละ	(หญิง) คน	ร้อยละ	(หญิง) คน	ร้อยละ	(หญิง) คน	ร้อยละ	(หญิง) คน	ร้อยละ
- เทสโก้โลตัส สาขาคำเที่ยง	21	51.22	13	59.09	18	51.43	11	44.00	6	24.00	8	53.33	26	70.27
- เทสโก้โลตัส สาขาหางดง	12	29.27	6	27.27	8	22.86	7	28.00	15	60.00	4	26.67	9	24.32
- Lotus Express	8	19.51	3	13.64	9	25.71	7	28.00	4	16.00	3	20.00	2	5.41

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่าย ผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลไก่เมื้อ
 จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท รายได้ 5,001-7,000
 บาท และรายได้ 5,001-9,000 บาท และรายได้ 9,001-10,000 บาท ไม่มีร้านใดร้านหนึ่งที่ซื้อ
 ประจำ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 13,001-15,000 บาท และรายได้ 15,000 บาท ขึ้นไป
 เลือกซื้อร้านใดร้านหนึ่งเป็นประจำ ดังแสดงตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 พฤติกรรมการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาล
 จำแนกตามรายได้

ประเภท ของผลิตภัณฑ์	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(หญิง) คน/ราย	ร้อยละ	(หญิง) คน/ราย	ร้อยละ	(หญิง) คน/ราย	ร้อยละ	(หญิง) คน/ราย	ร้อยละ	(หญิง) คน/ราย	ร้อยละ	(หญิง) คน/ราย	ร้อยละ	(หญิง) คน/ราย	ร้อยละ
- เลือกซื้อร้านใด ร้านหนึ่งเป็น ประจำ	19	46.34	9	40.91	15	42.86	11	44.00	19	76.00	10	66.67	30	81.08
- ไม่มีร้านซื้อ เป็นประจำ	22	53.66	13	59.09	20	57.14	14	56.00	6	24.00	5	33.33	7	18.92

พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลในแต่ละครั้งจำนวนซื้อเมื่อจำแนกตามรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลในแต่ละครั้งจำนวนเงินที่ซื้อมากที่สุด คือ 101-500 บาท ดังแสดงตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารตราเทศบาลจำแนกตามรายได้

จำนวนเงินที่ซื้อ	รายได้													
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		5,000 - 7,000 บาท		7,001 - 9,000 บาท		9,001 - 11,000 บาท		11,001 - 13,000 บาท		13,001 - 15,000 บาท		มากกว่า 15,000 บาท	
	(ผล)เฉลี่ย	ร้อยละ	(ผล)เฉลี่ย	ร้อยละ	(ผล)เฉลี่ย	ร้อยละ	(ผล)เฉลี่ย	ร้อยละ	(ผล)เฉลี่ย	ร้อยละ	(ผล)เฉลี่ย	ร้อยละ	(ผล)เฉลี่ย	ร้อยละ
- ไม่เกิน 50 บาท	3	7.32	1	4.55	2	5.71	2	8.00			1	6.67	2	5.41
- 51 - 100 บาท	11	26.83	5	22.73	13	37.14	4	16.00	3	12.00	3	20.00	1	2.70
- 101 - 500 บาท	20	48.78	13	59.09	13	37.14	13	52.00	12	48.00	5	33.33	21	56.76
- 501 - 1,000 บาท	5	12.20	3	13.64	7	20.00	6	24.00	9	36.00	6	40.00	11	29.73
- มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป	2	4.88	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	4.00	0	0.00	2	5.41