

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อทราบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยผลการศึกษาที่ได้ นำเสนอเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาเดิม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 31.00 โดยอยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 25 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 26 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.75 และช่วงอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมามีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 32.75 และหย่า/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 9.75 โดยระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 26.00 และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 12.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมา เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26.50 และมีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.50 โดยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาคือ ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.50 และ 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.75 และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ ภาคอีสาน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 11.50 (ตารางที่ 1.1)



ตารางที่ 1.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน) (n=400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	124	31.00
หญิง	276	69.00
2. อายุ		
ไม่เกิน 25 ปี	189	47.25
26 – 45 ปี	147	36.75
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	64	16.00
3. สถานภาพ		
โสด	230	57.50
สมรส	131	32.75
หย่า/หม้าย	39	9.75
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	48	12.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	64	26.00
อนุปริญญา/ปวส.	32	8.00
ปริญญาตรี	235	58.75
สูงกว่าปริญญาตรี	21	5.25
5. อาชีพ		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	34	8.50
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	166	41.50
นักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ	28	7.00
อาชีพอิสระ	32	8.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	22	5.50
นักเรียน/นักศึกษา	106	26.50
แพทย์	5	1.25
พยาบาล	7	1.75

ตารางที่ 1.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน) (n=400)	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	130	32.50
10,000 – 20,000 บาท	183	45.75
20,001 – 30,000 บาท	67	16.75
มากกว่า 30,000 บาท	20	5.00
7. ภูมิภาคเนาเดิม		
ภาคเหนือ	214	53.50
ภาคอีสาน	65	16.25
ภาคกลาง	46	11.50
ภาคใต้	14	3.50
ภาคตะวันตก	23	5.75
ภาคตะวันออก	38	9.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการบริโภค โอกาสในการบริโภค วัตถุประสงค์ของการซื้อ ความถี่ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเพื่อบริโภค สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เคยเข้าไปใช้บริการ

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสัปดาห์ระดกวน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ บริโภคสัปดาห์ระดกวนนานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา คือ เดือนละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.25 และสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.75 โดยใหญ่รับประทานสัปดาห์ระดกวนในขณะเดินทาง หรือท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา คือ ขามว่าง คิดเป็นร้อยละ 38 และชมภาพยนตร์/ทีวี/คอนเสิร์ต คิดเป็นร้อยละ 18.75 (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการบริโภค

พฤติกรรมของการบริโภค	จำนวน (คน) (n=400)	ร้อยละ
1. ความถี่ในการบริโภคสับปรดกวน		
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	23	5.75
เดือนละ 1-2 ครั้ง	149	37.25
นานๆ ครั้ง	228	57.00
2. โอกาสในการรับประทานสับปรดกวน		
ยามว่าง	152	38.00
อ่านหนังสือ	58	14.50
ชมภาพยนตร์/ทีวี/คอนเสิร์ต	75	18.75
สังสรรค์กับเพื่อนฝูง/ครอบครัว	26	6.50
เดินทาง หรือท่องเที่ยว	198	49.50
ฟังเพลง	70	17.50
รับประทานในเวลาทำงาน	9	2.25
เล่นคอมพิวเตอร์	8	2.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานสับปรดกวนที่ซื้อเอง คิดเป็นร้อยละ 95.50 รองลงมา คือ คนที่บ้านซื้อมาฝาก คิดเป็นร้อยละ 63.25 และคนอื่นซื้อมาฝาก คิดเป็นร้อยละ 49.50 โดยส่วนใหญ่ซื้อสับปรดกวนเมื่อพบเห็นตามแหล่งจำหน่าย/ร้านขายของฝาก คิดเป็นร้อยละ 93.00 รองลงมา คือ เมื่อต้องการบริโภค คิดเป็นร้อยละ 89.50 และเมื่อไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 66.00 ซึ่งส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่เลือกซื้อสับปรดกวนเพื่อนำไปเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมา คือ เพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 28.00 และเพื่อให้ทุกคนในบ้านรับประทาน คิดเป็นร้อยละ 25.75

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสับปรดกวนเพื่อนำไปฝากให้กับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมา คือ อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 58.75 และสมาชิกในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 57.00 โดยส่วนใหญ่ซื้อสับปรดกวนที่ร้านข้าวแต๋น คิดเป็นร้อยละ 80.25 รองลงมา คือ ร้านแคทมินิมาร์ท คิดเป็นร้อยละ 74.25 และแผงลอยข้างทางบนถนนเส้นลำปาง-งาว คิดเป็นร้อยละ 46.00 ซึ่งส่วนใหญ่ให้เหตุผลที่เลือกซื้อสับปรดกวนจากสถานที่ตามตารางที่ 14 คือ เป็นเส้นทางผ่าน คิดเป็นร้อยละ

86.00 รองลงมา คือ มีหลายขนาดให้เลือก คิดเป็นร้อยละ 46.00 และมีหลายระดับราคาให้เลือก คิดเป็นร้อยละ 44.00 โดยส่วนใหญ่เลือกซื้อสับปะรดกวนขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุในกล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท) เพื่อรับประทานเอง คิดเป็นร้อยละ 78.25 รองลงมา คือ ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีบรรจุในถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท) คิดเป็นร้อยละ 71.75 และ ขนาด 200 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 20 บาท) คิดเป็นร้อยละ 36.25 โดยส่วนใหญ่ซื้อสับปะรดกวนเพื่อรับประทานนานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมา คือ เดือนละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.75 และสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.75 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสับปะรดกวนเพื่อรับประทานเองในแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมา คือ 50-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.25 และ 101-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.25

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสับปะรดกวนเพื่อเป็นของฝากในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.25 และไม่เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 14.00 โดยส่วนใหญ่เลือกซื้อสับปะรดกวนขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุในกล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท) เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมา คือ ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีบรรจุในถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท) คิดเป็นร้อยละ 74.00 และ ขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มีตราหือ (ราคา 38 บาท) คิดเป็นร้อยละ 49.00 ซึ่งส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อสับปะรดกวนเพื่อเป็นของฝากในแต่ละครั้ง 100-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา คือ 201-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.00 และต่ำกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.00 โดยส่วนใหญ่พิจารณาราคาเพื่อใช้ในการตัดสินใจซื้อสับปะรดกวน คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมา คือ รสชาติ คิดเป็นร้อยละ 82.75 และรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 79.75 และส่วนใหญ่ชอบหรือสนใจการให้ส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 48.75 รองลงมา คือ มีของแถม คิดเป็นร้อยละ 34 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 12.00 (ตารางที่ 2.2)

ตารางที่ 2.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ

พฤติกรรมของการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
(n=400)		
1. บุคคลที่ซื้อสับปะรดกวนให้รับประทาน *		
ซื้อเอง	382	95.50
คนที่บ้าน	253	63.25
คนอื่นซื้อมาฝาก	198	49.50

ตารางที่ 2.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ (ต่อ)

พฤติกรรมของการซื้อ	จำนวน (คน) (n=400)	ร้อยละ
2. โอกาสในการเลือกซื้อสับปรดกวน *		
ต้องการบริโภค	358	89.50
พบเห็นตามแหล่งจำหน่าย/ร้านขายของฝาก	372	93.00
ช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญต่างๆ	253	63.25
ไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ	264	66.00
ไม่เคยซื้อเอง	18	4.50
3. เหตุผลที่เลือกซื้อสับปรดกวน		
รับประทานเอง	112	28.00
ให้ทุกคนในบ้านรับประทาน	103	25.75
นำไปเป็นของฝาก	185	46.25
4. บุคคลที่ได้รับสับปรดกวนเป็นของฝาก *		
สมาชิกในครอบครัว	228	57.00
เพื่อน	272	68.00
ญาติ	196	49.00
หัวหน้างาน	184	46.00
ลูกน้อง	51	12.75
ไม่เคยซื้อฝาก	43	10.75
5. สถานที่จำหน่ายสับปรดกวน *		
แผงลอยข้างทางบนถนนเส้นลำปาง-งาว	184	46.00
ศูนย์จำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจแม่บ้านจำคำ	88	22.00
ร้าน เค.เจ ซูเปอร์ (ภายในสถานีขนส่ง จ.ลำปาง)	96	24.00
ร้านข้าวแต๋น (ภายในสถานีขนส่ง จ.ลำปาง)	321	80.25
ร้านแคท มินิมาร์ท (ภายในสถานีขนส่ง จ.ลำปาง)	297	74.25
ร้านอาหาร	69	17.25

ตารางที่ 2.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ (ต่อ)

พฤติกรรมของการซื้อ	จำนวน (คน) (n=400)	ร้อยละ
6. เหตุผลที่เลือกซื้อสับประรดกวนจากสถานที่จำหน่ายในข้อที่ 5 *		
มีหลายขนาดให้เลือก	184	46.00
มีหลายระดับราคาให้เลือก	176	44.00
สะดวก ใกล้บ้าน	165	41.25
มีส่วนลด หรือของแถม	77	19.25
เป็นเส้นทางผ่าน	344	86.00
การบริการที่ดี	54	13.50
ร้านสะอาด	34	8.50
จัดเรียงเป็นระเบียบ	10	2.50
7. ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสับประรดกวนที่ซื้อเพื่อรับประทานเอง *		
ขนาด 100 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 10 บาท)	128	32.00
ขนาด 200 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 20 บาท)	145	36.25
ขนาด 500 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 50 บาท)	95	23.75
ขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มีตราหือ (ราคา 38 บาท)	104	26.00
ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีพีบรรจุในถุง พลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท)	287	71.75
ขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุใน กล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท)	313	78.25
8. ความถี่ในการซื้อสับประรดกวนเพื่อรับประทาน		
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	27	6.75
เดือนละ 1-2 ครั้ง	95	23.75
นานๆ ครั้ง	278	69.50



ตารางที่ 2.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ (ต่อ)

พฤติกรรมของการซื้อ	จำนวน (คน) (n=400)	ร้อยละ
9. ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสับปะรดกวนที่ซื้อเพื่อเป็นของฝาก *		
ขนาด 100 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 10 บาท)	45	11.25
ขนาด 200 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 20 บาท)	72	18.00
ขนาด 500 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือ (ราคา 50 บาท)	182	45.50
ขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มีตราหือ (ราคา 38 บาท)	196	49.00
ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีพีบรรจุในถุง พลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท)	296	74.00
ขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุใน กล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตราหือ (ราคา 38 บาท)	328	82.00
10. ความถี่ในการซื้อสับปะรดกวนเพื่อเป็นของฝากในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา		
ไม่เคยซื้อ	56	14.00
1-2 ครั้ง	240	60.00
3-5 ครั้ง	81	20.25
มากกว่า 5 ครั้ง	23	5.75
11. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสับปะรดกวนเพื่อรับประทานเองในแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่า 50 บาท	224	56.00
50-100 บาท	125	31.25
101-200 บาท	37	9.25
มากกว่า 200 บาท ขึ้นไป	14	3.50

ตารางที่ 2.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ (ต่อ)

พฤติกรรมของการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
(n=400)		
12. ค่าใช้จ่ายในการซื้อสับประรดกวนเพื่อเป็นของฝากในแต่ละครั้ง		
ต่ำกว่า 100 บาท	48	12.00
100-200 บาท	180	45.00
201-500 บาท	148	37.00
มากกว่า 500 บาท ขึ้นไป	24	6.00
13. เหตุผลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสับประรดกวน *		
ราคา	340	85.00
รสชาติ	331	82.75
ความสะดวกในการรับประทาน	204	51.00
ความสะดวกในการหาซื้อ	224	61.00
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	319	79.75
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา, แจกของแถม	265	66.25
ตราสินค้า	111	27.75
14. ประเภทการส่งเสริมการขายสับประรดกวนที่ชอบหรือสนใจมากที่สุด		
มีส่วนลด	195	48.75
มีของแถม	136	34.00
มีการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล	21	5.25
บริการห่อของขวัญ/จัดกระเช้าฟรี	48	12.00

หมายเหตุ *ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์สับประรดกวน ประกอบด้วย

- ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ ความสะดวกของผลิตภัณฑ์ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ได้รับเครื่องหมายรับรองจากองค์การอาหารและยา ชื่อตราหือของผลิตภัณฑ์

- ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีการติดป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ

- ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีทำเลที่เข้าถึงได้สะดวก หาซื้อได้ง่าย มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ

- ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การออกงานแสดงสินค้า การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การจ้ดรายการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลต่างๆ การมีส่วนลดราคา การแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม

- ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ เช่น ปิดมิดชิด ง่ายต่อการเปิดรับประทาน ข้อความและสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ เช่น จดจำง่าย ชัดเจน มีสีสันสะดุดตา ขนาดและรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ เช่น มีหลากหลายขนาดและรูปทรงให้เลือก ง่ายต่อการถือและพกพา สีของบรรจุภัณฑ์ เช่น มีสีสันสวยงาม สะดุดตา วัสดุของบรรจุภัณฑ์ เช่น มีน้ำหนักเบา มีความแข็งแรงทนทาน ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งสี่ด้านในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยรวม 4.45) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยรวม 4.52) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.33) และด้านบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยรวม 4.28) ส่วนในด้านราคาให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.99) (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัย (แปลผล)
ด้านผลิตภัณฑ์	4.45 (มากที่สุด)
ด้านราคา	3.99 (มาก)
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.52 (มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.33 (มากที่สุด)
ด้านบรรจุภัณฑ์	4.28 (มากที่สุด)

ในด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.45) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือ การมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยถึง 5.00 คะแนน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญต่อความสะอาดของผลิตภัณฑ์ การมีชื่อตราสินค้า และการมีฉลากแสดงน้ำหนัก วันผลิตและวันหมดอายุที่ตัวผลิตภัณฑ์อีกด้วย (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
รสชาติ	121 (30.25)	256 (64.00)	23 (5.75)	-	-	4.34 (มากที่สุด)
ความสะอาด	379 (94.75)	21 (5.25)	-	-	-	4.94 (มากที่สุด)
ความมีสีสัน น้ำรับประทาน	50 (12.50)	102 (25.50)	184 (46.00)	64 (16.00)	-	3.35 (ปานกลาง)
ความสวยงามของบรรจุ ภัณฑ์	63 (15.75)	312 (78.00)	25 (6.25)	-	-	4.10 (มาก)
มีฉลากแสดงวันผลิต วัน หมดอายุ และน้ำหนัก	356 (91.25)	44 (11.00)	-	-	-	4.89 (มากที่สุด)
มีเครื่องหมายรับรอง คุณภาพ จาก อ.ย.	400 (100.00)	-	-	-	-	5.00 (มากที่สุด)
ชื่อตราสินค้าของ ผลิตภัณฑ์	276 (69.00)	68 (17.00)	36 (9.00)	20 (5.00)	-	4.50 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.45 (มากที่สุด)

ในด้านปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.99) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือมีหลายระดับราคาให้เลือก ส่วนการคิดป้ายบอกราคาที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ตารางที่ 3.3)

ตารางที่ 3.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสับปะรดกวน

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ผลิตภัณฑ์มีการคิดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	57 (14.25)	85 (21.25)	186 (46.50)	72 (18.00)	-	3.32 (ปานกลาง)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	296 (74.00)	68 (17.00)	36 (9.00)	-	-	4.65 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.99 (มาก)

ในด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.52) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือสามารถหาซื้อได้สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป ซึ่งมีค่าเฉลี่ยถึง 4.97 คะแนน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญกับการที่ผลิตภัณฑ์มีจำหน่ายเพียงพอ ไม่ขาดตลาด มีสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ และตั้งอยู่ในทำเลที่เข้าถึงได้สะดวก (ตารางที่ 3.4)



ตารางที่ 3.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสับปรัดกวน

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
หาซื้อได้สะดวก มี จำหน่ายทั่วไป	389 (97.25)	11 (2.75)	-	-	-	4.97 (มากที่สุด)
มีจำหน่ายเพียงพอ ไม่ ขาดตลาด	256 (64.00)	120 (30.00)	24 (6.00)	-	-	4.58 (มากที่สุด)
สถานที่จำหน่ายอยู่ใน ทำเลที่เข้าถึงได้สะดวก	223 (55.75)	116 (29.00)	61 (15.25)	-	-	4.41 (มากที่สุด)
การจัดวางสินค้าเป็น ระเบียบ / หาง่าย	189 (47.25)	127 (31.75)	55 (13.75)	29 (7.25)	-	4.19 (มาก)
สถานที่จอดรถสะดวก และเพียงพอ	256 (64.00)	79 (19.75)	46 (11.50)	19 (4.75)	-	4.43 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.52 (มากที่สุด)

ในด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.33) ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือการแจกสินค้าให้ทดลองชิม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยถึง 5.00 คะแนน นอกจากนี้ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับการที่มีส่วนลดราคา มีการจัดรายการส่งเสริมการขายในช่วงเทศกาลต่างๆ การจัดบุชตามห้างสรรพสินค้า และการแถมสินค้าเมื่อซื้อปริมาณมากๆ ส่วนการชิงโชคผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ให้ความสำคัญมาก (ตารางที่ 3.5)

ตารางที่ 3.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การออกงานแสดงสินค้า เช่น งาน OTOP	184 (46.00)	135 (33.75)	62 (15.50)	16 (4.00)	3 (0.75)	4.20 (มาก)
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่น พับ วิทยุ หนังสือพิมพ์	183 (45.75)	119 (29.75)	75 (18.75)	23 (5.75)	-	4.16 (มาก)
การจัดบูธตาม ห้างสรรพสินค้าต่างๆ	214 (53.50)	103 (25.75)	51 (12.75)	32 (8.00)	-	4.59 (มากที่สุด)
การแถมสินค้าเมื่อซื้อ ปริมาณมากๆ	299 (74.75)	65 (16.25)	36 (9.00)	-	-	4.66 (มากที่สุด)
การแจกสินค้าให้ทดลอง ชิม	400 (100.00)	-	-	-	-	5.00 (มากที่สุด)
การชิงโชค	54 (13.50)	89 (22.25)	156 (39.00)	67 (16.75)	34 (8.50)	3.16 (ปานกลาง)
แจกคูปองซื้อสินค้าใน ราคาพิเศษ	93 (23.25)	75 (18.75)	205 (51.25)	27 (6.75)	-	3.59 (มาก)
การจัดรายการส่งเสริม การขายในช่วงเทศกาล ต่างๆ	279 (69.75)	121 (30.25)	-	-	-	4.70 (มากที่สุด)
การมีส่วนลดราคา	358 (89.50)	42 (10.50)	-	-	-	4.90 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.33 (มากที่สุด)

ในด้านปัจจัยด้านบรรจุกณ์ท์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้โดยรวมในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยรวม 4.28) ปัจจัยย่อยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือรูปแบบของบรรจุกณ์ท์มีผนึก ปิดมิดชิด วัสดุของบรรจุกณ์ท์มีมาตรฐานปลอดภัยต่อผู้บริโภค และไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยถึง 5.00 คะแนน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสำคัญกับการที่วัสดุของบรรจุกณ์ท์มีความแข็งแรง ทนทาน รูปแบบของบรรจุกณ์ท์ง่ายต่อการเปิดรับประทาน ง่ายต่อการถือความเป็นเอกลักษณ์ของบรรจุกณ์ท์ที่ไม่เหมือนใคร ตราสินค้ามีความเด่นชัด จดจำได้ง่าย ขนาดของบรรจุกณ์ท์ที่มีหลายขนาด อีกทั้งยังให้ความสำคัญต่อสีของบรรจุกณ์ท์ที่มีสีสันสวยงาม สะดุดตาอีกด้วย (ตารางที่ 3.6)

ตารางที่ 3.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบรรจุกณ์ท์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสัปดาห์ระดกวาน

ปัจจัยด้านบรรจุกณ์ท์	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
รูปแบบของบรรจุกณ์ท์ มีความเป็นเอกลักษณ์ ไม่เหมือนใคร	210 (52.50)	125 (31.25)	57 (14.25)	8 (2.00)	-	4.34 (มากที่สุด)
รูปแบบของบรรจุกณ์ท์ มีผนึก ปิดมิดชิด	400 (100.00)	-	-	-	-	5.00 (มากที่สุด)
รูปแบบของบรรจุกณ์ท์ ง่ายต่อการเปิด รับประทาน	322 (80.50)	78 (19.50)	-	-	-	4.81 (มากที่สุด)
ข้อความบนบรรจุกณ์ท์ อ่านง่าย ชัดเจน	99 (24.75)	189 (47.25)	76 (19.00)	25 (6.25)	11 (2.75)	3.85 (มาก)
ข้อความบนบรรจุกณ์ท์ มีสีสันสะดุดตา	131 (32.75)	126 (31.50)	90 (22.50)	35 (8.75)	18 (4.50)	3.79 (มาก)
ตราสินค้ามีความ เด่นชัด จดจำได้ง่าย	234 (58.50)	166 (41.50)	-	-	-	4.59 (มากที่สุด)

ตารางที่ 3.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน (ต่อ)

ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ภาพประกอบสื่อความ ถึงผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	147 (36.75)	105 (26.25)	87 (21.75)	36 (9.00)	25 (6.25)	3.78 (มาก)
ขนาดของบรรจุภัณฑ์มี หลายขนาดให้เลือก	174 (43.50)	145 (36.25)	81 (20.25)	-	-	4.23 (มากที่สุด)
รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ มีหลายรูปร่างให้เลือก	67 (16.75)	210 (52.50)	39 (9.75)	55 (13.75)	29 (7.25)	3.58 (มาก)
รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ ง่ายต่อการถือ / พกพา	192 (48.00)	162 (40.50)	46 (11.50)	-	-	4.37 (มากที่สุด)
สีของบรรจุภัณฑ์ ใกล้เคียงกับสีของผล สับปะรด	84 (21.00)	73 (18.25)	156 (39.00)	32 (8.00)	55 (13.75)	3.25 (ปานกลาง)
สีของบรรจุภัณฑ์มี สีทันสมัยงาม สะดุดตา	203 (50.75)	109 (27.25)	65 (16.25)	23 (5.75)	-	4.23 (มากที่สุด)
วัสดุของบรรจุภัณฑ์มี น้ำหนักเบา	121 (30.25)	155 (38.75)	76 (19.00)	27 (6.75)	21 (5.25)	3.82 (มาก)
วัสดุของบรรจุภัณฑ์มี ความแข็งแรง ทนทาน	363 (90.75)	37 (9.25)	-	-	-	4.91 (มากที่สุด)
วัสดุของบรรจุภัณฑ์ ปลอดภัยต่อผู้บริโภค	400 (100.00)	-	-	-	-	5.00 (มากที่สุด)
วัสดุของบรรจุภัณฑ์ไม่ เป็นอันตรายต่อ สิ่งแวดล้อม	400 (100.00)	-	-	-	-	5.00 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.28 (มากที่สุด)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สับประรดกวน ในส่วนนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจะทำการตอบคำถามทุกข้อ โดยแต่ละข้อให้เลือกตอบได้เพียงตัวเลือกเดียว คือ ชอบ หรือ ไม่ชอบ

ในด้านรสชาติผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจรสชาติหวาน (ร้อยละ 81.00) และรสชาติเปรี้ยว (ร้อยละ 64.25) ส่วนรสชาติเค็มและรสชาติเผ็ดผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจ ในด้านรูปลักษณะผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจทั้งสองรูปลักษณะคือทั้งที่เป็นเนื้อละเอียดและเนื้อหยาบ (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์	ชอบ		ไม่ชอบ	
	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)
1) ด้านรสชาติ				
เปรี้ยว	257	64.25	143	35.75
หวาน	324	81.00	76	19.00
เผ็ด	39	9.75	361	90.25
เค็ม	62	15.50	338	84.50
2) ด้านรูปลักษณะ				
เนื้อหยาบ	296	74.00	104	26.00
เนื้อละเอียด	355	88.75	45	11.25

ในด้านราคา แบบสอบถามในส่วนนี้จะมีการแสดงรูปภาพประกอบให้ผู้ดูด้วยเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกตอบ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่ราคา 38 บาททั้งสามขนาด ได้แก่ ขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุในกล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตราหือ (ร้อยละ 95.50) ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีพีบรรจุในถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตราหือ (ร้อยละ 92.25) และขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มีตราหือ (ร้อยละ 86.25) ในส่วนของราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจ คือราคา 10 บาทต่อขนาด 100 กรัม ราคา 20 บาทต่อขนาด 200 กรัม และขนาด 50 บาทต่อขนาด 500 กรัม โดยทั้งสามขนาดนี้ จะบรรจุในกล่องพลาสติกใส ซึ่งไม่มีตราหือ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจด้านราคา

ความพึงพอใจ ด้านราคา	ชอบ		ไม่ชอบ	
	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)
ราคา 10 บาท / ขนาด 100 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตรา ยี่ห้อ	81	20.25	319	79.75
ราคา 20 บาท / ขนาด 200 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตรา ยี่ห้อ	74	18.50	326	81.50
ราคา 50 บาท / ขนาด 500 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตรา ยี่ห้อ	134	33.50	266	66.50
ราคา 38 บาท / ขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มีตรา ยี่ห้อ	345	86.25	55	13.75
ราคา 38 บาท / ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีพีบรรจุใน ถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตรายี่ห้อ	369	92.25	31	7.75
ราคา 38 บาท / ขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุในกล่อง กระดาษ มีหูหิ้ว มีตรายี่ห้อ	382	95.50	18	4.50

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีความพึงพอใจช่องทางการจัดจำหน่ายที่ตั้งอยู่บริเวณสถานีขนส่ง แหล่งจำหน่ายของฝาก ห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาเก็ต และร้านสะดวกซื้อ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังพึงพอใจการที่มีวางขายตามแผงลอยข้างทาง และร้านร้านอาหารที่มีขนมวางจำหน่าย ส่วนช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจ คือ ร้านขายของชำทั่วไป (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชอบ		ไม่ชอบ	
	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)
ตั้งอยู่บริเวณสถานีขนส่ง	400	100.00	-	-
ตั้งอยู่ตามแหล่งจำหน่ายของฝาก	400	100.00	-	-
วางขายตามแผงลอยข้างทาง	304	76.00	96	24.00
ห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มา เก็ต	400	100.00	-	-
ร้านสะดวกซื้อ	153	38.25	247	61.75
ร้านขายของชำทั่วไป	259	64.75	141	35.25
ร้านอาหารที่มีขนมวางจำหน่าย				

ในด้านบรรจุภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายนอก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีความพึงพอใจรูปแบบกล่องพลาสติกใส แบบแข็ง มีหูหิ้ว รูปแบบกล่องกระดาษ มีหูหิ้ว และชะลอมไม้ไผ่สาน นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีความพึงพอใจรูปแบบถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว และรูปแบบกระดาษ ไม่มีหูหิ้ว ส่วนรูปแบบที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจ ได้แก่ รูปแบบกล่องพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว และถุงพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว

ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายใน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีความพึงพอใจรูปแบบที่ห่อกระดาษแก้วเป็นรูปทอพีพี และห่อกระดาษไขเป็นรูปทรงกลม นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีความพึงพอใจรูปแบบม้วนเป็นแท่งห่อด้วยพลาสติกใส ส่วนรูปแบบที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจ คือการที่ไม่มีบรรจุภัณฑ์ภายในเลย

ด้านข้อความบนบรรจุภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่มีชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อตราหือ ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิตส่วนประกอบของสับปะรดกวน น้ำหนักของสับปะรดกวน ราคา วันผลิต/วันหมดอายุ คุณประโยชน์ของสับปะรด และมีข้อความที่บ่งบอกว่า

เป็นของฝากจาก จ.ลำปาง แต่ในส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจ คือการที่ไม่มีข้อความบนบรรจุภัณฑ์

ด้านสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายตราห้อย เครื่องหมายรับรองคุณภาพองค์การอาหารและยา และรูปภาพประกอบที่สื่อถึงการเป็นของฝากของ จ.ลำปาง เช่น รูปรถม้า นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีความพึงพอใจในส่วนสัญลักษณ์ที่เป็นรูปภาพประกอบที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน เช่น รูปสับปะรด และในส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจ คือการไม่มีสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์

ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายนอก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์รูปทรงสี่เหลี่ยม และทรงกระบอก นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีความพึงพอใจรูปทรงสามเหลี่ยม และทรงหลายเหลี่ยม

ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายใน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ภายในที่เป็นรูปวงรีแบบทอพีพี (ร้อยละ 86.25) รูปทรงกระบอก (ร้อยละ 73.25) และทรงกลมแบบลูกบอล (ร้อยละ 69.00) ส่วนรูปทรงแบนแบบเหรียญผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจ

ด้านวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายนอก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจไม้ไผ่สาน (ร้อยละ 94.00) กระดาษ (ร้อยละ 88.00) และแก้ว (ร้อยละ 57.50) ส่วนพลาสติกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจ

ด้านวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายใน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนมีความพึงพอใจกระดาษแก้ว นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีความพึงพอใจกระดาษไข และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่พึงพอใจวัสดุที่เป็นพลาสติก

ด้านสีของบรรจุภัณฑ์ภายนอก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจสีเหลืองมากที่สุด (ร้อยละ 49.25) รองลงมา ได้แก่ สีเขียว สีใส และสีขาว ตามลำดับ

ด้านสีของบรรจุภัณฑ์ภายใน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจสีเหลืองมากที่สุด (ร้อยละ 31.50) รองลงมา ได้แก่ สีขาว และสีใส ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)



ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	ชอบ		ไม่ชอบ	
	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)
1) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์				
ภายนอก				
กล่องพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว	128	32.00	272	68.00
กล่องพลาสติกใส แข็ง มีหูหิ้ว	400	100.00	-	-
กล่องกระดาษ มีหูหิ้ว	400	100.00	-	-
กล่องกระดาษ ไม่มีหูหิ้ว	372	93.00	28	7.00
ถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว	395	98.75	5	1.25
ถุงพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว	81	20.25	319	79.75
ชะลอมไม้ไผ่สาน	400	100.00	-	-
2) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายใน				
ม้วนเป็นแท่งห่อด้วยพลาสติกใส	277	69.25	123	30.75
ห่อกระดาษแก้วเป็นรูปทอพีพี	400	100.00	-	-
ห่อกระดาษไขเป็นรูปทรงกลม	400	100.00	-	-
ไม่มีบรรจุภัณฑ์ภายใน	59	14.75	341	85.25
3) สัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์				
ไม่มีสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์	47	11.75	353	88.25
มีเครื่องหมายตราฮีฮ้อ	400	100.00	-	-
มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ	400	100.00	-	-
องค์การอาหารและยา				
แสดงรูปภาพประกอบที่สื่อถึง	358	89.50	42	10.50
ผลิตภัณฑ์สับปะรดหวาน				
แสดงรูปภาพประกอบที่สื่อถึง	400	100.00	-	-
การเป็นของฝากของ จ.ลำปาง				

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ (ต่อ)

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	ชอบ		ไม่ชอบ	
	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)
4) ข้อความบนบรรจุภัณฑ์				
ไม่มีข้อความบนบรรจุภัณฑ์	36	9.00	364	64.00
มีชื่อผลิตภัณฑ์	400	100.00	-	-
มีชื่อตราเครื่องหมาย	400	100.00	-	-
มีชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต	400	100.00	-	-
แสดงส่วนประกอบของสับปะรด กวน	400	100.00	-	-
แสดงน้ำหนักของสับปะรดกวน	400	100.00	-	-
แสดงราคา	400	100.00	-	-
แสดงวันผลิต/วันหมดอายุ	400	100.00	-	-
ระบุคุณประโยชน์ของสับปะรด	400	100.00	-	-
ระบุข้อความที่บ่งบอกว่าเป็นของ ฝากจาก จ.ลำปาง	400	100.00	-	-
5) รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายนอก				
ทรงสี่เหลี่ยม	400	100.00	-	-
ทรงสามเหลี่ยม	387	96.75	13	3.25
ทรงหลายเหลี่ยม	301	75.25	99	24.75
ทรงกระบอก	400	100.00	-	-
6) รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายใน				
วงรี แบบทอพีพี	345	86.25	55	13.75
ทรงกลม แบบลูกบอล	276	69.00	124	31.00
ทรงกลมแบน แบบเหรียญ	102	25.50	298	74.50
ทรงกระบอก	293	73.25	107	26.75

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์(ต่อ)

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	ชอบ		ไม่ชอบ	
	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละของ ผู้ตอบ แบบสอบถาม (400 คน)
7) วัสดุที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายนอก				
พลาสติก	73	18.25	327	81.75
กระดาษ	352	88.00	48	12.00
แก้ว	230	57.50	170	42.5
ไม้ไผ่สาน	376	94.00	24	6.00
8) วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายใน				
พลาสติก	54	13.50	346	86.50
กระดาษแก้ว	400	100.00	-	-
กระดาษไข	387	96.75	13	3.25
9) สีของบรรจุภัณฑ์ภายนอก				
เหลือง	197	49.25	-	-
เขียว	85	21.25	-	-
ขาว	39	9.75	-	-
น้ำตาล	24	6.00	-	-
ใส	55	13.75	-	-
10) สีของบรรจุภัณฑ์ภายใน				
เหลือง	126	31.50	-	-
เขียว	43	10.75	-	-
ขาว	114	28.50	-	-
น้ำตาล	32	8.00	-	-
ฟ้า	6	1.50	-	-
ชมพู	4	1.00	-	-
แดง	9	2.25	-	-
ใส	66	16.50	-	-

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน จากสมมติฐานในการวิจัยที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 3 ข้อ คือ

สมมติฐานที่ 1 อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรสชาติของสับปรดกวน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรสชาติของสับปรดกวน

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรสชาติของสับปรดกวน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรสชาติของสับปรดกวนตามอายุ พบว่า ค่า P-value มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายถึง อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรสชาติของสับปรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจรสชาติของสับปรดกวนที่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 25 ปีจะพึงพอใจรสชาติหวานและรสชาติเปรี้ยวในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26-45 ปีและช่วงอายุมากกว่า 45 ปีจะพึงพอใจในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรสชาติของสับปรดกวน

ความพึงพอใจ ด้านรสชาติ	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
-เปรี้ยว	136 (52.92)	92 (35.80)	29 (11.28)	257 (64.25)
-หวาน	164 (50.62)	121 (37.34)	39 (12.04)	324 (81.00)
-เผ็ด	18 (46.15)	14 (35.90)	7 (17.95)	39 (9.75)
-เค็ม	33 (53.23)	21 (33.87)	8 (12.90)	62 (15.50)

ค่า Pearson Chi-square = 1.887, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.930

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาของสับปรดกวน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาของสับปรดกวน

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาของสับปรดกวน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาของสับปรดกวนตามอายุ พบว่า ค่า P-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่ายอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 หมายถึง อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาของสับปรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจราคาของสับปรดกวนที่ไม่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคทั้งสามช่วงอายุมีความพึงพอใจราคา 38 บาทต่อขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุในกล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตราหือในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก และพึงพอใจราคา 20 บ./ขนาด 200 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มีตราหือในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.2)

ตารางที่ 5.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาของสับปรดกวน

ความพึงพอใจ ด้านราคา	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
-ราคา 10 บ./ขนาด 100 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มี ตราหือ	23 (28.40)	42 (51.85)	16 (19.75)	81 (20.25)
-ราคา 20 บ./ขนาด 200 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มี ตราหือ	21 (28.38)	35 (47.30)	18 (24.32)	74 (18.50)
-ราคา 50 บ./ขนาด 500 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส ไม่มี ตราหือ	32 (23.88)	73 (54.48)	29 (21.64)	134 (33.50)
-ราคา 38 บ./ขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มี ตราหือ	176 (51.02)	129 (37.39)	40 (11.59)	345 (86.25)

ตารางที่ 5.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาของสับปรดกวน (ต่อ)

ความพึงพอใจ ด้านราคา	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
-ราคา 38 บ./ขนาด 400 กรัม บรรจุกล่องพลาสติกใส มี ตราฮีห้อ	176 (51.02)	129 (37.39)	40 (11.59)	345 (86.25)
-ราคา 38 บ./ขนาด 180 กรัม ห่อเป็นรูปทอพีบรรจุใน ถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว มีตรา ฮีห้อ	187 (50.68)	134 (36.31)	48 (13.01)	369 (92.25)
-ราคา 38 บ./ขนาด 135 กรัม ห่อเป็นรูปทรงกลมบรรจุใน กล่องกระดาษ มีหูหิ้ว มีตรา ฮีห้อ	189 (49.48)	144 (37.70)	49 (12.82)	382 (95.50)

ค่า Pearson Chi-square = 57.304, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.000

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

สมมติฐานที่ 3 อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน

H_1 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน

กวน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวนตามอายุ ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายนอก พบว่า ค่า P-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่ายอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 หมายถึง อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายนอกของสับปรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายนอกของสับปรดกวนที่ไม่ต่างกัน

ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคทั้งสามช่วงอายุมีความพึงพอใจกล่องพลาสติกใสแบบแข็งและกล่องกระดาษแบบมีหูหิ้ว และชะลอมไม้ไผ่สานในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก และพึงพอใจถุงพลาสติกใสและกล่องพลาสติกใส แบบไม่มีหูหิ้วในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.3)

ตารางที่ 5.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปะรดกวน ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายนอก

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
1) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ภายนอก				
-กล่องพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว	39 (30.47)	53 (41.41)	36 (28.12)	128 (32.00)
-กล่องพลาสติกใส แบบแข็ง มีหูหิ้ว	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-กล่องกระดาษ มีหูหิ้ว	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-กล่องกระดาษ ไม่มีหูหิ้ว	174 (46.77)	142 (38.18)	56 (15.05)	372 (93.00)
-ถุงพลาสติกใส มีหูหิ้ว	188 (47.59)	145 (36.71)	62 (15.70)	395 (98.75)
-ถุงพลาสติกใส ไม่มีหูหิ้ว	25 (30.86)	34 (41.98)	22 (27.16)	81 (20.25)
-ชะลอมไม้ไผ่สาน	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)

ค่า Pearson Chi-square = 28.935, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.004

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปะรดกวนตามอายุ ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายใน พบว่า ค่า P-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่ายอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 หมายถึง อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายในของสับปะรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายในของสับปะรดกวนที่ไม่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคทั้งสามช่วงอายุมีความพึงพอใจรูปแบบที่ห่อกระดาษแก้วเป็นรูปทอพี และห่อกระดาษไขเป็นรูปทรงกลมในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก และพึงพอใจรูปแบบที่ไม่มีบรรจุภัณฑ์ภายในในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.4)

ตารางที่ 5.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปะรดกวน ด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายใน

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
2) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายใน				
-ม้วนเป็นแท่งห่อด้วย พลาสติกใส	108 (38.99)	141 (50.90)	28 (10.11)	277 (69.25)
-ห่อกระดาษแก้วเป็นรูป ทอพี	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-ห่อกระดาษไขเป็นรูปทรง กลม	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16)	400 (100.00)
-ไม่มีบรรจุภัณฑ์ภายใน	12 (20.34)	26 (44.07)	21 (35.59)	59 (14.75)

ค่า Pearson Chi-square = 41.964, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.000

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวนตามอายุ ด้านสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ พบว่า ค่า P-value มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายถึง อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ ของสับปรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ ของสับปรดกวนที่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 25 ปีและช่วงอายุระหว่าง 26-45 ปีจะพึงพอใจการมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ อ.ย. และมีเครื่องหมายตราหือในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 45 ปีจะพึงพอใจในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.5)

ตารางที่ 5.5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน ด้านสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
3) สัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์				
-ไม่มีสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์	17 (36.17)	21 (44.68)	9 (19.15)	47 (11.75)
-มีเครื่องหมายตราหือ	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ อ.ย.	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-มีรูปภาพที่สื่อถึงสับปรด กวน	179 (50.00)	128 (35.75)	51 (14.25)	358 (89.50)
-มีรูปภาพที่สื่อถึงของฝาก ของ จ.ลำปาง	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)

ค่า Pearson Chi-square = 3.563, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.894

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวนตามอายุ ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายนอก พบว่า ค่า P-value มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายถึง อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

ของผู้บริโภคต่อรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายนอก ของสับปรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายนอกของสับปรดกวนที่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 25 ปีและช่วงอายุระหว่าง 26-45 ปีจะพึงพอใจรูปทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงกระบอกในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 45 ปีจะพึงพอใจในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายนอก

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
5) รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ภายนอก				
-ทรงสี่เหลี่ยม	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-ทรงสามเหลี่ยม	187 (48.32)	146 (37.73)	54 (13.95)	387 (96.75)
-ทรงหลายเหลี่ยม	142 (47.18)	121 (40.20)	38 (12.62)	301 (75.25)
-ทรงกระบอก	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)

ค่า Pearson Chi-square = 2.692, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.846

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวนตามอายุ ด้านข้อความบนบรรจุภัณฑ์ พบว่า ค่า P-value มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายถึง อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อข้อความบนบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจรสชาติของสับปรดกวนที่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 25 ปีและช่วงอายุระหว่าง 26-45 ปีจะพึงพอใจการมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ อ.ย. และมี

เครื่องหมายตราหือในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 45 ปีจะพึงพอใจในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.7)

ตารางที่ 5.7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับประรดกวน ด้านข้อความบนบรรจุภัณฑ์

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
4) ข้อความบนบรรจุภัณฑ์				
-ไม่มีข้อความ	7 (19.44)	16 (44.45)	13 (36.11)	36 (9.00)
-มีชื่อผลิตภัณฑ์	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-มีชื่อตราหือ	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-มีชื่อ/ที่อยู่ของผู้ผลิต	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-แสดงส่วนประกอบของ สับประรดกวน	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-แสดงน้ำหนักของสับประ รดกวน	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-แสดงราคา	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-แสดงวันผลิต/วันหมดอายุ	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-ระบุคุณประโยชน์ของ สับประรด	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-ระบุข้อความที่บ่งบอกว่า เป็นของฝากจาก จ.ลำปาง	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)

ค่า Pearson Chi-square = 15.339, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.639

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวนตามอายุ ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายใน พบว่า ค่า P-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่ายอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 หมายถึง อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายในของสับปรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายในของสับปรดกวนที่ไม่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคทั้งสามช่วงอายุมีความพึงพอใจรูปทรงวงรีแบบทอพีในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก และพึงพอใจรูปทรงกลมแบนแบบเหรียญในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.8)

ตารางที่ 5.8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวน ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภายใน

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
6) รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ภายใน				
-วงรี แบบทอพี	157 (45.51)	139 (40.29)	49 (14.20)	345 (86.25)
-ทรงกลม แบบลูกบอล	137 (49.64)	108 (39.13)	31 (11.23)	276 (69.00)
-ทรงกลมแบน แบบเหรียญ	24 (23.53)	38 (37.25)	40 (39.22)	102 (25.50)
-ทรงกระบอก	114 (38.91)	133 (45.39)	46 (15.70)	293 (73.25)

ค่า Pearson Chi-square = 53.671, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.000

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปรดกวนตามอายุ ด้านวัสดุที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายนอก พบว่า ค่า P-value มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายถึง อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อวัสดุที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายนอกของสับปรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่



แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจวัสดุที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายนอกของสับปะรดควนที่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 25 ปีและช่วงอายุระหว่าง 26-45 ปีจะพึงพอใจวัสดุที่เป็นกระดาษ และไม้ไผ่สานในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 45 ปีจะพึงพอใจในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.9)

ตารางที่ 5.9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปะรดควน ด้านวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายนอก

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี) ร้อยละ			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
7) วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ภายนอก				
-พลาสติก	31 (42.47)	34 (46.57)	8 (10.96)	73 (18.25)
-กระดาษ	157 (44.60)	142 (40.34)	53 (15.06)	352 (88.00)
-แก้ว	125 (54.35)	73 (31.74)	32 (13.91)	230 (57.50)
-ไม้ไผ่สาน	179 (47.61)	138 (36.70)	59 (15.69)	376 (94.00)

ค่า Pearson Chi-square = 8.783, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.186

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปะรดควนตามอายุ ด้านวัสดุที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายใน พบว่า ค่า P-value มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายถึง อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อวัสดุที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายในของสับปะรดควน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจวัสดุที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายในของสับปะรดควนที่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 25 ปีและช่วงอายุระหว่าง 26-45 ปีจะพึงพอใจวัสดุที่เป็นกระดาษแก้ว และกระดาษไขในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 45 ปีจะพึงพอใจในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.10)

ตารางที่ 5.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปะรดหวาน ด้านวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ภายใน

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
8) วัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ภายใน				
-พลาสติก	25 (46.30)	22 (40.74)	7 (12.96)	54 (13.50)
-กระดาษแก้ว	189 (47.25)	147 (36.75)	64 (16.00)	400 (100.00)
-กระดาษใบ	187 (48.32)	142 (36.69)	58 (14.99)	387 (96.75)

ค่า Pearson Chi-square = 0.635, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.959

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับปะรดหวานตามอายุ ด้านสีของบรรจุภัณฑ์ภายนอก พบว่า ค่า P-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่ายอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 หมายถึง อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสีของบรรจุภัณฑ์ภายนอกของสับปะรดหวาน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจสีของบรรจุภัณฑ์ภายนอกของสับปะรดหวานที่ไม่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคทั้งสามช่วงอายุมีความพึงพอใจสีเหลืองในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก และพึงพอใจสีน้ำตาลในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.11)

ตารางที่ 5.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับประรดกวน ด้านสีของบรรจุภัณฑ์ภายนอก

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
9) สีของบรรจุภัณฑ์ภายนอก				
-เหลือง	108 (54.82)	65 (32.99)	24 (12.19)	197 (49.25)
-เขียว	42 (49.42)	33 (38.82)	10 (11.76)	85 (21.25)
-ขาว	13 (33.34)	18 (46.15)	8 (20.51)	39 (9.75)
-น้ำตาล	7 (29.17)	11 (45.83)	6 (25.00)	24 (6.00)
-ใส	19 (34.55)	20 (36.36)	16 (29.09)	55 (13.75)

ค่า Pearson Chi-square = 20.297, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.009

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของสับประรดกวนตามอายุ ด้านสีของบรรจุภัณฑ์ภายใน พบว่า ค่า P-value มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ค่าความเชื่อมั่น 95% แสดงว่าปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 หมายถึง อายุมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสีของบรรจุภัณฑ์ภายในของสับประรดกวน แปลความหมายได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจสีของบรรจุภัณฑ์ภายในของสับประรดกวนที่ต่างกัน ดังจะดูได้จาก ผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 25 ปีและช่วงอายุระหว่าง 26-45 ปีจะพึงพอใจสีเหลือง และสีขาวในสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก ส่วนผู้บริโภคที่อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 45 ปีจะพึงพอใจในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย (ตารางที่ 5.12)

ตารางที่ 5.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ของ สับปะรดกวน สีของบรรจุภัณฑ์ภายใน

ความพึงพอใจ ด้านบรรจุภัณฑ์	อายุ (ปี)			
	ไม่เกิน 25 ปี	26 – 45 ปี	มากกว่า 45 ปี	รวม
10) สีของบรรจุภัณฑ์ภายใน				
-เหลือง	71 (56.35)	38 (30.16)	17 (13.49)	126 (31.50)
-เขียว	20 (46.51)	17 (39.53)	6 (13.96)	43 (10.75)
-ขาว	48 (42.11)	52 (45.61)	14 (12.28)	114 (28.50)
-น้ำตาล	13 (40.62)	11 (34.38)	8 (25.00)	32 (8.00)
-ใส	29 (43.94)	23 (34.85)	14 (21.21)	66 (16.50)
-อื่นๆ	8 (42.12)	6 (31.58)	5 (26.32)	19 (4.75)

ค่า Pearson Chi-square = 13.276, ค่า P-value (Asymp. Significance) = 0.209

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริโภค ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน

จากการสอบถามถึงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ สับปะรดกวน โดยให้ผู้บริโภคตอบคำถามชนิดปลายเปิดนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้ กลุ่มผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ผลิตภัณฑ์สับปะรดกวนนั้นควรใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และควรพัฒนารสชาติใหม่ๆ อยู่เสมอ และควรมีการปรับปรุงขนาดและราคาให้มีหลากหลายมากขึ้น ควรมีความสะอาดในขั้นตอนการผลิต การบรรจุ และการขนส่ง อีกทั้งควรมีฉลากบอกวันผลิต วันหมดอายุให้ชัดเจน และการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงหีบห่อ ผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ทันสมัย และสะดวกแก่การรับประทาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สับปะรดกวน