

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งสอบถามผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอบ้านแพ้ว และมาใช้บริการร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำนวนทั้งหมด 399 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษา ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ตำบลที่อาศัยอยู่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ (ตารางที่ 2-8)

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อร้านค้าปลีก ในอำเภอบ้านแพ้วจังหวัดสมุทรสาครในด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความพึงพอใจและด้านพฤติกรรม (ตารางที่ 9- 29)

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อร้านค้าปลีก ในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครในด้านส่วนประสมการค้าปลีก ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 30-33)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตาม เพศ อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 34-66)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำบลที่อาศัย

ตำบลที่อาศัยอยู่	จำนวน	ร้อยละ
บ้านแพ้ว	54	13.5
หลักสาม	56	14.0
ยกกระบัตร์	52	13.0
โรงเข้	48	12.0
หนองสองห้อง	36	9.0
หนองบัว	29	7.3
หลักสองและเจ็ดริ้ว	38	9.5
คลองตันและอำแพง	44	11.0
สวนส้มและเกษตรพัฒนา	42	10.5
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงตำบลที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามตามวิธีการเก็บข้อมูล ประกอบด้วยตำบลหลักสาม ร้อยละ 14.0 รองลงมาตำบลบ้านแพ้ว ร้อยละ 13.5 ตำบลยกกระบัตร์ ร้อยละ 13.0 ตำบล โรงเข้ ร้อยละ 12.0 ตำบลคลองตันและอำแพง ร้อยละ 11.0 ตำบลสวนส้มและเกษตรพัฒนา ร้อยละ 10.5 ตำบลสองห้อง ร้อยละ 9.0 และ ตำบลหนองบัว ร้อยละ 7.3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	177	44.4
หญิง	222	55.6
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.6 และเพศชาย ร้อยละ 44.4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	193	48.4
21-30 ปี	80	20.0
31-40 ปี	60	15.0
41-50 ปี	35	8.8
51-60 ปี	27	6.8
61 ปีขึ้นไป	4	1.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุไม่เกิน 20 ปี มากที่สุด ร้อยละ 48.4 รองลงมา มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 20.0 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 15.0 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 8.8 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 6.8 และอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.0

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	67	16.8
มัธยมตอนต้น	130	32.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	111	27.8
อนุปริญญา / ปวส.	33	8.3
ปริญญาตรีขึ้นไป	56	14.0
อื่น ๆ ได้แก่ ไม่ได้เรียน	2	0.5
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมากที่สุด ร้อยละ 32.6 รองลงมามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 27.8 การศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 16.8 การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 14.0 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 8.3 และอื่น ๆ ได้แก่ ไม่ได้เรียน ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	200	50.1
ข้าราชการ	17	4.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	3.5
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	20	5.0
ค้าขาย	43	10.8
เจ้าของกิจการ	20	5.0
พนักงานบริษัทเอกชน	74	18.5
อื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร และรับจ้าง	11	2.8
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 50.1 รองลงมามีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 18.5 อาชีพค้าขาย ร้อยละ 10.8 อาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้านและเจ้าของกิจการ ร้อยละ 5.0 เท่ากัน อาชีพข้าราชการ ร้อยละ 4.3 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 3.5 และอาชีพ อื่นๆ ได้แก่ เกษตรกร และรับจ้าง ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	233	58.4
5,001-10,000 บาท	82	20.6
10,001-20,000 บาท	56	14.0
20,001-30,000 บาท	9	2.3
มากกว่า 30,000 บาท	19	4.7
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 58.4 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 20.6 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 14.0 รายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 4.7 และรายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 2.3

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	256	64.2
สมรส	127	31.8
หย่าร้างหรือหม้าย	16	4.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 64.2 รองลงมาเป็นผู้ที่สมรสแล้ว ร้อยละ 31.8 และหย่าร้างหรือหม้าย ร้อยละ 4.0

ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว

ด้านความรู้ความเข้าใจ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีหรือไม่มี ร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
มี	392	98.2
ไม่มี	7	1.8
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความรู้ความเข้าใจว่าในอำเภอบ้านแพ้วมีร้านค้าปลีก ร้อยละ 98.2 ไม่มีร้านค้าปลีก ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว

สินค้าที่จำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ ฯลฯ	268	67.2
เครื่องเขียน เช่น ปากกา ยางลบ ฯลฯ	314	78.7
ของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ฯลฯ	288	72.2
ของใช้ทั่วไป เช่น ผงซักฟอก น้ำยาขัดห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน ยาฉีดยุง ฯลฯ	306	76.7
ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ฯลฯ	306	76.7
อื่นๆ ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เตารีด ฯลฯ	133	33.3

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 399 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วมากที่สุดคือ สินค้าประเภทเครื่องเขียน เช่น ปากกา ยางลบ ฯลฯ ร้อยละ 78.7 รองลงมา สินค้าประเภทของใช้ทั่วไป เช่น ผงซักฟอก น้ำยาขัดห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน ยาฉีดยุง ฯลฯ และของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ฯลฯ ร้อยละ 76.7 เท่ากัน ของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ฯลฯ ร้อยละ 72.2 อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ ฯลฯ ร้อยละ 67.2 และอื่นๆ ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เตารีด ฯลฯ ร้อยละ 33.3

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทราบร้านค้าปลีกใน
อำเภอบ้านแพ้ว

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	19	4.8
ป้ายร้านค้า	236	59.1
คนรู้จัก	107	26.8
ญาติ	41	10.3
เพื่อน	67	16.8
อื่นๆ ได้แก่ อาศัยอยู่ระแวกนั้น เห็นเอง	3	0.8

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 399 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วจากสื่อ
ที่เป็นป้ายร้านค้า มากที่สุด ร้อยละ 59.1 รองลงมาทราบจากคนรู้จัก ร้อยละ 26.8 ทราบจากเพื่อน
ร้อยละ 16.8 ทราบจากญาติ ร้อยละ 10.3 ทราบจากวิทยุ ร้อยละ 4.8 และอื่น ๆ ได้แก่อาศัยอยู่ใน
ระแวกนั้น หรือเห็นเอง ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเรื่องความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกกับร้านค้าสะดวกซื้อ

ความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกกับ ร้านค้าสะดวกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
แตกต่าง	278	69.7
ไม่แตกต่าง	73	18.3
ไม่แน่ใจ	48	12.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทราบว่ามีความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกกับร้านค้าสะดวกซื้อ ร้อยละ 69.7 รองลงมาเห็นว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกกับร้านค้าสะดวกซื้อ ร้อยละ 18.3 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 12.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ

ความคิดเห็นราคาของสินค้าระหว่างร้านค้าปลีกมี ราคาถูกกว่าร้านสะดวกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่ ร้านค้าปลีกถูกกว่า	194	48.6
ไม่ใช่	104	26.1
ไม่แน่ใจ	101	25.3
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าราคาสินค้าร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วถูกกว่าสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 48.6 รองลงมาเห็นว่าไม่ใช่ถูกกว่า ร้อยละ 26.1 และไม่แน่ใจ ร้อยละ 25.3

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเรื่องคุณภาพของสินค้าระหว่างร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วกับร้านค้าสะดวกซื้อ

คุณภาพของสินค้าในร้านค้าปลีกเปรียบเทียบกับ ร้านสะดวกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพดีกว่าร้านสะดวกซื้อ	52	13.0
คุณภาพเท่ากับร้านสะดวกซื้อ	288	72.2
คุณภาพที่ด้อยกว่าร้านสะดวกซื้อ	59	14.8
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าคุณภาพสินค้าในร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 72.2 รองลงมาเห็นว่ามีความด้อยกว่าร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 14.8 และเห็นว่าคุณภาพดีกว่าร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 13.0

ด้านความพึงพอใจ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความพึงพอใจของส่วนการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ														แปลผล	อันดับ ที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจปานกลาง		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด		ไม่พอใจ		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
คุณภาพของสินค้า	42	10.5	98	24.6	236	59.1	20	5	1	0.3	2	0.5	3.39	ปานกลาง	1	
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	45	11.3	131	32.8	149	37.3	66	16.5	4	1	4	1	3.34	ปานกลาง	2	
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	44	11.0	117	29.3	158	39.6	68	17	8	2	4	1	3.27	ปานกลาง	3	
สินค้ามีให้เลือกหลายสี	53	13.3	104	26.1	151	37.8	73	18.3	16	4	2	0.5	3.24	ปานกลาง	4	
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	46	11.5	59	14.8	144	36.1	82	20.6	49	12.3	19	4.8	2.78	ปานกลาง	5	
														รวม		
														3.20	ปานกลาง	

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ คุณภาพของสินค้า สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อตามความพึงพอใจของส่วนประสมการตลาดด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ														แปลผล	อันดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจปานกลาง		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด		ไม่พอใจ		ค่าเฉลี่ย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
ราคาสินค้า	35	8.8	71	17.8	212	53.1	56	14.0	12	3.0	13	3.3	3.06	ปานกลาง	1	
มีการคิดป้ายแสดงราคา	44	11.0	97	24.3	137	34.3	86	21.6	22	5.5	13	3.3	3.04	ปานกลาง	2	
มีหลายระดับราคาให้เลือก	53	13.3	108	27.1	135	33.9	69	17.3	30	7.5	4	1.0	3.21	ปานกลาง	3	
มีส่วนลดเงินสด	53	13.3	81	20.3	109	27.3	90	22.6	43	10.8	23	5.8	2.85	ปานกลาง	5	
สามารถต่อรองราคาได้	57	14.3	90	22.6	108	27.1	89	22.3	39	9.8	16	4.0	2.97	ปานกลาง	4	
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	49	12.3	76	19.0	131	32.9	79	19.8	38	9.5	26	6.5	2.85	ปานกลาง	5	
					รวม								3.00	ปานกลาง		

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.00) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับได้แก่ ราคาสินค้า มีการติดป้ายแสดงราคา มีหลายระดับราคาให้เลือก สามารถต่อรองราคาได้ มีการให้เครดิตกับลูกค้า และมีส่วนลดเงินสด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความพึงพอใจของส่วนประมวลผลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ														ค่าเฉลี่ย	แปดผล	อันดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจปานกลาง		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด		ไม่พอใจ		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
สถานที่ตั้งร้าน	55	13.8	124	31.1	157	39.3	49	12.3	12	3.0	2	0.5			3.39	ปานกลาง	1
มีบริการที่จอดรถ	43	10.8	96	24.1	158	39.6	66	16.5	20	5.0	16	4.0			3.07	ปานกลาง	7
มีการจัดสินค้าภายในร้าน	46	11.5	92	23.1	168	42.1	73	18.3	18	4.5	2	0.5			3.17	ปานกลาง	3
ความสะดวกของร้าน	44	11.0	83	20.8	172	43.1	73	18.3	18	4.5	9	2.3			3.09	ปานกลาง	6
บรรยากาศภายในร้าน	40	22.3	89	22.3	163	40.9	79	19.3	22	5.5	6	1.5			3.14	ปานกลาง	4
การจัดหน้าร้าน	36	9.0	88	22.1	174	43.6	84	20.6	12	3.0	5	1.3			3.10	ปานกลาง	5
การขนส่งสินค้า	29	7.3	76	19.0	161	40.4	84	21.1	34	8.5	15	3.8			2.84	ปานกลาง	8
เวลาเปิดร้าน	40	10.0	112	28.1	159	39.8	66	16.3	14	3.5	9	2.3			3.18	ปานกลาง	2
เวลาปิดร้าน	42	10.5	92	23.1	168	42.1	66	16.5	20	5.0	11	2.8			3.09	ปานกลาง	6
															3.12	ปานกลาง	

รวม

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) ในรายละเอียด มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ สถานที่ตั้งร้าน เวลาเปิดร้าน เวลาปิดร้าน มีการจัดสินค้าภายในร้าน บรรยากาศภายในร้าน การจัดหน้าร้าน ความสะอาดของร้าน มีบริการที่จอดรถ การขนส่งสินค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความพึงพอใจของส่วนประสานการตลาดด้านการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ												แปลผล	อันดับที่	
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจปานกลาง		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด		ไม่พอใจ				ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การบริการของพนักงานขาย	45	11.3	85	21.3	158	39.6	78	19.5	14	3.5	19	4.8	3.03	ปานกลาง	1
การโฆษณา	28	7.0	74	18.5	127	31.8	107	27.1	35	8.8	27	6.8	2.68	ปานกลาง	4
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม	59	14.8	83	20.8	121	30.3	78	19.5	38	9.5	20	5.0	2.97	ปานกลาง	2
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการ จัดชมรมผู้ค้าปลีก	37	9.3	72	18.0	124	31.1	86	21.6	54	13.5	26	6.5	2.69	ปานกลาง	3
รวม													2.84	ปานกลาง	

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.84) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ ดังนี้ การบริการของพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก และการโฆษณา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่สนใจ

การส่งเสริมการขายที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคา	314	78.7
สะสมแต้ม	72	18.0
ของแถม	245	61.4
ส่งชิงโชค	88	22.1
คู่มือเงินสด	102	25.6
อื่นๆ ได้แก่ ส่งถึงบ้าน	2	0.5

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 399 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สนใจการส่งเสริมการขายด้านการลดราคา มากที่สุด ร้อยละ 78.7 รองลงมาได้แก่ ของแถม ร้อยละ 61.4 คู่มือเงินสด ร้อยละ 25.6 การส่งชิงโชค ร้อยละ 22.1 การสะสมแต้ม ร้อยละ 18.0 และอื่นๆ ได้แก่ ส่งถึงบ้าน ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามของแถมที่สนใจ

ของแถม	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อ	223	55.9
นาฬิกา	231	57.9
ผ้าเช็ดตัว	114	28.6
ขนมขบเคี้ยว/อาหาร	101	25.3
แก้วน้ำ	126	31.6
พวงกุญแจ	90	22.6
อื่นๆ ได้แก่ ของตั้งโชว์ กระเป๋า หนังสือ โทรศัพท์	7	1.8

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 399 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจของแถมเป็นนาฬิกามากที่สุด ร้อยละ 57.9 รองลงมาได้แก่ เสื้อ ร้อยละ 55.9 แก้วน้ำ ร้อยละ 31.6 ผ้าเช็ดตัว ร้อยละ 28.6 ขนมขบเคี้ยว/อาหาร ร้อยละ 25.3 พวงกุญแจ ร้อยละ 22.6 และอื่นๆ ได้แก่ ของตั้งโชว์ กระเป๋า หนังสือ โทรศัพท์ ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจซื้อสินค้าในกรณีที่ร้านค้าปลีกมีการส่งเสริมการขาย

ความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจซื้อ	305	76.4
ไม่สนใจซื้อ	33	8.3
เฉยๆ	61	15.3
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถ้ามีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อสินค้า ร้อยละ 76.4 รองลงมาคือเฉยๆ ร้อยละ 15.3 และไม่สนใจซื้อ ร้อยละ 8.3

ด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก

ความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	86	21.7
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	76	19.0
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	133	33.3
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	68	17.0
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	36	9.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านค้าปลีกสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 33.3 รองลงมา มาใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 21.7 ใช้บริการสัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง ร้อยละ 19.0 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 17.0 และใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 9.0

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ประจำ

สินค้านำเข้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสำเร็จรูป		
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	323	81.0
ผักกระป๋อง	111	27.8
โจ๊กสำเร็จรูป	92	23.1
ปลากระป๋อง	206	51.6
ผลไม้กระป๋อง	83	20.8
ขนมคบเคี้ยว, คุกกี้, เส้นอบแห้ง, แป้งทำขนม	4	1.0
ของใช้ในครัว		
ข้าวสาร	235	58.9
น้ำปลา	245	61.4
ซอสปรุงรส	176	44.1
น้ำตาล	224	56.1
น้ำมันพืช	227	56.9
อื่นๆ ได้แก่ อาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ไข่ ไก่	2	0.5
ของใช้ส่วนตัว		
สบู่	302	75.7
ยาสีฟัน	272	68.2
ยาสระผม	255	63.9
แปรงสีฟัน	180	45.1
ครีมบำรุงผิว	163	40.9
แป้ง	210	52.6
โฟมล้างหน้า ครีมอาบน้ำ ผ้าอนามัย ยาสีฟัน	7	1.8

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ประจำ (ต่อ)

สินค้าร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องดื่ม		
น้ำดื่ม	200	50.1
น้ำอัดลม	243	60.9
น้ำหวาน	135	33.8
น้ำผลไม้	130	32.6
ชา	58	14.5
กาแฟ	123	30.8
นม UHT	185	46.4
เครื่องดื่มบำรุงกำลัง สุรา	6	1.5
ของใช้ทั่วไป		
ผงซักฟอก	328	82.2
น้ำยาขัดห้องน้ำ	132	33.1
น้ำยาล้างจาน	242	60.7
น้ำยาเช็ดกระจก	54	13.5
น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาซักผ้า ถูพลาสติก แปรอง	5	1.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 399 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ประเภทอาหารสำเร็จรูป ซื้อบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป มากที่สุดร้อยละ 81.0 รองลงมาได้แก่ ปลากระป๋อง ร้อยละ 51.6 ผักกระป๋อง ร้อยละ 27.8 โจ๊กสำเร็จรูป ร้อยละ 23.1 ผลไม้กระป๋อง ร้อยละ 20.8 และขนมขบเคี้ยว วุ้นเส้นอบแห้ง แป้งทำขนม ร้อยละ 1.0

ประเภทของใช้ภายในครัวซื้อน้ำปลา มากที่สุดร้อยละ 61.4 รองลงมาได้แก่ข้าวสาร ร้อยละ 58.9 น้ำมันพืช ร้อยละ 56.9 น้ำตาล ร้อยละ 56.1 ซอสปรุงรส ร้อยละ 44.1 และอื่น ๆ ได้แก่ อาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ ไข่ไก่ ร้อยละ 0.5

ประเภทของใช้ส่วนตัวซื้อสบู่ มากที่สุดร้อยละ 75.7 รองลงมาได้แก่ ยาสีฟัน ร้อยละ 68.2 ยาสระผม ร้อยละ 63.9 แป้ง ร้อยละ 52.6 แปรงสีฟัน ร้อยละ 45.1 ครีมบำรุงผิว ร้อยละ 40.9 และ โฟมล้างหน้า ครีมอาบน้ำ ผ่าอนามัย ยาสามัญ ร้อยละ 1.8

ประเภทเครื่องดื่มซื้อน้ำอัดลม มากที่สุดร้อยละ 60.9 รองลงมาได้แก่ น้ำดื่ม ร้อยละ 50.1 นม UHT ร้อยละ 46.4 น้ำหวาน ร้อยละ 33.8 ผลไม้ ร้อยละ 32.6 ชา ร้อยละ 14.5 และเครื่องดื่มบำรุงกำลัง สุรา ร้อยละ 1.5

ประเภทของใช้ทั่วไปซื้อผงซักฟอก มากที่สุดร้อยละ 82.2 รองลงมาได้แก่ น้ำยาล้างจาน ร้อยละ 60.7 น้ำยาขัดห้องน้ำ ร้อยละ 33.1 น้ำยาเช็ดกระจก ร้อยละ 13.5 และน้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาซักผ้า ถูพลาสติก แปรง ร้อยละ 1.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
มีความเชื่อถือ	127	31.8
มีการส่งสินค้า	60	15.0
ราคาสินค้าไม่แพง	210	52.6
มีสินค้าเฉพาะที่ร้านแบบอื่นไม่มีขาย	91	22.8
ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	279	69.9
มีพนักงานคอยให้บริการ	68	17.0
ความสะอาดของร้าน	85	21.3
มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	95	23.8
มีที่จอดรถ	80	20.1
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	72	18.0
มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	187	46.9
เป็นร้านที่ซื้ออยู่เป็นประจำ	24	6.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 399 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพราะใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน มากที่สุด ร้อยละ 69.9 รองลงมาได้แก่ ราคาสินค้าไม่แพง ร้อยละ 52.6 มีความเป็นกันเองกับลูกค้า ร้อยละ 46.9 มีความเชื่อถือ ร้อยละ 31.8 มีการเรียงสินค้าเป็นระเบียบ ร้อยละ 23.8 มีสินค้าเฉพาะที่ร้านแบบอื่นไม่มีขาย ร้อยละ 22.8 ความสะอาดของร้าน ร้อยละ 21.3 มีที่จอดรถ ร้อยละ 20.1 มีการให้เครดิตลูกค้า ร้อยละ 18.0 มีการขนส่ง ร้อยละ 15.0 และเป็นร้านที่ซื้ออยู่เป็นประจำ ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณของร้านค้าปลีกที่ซื้อประจำ

บริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
บริเวณตลาดสด	283	70.9
บริเวณป้ายรถเมล์ติดชุมชน	60	15.0
บริเวณสถานีราชการ	24	6.0
อื่นๆ ได้แก่ บริเวณหมู่บ้าน	32	7.5
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกบริเวณตลาดสด ร้อยละ 70.9 รองลงมาได้แก่ บริเวณป้ายรถเมล์ติดชุมชน ร้อยละ 15.0 อื่นๆ ได้แก่บริเวณหมู่บ้าน ร้อยละ 7.5 และบริเวณสถานีราชการ ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก

ช่วงเวลาซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
5.00-8.00 น.	46	11.5
8.01-11.00 น.	74	18.5
11.01-14.00 น.	59	14.2
14.01-17.00 น.	95	23.2
17.01-20.00 น.	124	31.1
21.00-22.00 น.	1	0.3
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมากที่สุดคือ ช่วงเวลา 17.01-20.00 น. ร้อยละ 31.1 รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลา 14.01-17.00 น. ร้อยละ 23.2 ช่วงเวลา 08.01-11.00 น. ร้อยละ 18.5 ช่วงเวลา 11.01-14.00 น. ร้อยละ 14.2 และช่วงเวลา 21.00-22.00 น. ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่อครั้ง

จำนวนเงินซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	116	29.1
51-100 บาท	156	39.1
101-500 บาท	111	27.8
501-1,000 บาท	13	3.3
มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	3	0.8
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกครั้งละ 51-100 บาทมากที่สุด ร้อยละ 39.1 รองลงมาได้แก่ซื้อครั้งละไม่เกิน 50 บาท ร้อยละ 29.1 ครั้งละ 101-500 บาท ร้อยละ 27.8 ครั้งละ 501-1,000 บาท ร้อยละ 3.3 และครั้งละมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการ ร้านค้าปลีก

ความถี่ในการมาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	79	19.8
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	78	19.5
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	173	43.4
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	44	11.0
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	25	6.3
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะกลับมา ใช้บริการ ร้านค้าปลีกอีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 43.4 รองลงมา ใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 19.8 ใช้บริการ สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง ร้อยละ 19.5 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 11.0 และน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 6.3

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความ นิยมร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วในอนาคต

ความนิยมในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้นมาก	115	28.8
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	149	37.3
ไม่เพิ่มขึ้น	83	20.8
ลดลง	52	13.0
รวม	399	100.0

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว ในอนาคตจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 37.3 รองลงมามีความเห็นว่าจะได้รับความนิยม เพิ่มขึ้นมาก ร้อยละ 28.8 ไม่ได้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20.8 และจะได้รับความนิยมลดลง ร้อยละ 13.0

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัญหาคำถามผลิตภัณฑ์

ปัญหาคำถามผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา												ค่าเฉลี่ย	เปิดผล	อันดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
คุณภาพของสินค้าไม่ดี	52	13.0	71	18.3	150	37.6	81	20.3	15	3.8	28	7.0	2.95	ปานกลาง	3
สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท	30	7.5	105	26.3	132	33.1	97	24.4	14	3.5	21	5.3	2.94	ปานกลาง	4
สินค้ามีให้เลือกน้อยขนาด	38	9.5	99	24.8	126	31.6	92	23.1	22	5.5	22	5.5	2.93	ปานกลาง	5
สินค้ามีให้เลือกน้อยยี่ห้อ	35	8.8	109	27.3	124	31.1	92	23.1	14	3.5	25	6.3	2.96	ปานกลาง	2
ความล่าช้าของสินค้า	42	10.5	92	23.1	124	31.1	88	22.1	23	5.8	30	7.5	2.88	ปานกลาง	6
สินค้าหมดอายุ	54	13.5	80	20.1	108	27.1	81	20.3	45	11.3	31	7.8	2.81	ปานกลาง	7
ไม่รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	59	14.8	91	22.8	118	29.6	76	19.0	24	6.0	31	7.8	2.98	ปานกลาง	1
					รวม								2.92	ปานกลาง	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.92) ในรายละเอียด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ ดังนี้ ไม่รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า สินค้ามีให้เลือกน้อยยี่ห้อ คุณภาพของสินค้าไม่ดี สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท สินค้ามีให้เลือกน้อยขนาด ความล้ำสมัยของสินค้า และสินค้าหมดอายุ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับ ที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ราคาสินค้าแพง	61	15.3	80	20.1	145	36.3	74	18.5	21	5.3	18	4.5	3.08	ปานกลาง	3
ไม่แสดงป้ายราคาชัดเจน	49	12.3	130	32.6	112	28.1	67	16.8	25	6.3	16	4.0	3.16	ปานกลาง	1
ไม่มีส่วนลดเงินสด	51	12.8	107	26.8	129	32.3	61	15.6	22	5.5	28	7.0	3.12	ปานกลาง	2
ไม่สามารถต่อรองราคาได้	50	12.5	101	25.3	122	30.6	71	17.8	26	6.5	29	7.3	2.98	ปานกลาง	4
ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า	45	11.3	84	21.1	129	32.3	83	20.8	25	6.3	33	8.3	2.85	ปานกลาง	5
	รวม												3.04	ปานกลาง	

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04) ในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ ดังนี้ ไม่แสดงป้ายราคาชัดเจน ไม่มีส่วนลดเงินสด ราคาสินค้าแพง ไม่สามารถต่อรองราคาได้ และไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย
อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.65) ในรายละเอียดพบปัญหาในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ
ได้แก่ จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ หายาก ไม่มีบริการขนส่งสินค้า ไม่มีที่จอดรถ และบรรยากาศ
ในร้านไม่ดี สำหรับปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยได้แก่ การเดินทางไม่สะดวก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

๖
658.8342

พ 3767

๐13

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัญหาด้านการส่งเสริมการขยาย

ปัญหาด้านการส่งเสริมการ ตลาด	ระดับปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปดผล	อันดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
พนักงานขายไม่เพียงพอ	37	9.3	70	17.5	136	34.1	92	25.1	32	8.0	32	8.0	ปานกลาง	3	
การโฆษณาไม่น่าสนใจ	33	8.3	95	23.8	130	32.6	78	19.5	37	9.3	26	6.5	ปานกลาง	1	
การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	35	8.8	90	22.6	136	34.1	79	19.8	31	7.8	28	7.0	ปานกลาง	2	
การบริการไม่ดี	40	10.0	67	16.8	114	28.6	98	24.6	38	9.6	42	10.5	ปานกลาง	4	
													รวม	ปานกลาง	
													2.79		

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79) ในรายละเอียดผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ การโฆษณาไม่น่าสนใจ การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ พนักงานขายมีไม่เพียงพอ และการบริการไม่ดี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน
(ตารางที่ 34-66)

4.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
คุณภาพของสินค้า	3.39 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.27 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.24 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.19 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	2.81 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
รวม	3.18 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม
ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.18) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้ามากเป็นอันดับ
แรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.39

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยรวมใน
ระดับปานกลาง (3.23) โดยมีความพึงพอใจต่อสินค้ามีให้เลือกหลายประเภท มากเป็นอันดับแรก
โดยมีค่าเฉลี่ย 3.40

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านราคา
จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ราคาสินค้า	3.21 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
มีการคิดป้ายแสดงราคา	2.97 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.24 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีส่วนลดเงินสด	2.81 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
สามารถต่อรองราคาได้	2.88 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	2.89 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
รวม	3.00 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.00) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือกมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.24

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง (2.99) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือกมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.18

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับเพศ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
สถานที่ตั้งร้าน	3.38 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
มีบริการที่จอดรถ	3.05 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีการจัดสินค้าภายในร้าน	3.12 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความสะอาดของร้าน	3.01 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในร้าน	3.01 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การจัดหน้าร้าน	3.01 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
การขนส่งสินค้า	2.84 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
เวลาเปิดร้าน	3.13 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
เวลาปิดร้าน	3.10 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
รวม	3.07 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (3.07) โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งของร้าน มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.38

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยรวมระดับปานกลาง (3.16) โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งของร้าน มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.40

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
การบริการของพนักงานขาย	3.11 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การโฆษณา	2.66 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม	2.94 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก	2.70 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
รวม	2.85 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.85) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขายมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.11

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.82) โดยมีความพึงพอใจการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถมมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.99

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก
จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการใช้บริการร้าน ค้าปลีก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	37	20.9	49	22.1	86	21.6
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	34	19.2	42	18.9	76	19.0
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	57	32.2	76	34.2	133	33.3
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	29	16.4	39	17.6	68	17.0
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	20	11.3	16	7.2	36	9.0
รวม	177	100.0	222	100.0	399	100.0

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 32.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง
มากที่สุด ร้อยละ 34.2

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก
จำแนกตามเพศ

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีความเชื่อถือ	57	32.2	70	31.5
มีการส่งสินค้า	26	14.7	34	15.3
ราคาสินค้าไม่แพง	75	42.4	125	56.3
มีสินค้าเฉพาะที่ร้านแบบอื่น ไม่มีขาย	37	20.1	54	24.3
ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	124	70.1	155	69.8
มีพนักงานคอยให้บริการ	29	16.4	39	17.6
ความสะอาดของร้าน	32	18.1	53	23.9
มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	34	19.2	61	27.5
มีที่จอดรถ	42	23.7	38	17.1
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	29	16.4	43	19.4
มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	80	45.2	107	48.2

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก
เพราะใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงานมากที่สุด ร้อยละ 70.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีเหตุผลที่เลือกซื้อ สินค้าที่ร้านค้าปลีกเพราะใกล้บ้านหรือ
ใกล้ที่ทำงาน มากที่สุด ร้อยละ 68.8

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับตามบริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า จำแนกตามเพศ

บริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บริเวณตลาดสด	121	68.4	162	73.0	283	70.9
บริเวณป้ายรถเมล์ติดชุมชน	31	17.5	29	13.1	60	15.0
บริเวณสถานีราชการ	10	5.6	14	6.3	24	6.0
บริเวณหมู่บ้าน,แล้วแต่ความสะดวก	15	8.5	17	7.5	31	7.8
รวม	177	100.0	222	100.0	399	100.0

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อสินค้าที่ร้านปลีกที่ตั้งอยู่บริเวณตลาดสด มากที่สุด ร้อยละ 68.4

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ซื้อสินค้าที่ร้านปลีกที่ตั้งอยู่บริเวณตลาดสดมากที่สุด ร้อยละ 73.0

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า
จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5.00-8.00 น.	24	13.6	22	9.9	46	11.5
8.01-11.00 น.	25	14.1	49	22.1	74	18.5
11.01-14.00 น.	29	16.4	30	13.5	59	14.8
14.01-17.00 น.	43	24.3	52	23.4	95	23.8
17.01-20.00 น.	56	31.6	68	30.6	124	31.1
ไม่แน่นอน เมื่อของขาด	0	0	1	0.5	1	0.3
รวม	177	100.0	222	100.0	399	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกคือ
ช่วงเวลา 17.01-20.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 31.6 เพศหญิง ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก คือ
ช่วงเวลา 17.01-20.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 30.6

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้า
ร้านค้าปลีก จำแนกตามเพศ

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ ร้านค้าปลีก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
ไม่เกิน 50 บาท	60	33.9	56	25.2	116	29.1
51-100 บาท	70	39.5	86	38.7	156	39.1
101-500 บาท	44	24.9	67	30.2	111	27.8
501-1,000 บาท	3	1.7	10	4.5	13	3.3
มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	0	0.0	3	1.4	3	0.8
รวม	177	100.0	222	100.0	399	100.0

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายจำนวนที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก คือ
51-100 บาท มากที่สุด ร้อยละ 39.5 เพศหญิง 51-100 บาท มากที่สุด ร้อยละ 38.7

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นจะมาใช้บริการ
ที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นจะมาใช้บริการ ที่ร้านค้าปลีก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
มาใช้บริการทุกวัน	38	21.5	41	18.5	79	19.8
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	34	19.2	44	19.8	78	19.5
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	72	40.7	101	45.5	173	43.4
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	21	11.9	23	10.4	44	11.0
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	12	6.8	13	5.9	25	6.3
รวม	177	100.0	222	100.0	399	100.0

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นจะมาใช้บริการที่ร้านค้า
ปลีก มาสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 40.7 เพศหญิง ร้อยละ 45.5

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วจะได้รับในอนาคต จำแนกตามเพศ

ความนิยมร้านค้าปลีกใน อำเภอบ้านแพ้ว ในอนาคต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้นมาก	38	21.6	76	34.2	114	28.6
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	69	39.2	80	36.0	149	37.4
ไม่เพิ่มขึ้น	43	24.4	39	17.6	82	20.6
ลดลง	26	14.8	27	11.8	53	13.2
รวม	176	100.0	222	100.0	399	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วจะได้รับในอนาคต คือ จะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย มากที่สุด ร้อยละ 39.2 เพศหญิงมากที่สุดร้อยละ 36.0

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ											รวม
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ	เกษียณ	เกษตรกร	รับจ้าง	
คุณภาพของสินค้า	3.57 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.56 (มาก)	2.88 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.43 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.49 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	2.87 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	3.29 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	
รวม	3.38 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.38) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.71) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.20) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พ่อบ้านหรือแม่บ้านมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.34) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ค้าขาย มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.99) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.16

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.20) โดยมีความพึงพอใจต่อสินค้ามีให้เลือกหลายขนาด มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.45

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.97) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.11

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ เกษตรกร รับจ้าง มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.91) โดยมีความพึงพอใจมีสินค้าให้เลือกหลายประเภท มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.18

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านราคาจำแนกตามอาชีพ

ด้านราคา	อาชีพ									
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ (ระบุ) ... (ยกเว้นกรรรับจ้าง)	รวม	
ราคาสินค้า	3.19 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	
มีการติดป้ายแสดงราคา	3.34 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.18 (น้อย)	3.04 (ปานกลาง)	
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.51 (มาก)	2.47 (น้อย)	2.93 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	
มีส่วนลดเงินสด	3.07 (ปานกลาง)	2.18 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	
สามารถต่อรองราคาได้	3.12 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.27 (น้อย)	2.97 (ปานกลาง)	
มีการให้เครดิตลูกค้า	2.97 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.95 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	
รวม	3.20 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.89 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.20) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือกมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.51

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย (2.43) โดยมีความพึงพอใจราคาสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.82

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.89) โดยมีความพึงพอใจราคาสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.94) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือกมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.15

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.83) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือกมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.02

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.830) โดยมีความพึงพอใจสามารถต่อรองราคาได้ มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.76) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือกมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.86

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร รับจ้าง มีความพึงพอใจด้านราคาโดยรวมที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (2.65) โดยมีความพึงพอใจมีการให้เครดิตลูกค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.51

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายขนมตามกับอาชีพ

ช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ										รวม
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ (ระบุ) ...	รับจ้าง	เกษตกร	
สถานที่ตั้ง	3.58 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.55 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
มีบริการที่จอดรถ	3.19 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	3.07 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	3.07 (ปานกลาง)
มีการจัดสินค้าภายในร้าน	3.43 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความสะดวกของร้าน	3.31 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในร้าน	3.37 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การจัดหน้าร้าน	3.33 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	3.53 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
การขนส่งสินค้า	3.10 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามกับอาชีพ (ต่อ)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ										รวม
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ (ระบุ) ... (เกษตรกรรับจ้าง)			
เวลาเปิดร้าน	3.43 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.36 (ปานกลาง)			3.18 (ปานกลาง)
เวลาปิดร้าน	3.32 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.4 5(ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)			3.09 (ปานกลาง)
รวม	3.34 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)			3.13 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.34) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้ง เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นข้าราชการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.67) มีความพึงพอใจสถานที่ตั้งเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.18

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.94) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้ง เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.64

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้านมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.36) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้งและเวลาเปิดร้าน เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.05) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้ง เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.86) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้ง เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.40

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.77) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้ง เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2.96

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นเกษตรกร และรับจ้าง มีความพึงพอใจ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.75) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้ง เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.09

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ									
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อค้าหรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	อื่นๆ (ระบุ) ...	รวม	
การบริการของพนักงานขาย	3.31 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	
การโฆษณา	3.14 (ปานกลาง)	1.88 (น้อย)	1.86 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	2.19 (น้อย)	2.15 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.68 (ปานกลาง)	
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาของแถม	3.33 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.65 (ปานกลาง)	2.58 (ปานกลาง)	2.27 (น้อย)	2.97 (ปานกลาง)	
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก	3.09 (ปานกลาง)	2.06 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.90 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.37 (น้อย)	2.31 (น้อย)	2.36 (น้อย)	2.69 (ปานกลาง)	
รวม	3.22 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	2.41 (น้อย)	2.89 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.84 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.22) โดยมีความพึงพอใจการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาของแถม มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.33

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.30) โดยมีความพึงพอใจการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาของแถม มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.71

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.41) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.86

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.89) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย และการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาของแถม มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.36) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.81

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพของกิจการ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.53) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.95

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.53) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.95

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.46) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.66

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเกษตรกร รับจ้าง มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.30) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.55

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก
จำแนกตามอาชีพ

ความถี่ในการใช้ บริการ ร้านค้าปลีก	อาชีพ								
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการ ทุกวัน	55 (27.5)	1 (5.9)	3 (21.4)	2 (10.0)	5 (11.6)	1 (5.0)	9 (12.2)	3 (27.3)	79 (19.8)
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	48 (24.0)	4 (23.5)	2 (14.3)	2 (10.0)	10 (23.3)	3 (15.0)	9 (12.2)	0 (0)	78 (19.5)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	72 (36.0)	6 (35.3)	7 (50.0)	15 (75.0)	19 (44.2)	12 (60.0)	35 (47.3)	7 (63.6)	173 (43.4)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	18 (9.0)	4 (23.5)	2 (14.3)	1 (5.0)	7 (16.3)	3 (15.0)	9 (12.2)	0 (0)	44 (11.0)
น้อยกว่าสัปดาห์ ละ 1 ครั้ง	7 (3.5)	2 (11.8)	0 (0)	0 (0)	2 (4.7)	1 (5.0)	12 (16.2)	1 (9.1)	25 (6.3)
รวม	200 (100.0)	17 (100.0)	14 (100.0)	20 (100.0)	43 (100.0)	20 (100.0)	74 (100.0)	11 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามีความถี่ในการมา
ใช้บริการที่ร้านค้าปลีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 36.0 ข้าราชการ ร้อยละ 35.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 50.0 พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 75.0 ค้าขาย ร้อยละ 44.2 เจ้าของ
กิจการ ร้อยละ 60.0 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 47.3 และ ลูกจ้างรับจ้างทำสวน ร้อยละ 63.6

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อเหตุที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก
จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลที่เลือกซื้อ สินค้า ที่ร้านค้าปลีก	อาชีพ							
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีความเชื่อ	88 (44.0)	1 (5.9)	5 (35.7)	8 (40.0)	11 (25.6)	5 (25.0)	8 (10.8)	1 (9.1)
มีการส่งสินค้า	44 (22.0)	1 (5.9)	2 (14.3)	4 (20.0)	1 (2.3)	1 (5.0)	6 (8.1)	1 (9.1)
ราคาสินค้าไม่แพง	110 (55.0)	5 (29.4)	5 (35.7)	12 (60.0)	21 (48.8)	11 (55.0)	33 (44.6)	3 (27.3)
มีสินค้าเฉพาะอย่าง ที่ไม่มีขายในร้านอื่น	45 (22.5)	1 (5.9)	7 (50.0)	4 (20.0)	8 (18.6)	3 (15.0)	21 (27.4)	2 (18.2)
ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ ทำงาน	46 (23.0)	2 (11.8)	3 (21.4)	6 (30.0)	2 (4.7)	1 (5.0)	7 (9.5)	1 (9.1)
มีพนักงานคอยให้ บริการ	46 (23.0)	2 (11.8)	3 (21.4)	6 (30.0)	2 (4.7)	1 (5.0)	7 (9.5)	1 (9.1)
ความสะอาดของร้าน	57 (28.5)	2 (11.8)	3 (21.4)	6 (30.0)	4 (9.3)	2 (10.0)	10 (13.5)	1 (9.1)
มีการจัดเรียงสินค้า เป็นระเบียบ	62 (31.0)	1 (5.9)	6 (42.9)	5 (25.0)	6 (14.0)	2 (10.0)	11 (14.9)	2 (18.2)
มีที่จอดรถ	38 (19.0)	7 (41.2)	5 (35.7)	9 (45.0)	5 (11.6)	4 (20.0)	10 (13.5)	2 (18.2)
มีการให้เครดิตลูกค้า	39 (19.5)	2 (11.8)	4 (28.6)	7 (35.0)	5 (11.6)	2 (10.0)	11 (14.9)	2 (18.2)
มีความเป็นกันเอง กับลูกค้า	86 (43.0)	7 (41.2)	10 (71.4)	9 (45.0)	21 (48.8)	11 (55.0)	36 (48.6)	7 (63.6)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพราะราคาสินค้าไม่แพง มากที่สุดร้อยละ 55.0 พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 60.0 ค้าขาย ร้อยละ 48.8 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 55.0 และพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพราะ มีที่จอดรถ และมีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากที่สุดร้อยละ 41.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพราะ มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มากที่สุด ร้อยละ 71.4 และอาชีพลูกจ้าง รับจ้าง ทำร้อยละ 63.6



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า
จำแนกตามอาชีพ

บริเวณร้านค้าปลีกที่ ซื้อสินค้า	อาชีพ								
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือแม่ บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
บริเวณตลาดสด	147 (73.5)	8 (47.1)	7 (50.0)	18 (90.0)	33 (76.7)	19 (95.0)	45 (60.8)	6 (54.5)	283 (70.9)
บริเวณป้ายรถเมล์ ชุมชน	30 (15.0)	2 (11.8)	5 (35.7)	2 (10.0)	4 (9.3)	0 (0)	16 (21.6)	1 (9.1)	60 (15.0)
บริเวณสถานที่ราชการ	10 (5.0)	5 (29.4)	1 (7.1)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	7 (9.5)	1 (9.1)	24 (6.0)
บริเวณหมู่บ้าน	12 (6.0)	2 (11.8)	1 (7.1)	0 (0)	6 (14.0)	1 (5.0)	6 (8.1)	3 (27.3)	31 (7.8)
อื่นๆ	1 (0.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0.3)
รวม	200 (100.0)	17 (100.0)	14 (100.0)	20 (100.0)	43 (100.0)	20 (100.0)	74 (100.0)	11 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา บริเวณร้านค้าปลีก
ที่ซื้อสินค้า คือบริเวณตลาดสด มากที่สุด ร้อยละ 73.5 อาชีพข้าราชการ ร้อยละ 47.1 อาชีพ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 50.0 อาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 90.0 อาชีพค้าขาย ร้อยละ
76.7 อาชีพเจ้าของกิจการ ร้อยละ 95.0 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 60.8 และอาชีพลูกจ้าง
รับจ้าง ทำสวน ร้อยละ 54.5

All rights reserved

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า
จำแนกตามอาชีพ

ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า	อาชีพ								
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือแม่ บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
5.00-8.00 น.	28 (14.0)	1 (5.9)	0 (0)	6 (30.0)	3 (7.0)	3 (15.0)	4 (5.4)	1 (9.1)	46 (11.5)
8.01-11.00 น.	44 (22.0)	4 (23.5)	1 (7.1)	3 (15.0)	12 (27.9)	2 (10.0)	6 (8.1)	2 (18.2)	74 (18.5)
11.01-14.00 น.	35 (17.5)	1 (5.9)	1 (7.1)	2 (10.0)	7 (16.3)	5 (25.0)	7 (9.5)	1 (9.1)	59 (14.8)
14.01-17.00 น.	54 (27.0)	3 (17.6)	5 (35.7)	5 (25.0)	6 (14.0)	2 (10.0)	18 (24.3)	2 (18.2)	95 (23.8)
17.01-20.00 น.	38 (19.0)	8 (47.1)	7 (50.0)	4 (20.0)	15 (34.9)	8 (40.0)	39 (52.7)	5 (45.5)	124 (31.1)
ไม่แน่นอน,เมื่อของ ขาด	1 (0.5)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0.3)
รวม	200 (100.0)	17 (100.0)	14 (100.0)	20 (100.0)	43 (100.0)	20 (100.0)	74 (100.0)	11 (100.0)	399 (100)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ช่วงเวลาที่ซื้อ
สินค้า คือ เวลา 14.01-17.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 27.0 อาชีพข้าราชการ ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าคือ
เวลา 17.01-20.00 น. มากที่สุดร้อยละ 47.1 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 50.0 ค้าขาย ร้อยละ 34.9
เจ้าของกิจการ ร้อยละ 40.0 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 52.7 ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน ร้อยละ
45.5 อาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าคือ 5.00-8.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 30.0

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้า
ร้านค้าปลีกต่อครั้ง จำแนกตามอาชีพ

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อครั้ง	อาชีพ								
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ลูกจ้างรับจ้างทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 50 บาท	77 (38.5)	1 (5.9)	4 (28.6)	0 (0)	8 (18.6)	3 (15.0)	20 (27.0)	3 (27.3)	116 (29.1)
51-100 บาท	85 (42.5)	3 (17.6)	3 (21.4)	12 (60.0)	18 (41.9)	6 (30.0)	24 (32.4)	5 (45.5)	156 (39.1)
101-500 บาท	32 (16.0)	11 (64.7)	6 (42.9)	8 (40.0)	15 (34.9)	8 (40.0)	28 (37.8)	3 (27.3)	111 (27.8)
501-1,000 บาท	4 (2.0)	2 (11.8)	1 (7.1)	0 (0)	2 (4.7)	2 (10.0)	2 (2.7)	0 (0)	13 (3.3)
มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป	2 (1.0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (5.0)	0 (0)	0 (0)	3 (0.8)
รวม	200 (100.0)	17 (100.0)	14 (100.0)	20 (100.0)	43 (100.0)	20 (100.0)	74 (100.0)	11 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าร้านค้าปลีก 51-100 บาท มากที่สุด ร้อยละ 42.5 พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 60.0 อาชีพค้าขาย ร้อยละ 41.9 และลูกจ้างรับจ้างทำสวน ร้อยละ 45.5

อาชีพข้าราชการ จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าร้านค้า 101-500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 64.7 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 42.9 อาชีพพ่อบ้านแม่บ้าน ร้อยละ 40.0 อาชีพเจ้าของกิจการ ร้อยละ 40.0 และพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 37.8

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก	อาชีพ								
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการทุกวัน	55 (27.5)	1 (5.9)	3 (21.4)	2 (10.0)	5 (11.6)	1 (5.0)	9 (12.2)	3 (27.3)	79 (19.8)
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	48 (24.0)	4 (23.5)	2 (14.3)	2 (10.0)	10 (23.3)	3 (15.0)	9 (12.2)	0 (0)	78 (19.5)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	72 (36.0)	6 (35.3)	7 (50.0)	15 (75.0)	19 (44.2)	12 (60.0)	35 (47.3)	7 (63.6)	173 (43.4)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	18 (9.0)	4 (23.5)	2 (14.3)	1 (5.0)	7 (16.3)	3 (15.0)	9 (12.2)	0 (0)	44 (11.0)
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	7 (3.5)	2 (11.8)	0 (0)	0 (0)	2 (4.7)	1 (5.0)	12 (16.2)	1 (9.1)	25 (6.3)
รวม	200 (100.0)	17 (100.0)	14 (100.0)	20 (100.0)	43 (100.0)	20 (100.0)	74 (100.0)	11 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียนหรือนักศึกษา มีความคิดเห็นจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 36.0 อาชีพข้าราชการ ร้อยละ 35.3 อาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 75.0 อาชีพค้าขาย ร้อยละ 44.2 อาชีพเจ้าของกิจการ ร้อยละ 60.0 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 47.3 อาชีพลูกจ้างรับจ้างทำสวน ร้อยละ 63.6

All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นร้านค้าปลีกใน
อำเภอบ้านแพ้วจะได้รับความนิยอย่างไรในอนาคต จำแนกตามอาชีพ

ความนิยม ของร้านค้า ปลีกใน อนาคต	อาชีพ								
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือแม่ บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพิ่มขึ้นมาก	82 (41.0)	3 (17.6)	2 (14.3)	4 (20.0)	7 (16.3)	2 (10.0)	11 (14.9)	3 (27.3)	114 (28.6)
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	77 (38.5)	6 (35.3)	7 (50.0)	7 (35.0)	17 (39.5)	8 (40.0)	24 (32.4)	4 (36.4)	150 (37.6)
ไม่เพิ่มขึ้น	21 (10.5)	7 (41.2)	0 (0)	8 (40.0)	17 (39.5)	7 (35.0)	20 (27.0)	2 (18.2)	82 (20.6)
ลดลง	20 (10.0)	1 (5.9)	5 (35.7)	1 (5.0)	2 (4.6)	3 (15.0)	19 (25.7)	2 (18.2)	53 (15.3)
รวม	200 (100)	17 (100)	14 (100)	20 (100)	43 (100)	20 (100)	74 (100)	11 (100)	399 (100)

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วจะได้รับในอนาคต เพิ่มขึ้นมาก มากที่สุด ร้อยละ 41.0 อาชีพข้าราชการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วจะได้รับในอนาคตไม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 41.2 อาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 40.0 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วจะได้รับในอนาคตเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 50.0 อาชีพเจ้าของกิจการ ร้อยละ 40.0 และลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน ร้อยละ 36.4 อาชีพค้าขาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วจะได้รับในอนาคตเพิ่มขึ้นเล็กน้อย และอาจจะไม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 39.5

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
คุณภาพของสินค้า	3.51 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.48 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.39 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.44 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	2.84 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
รวม	2.78 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.78) โดยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้ามากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.51

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.56) โดยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้ามากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.32

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.95) โดยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้ามากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.05

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.55) โดยมีความพึงพอใจสินค้ามีให้เลือกหลายประเภท มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.44

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.52) โดยมีความพึงพอใจด้านสินค้ามีให้เลือกหลายประเภทและสินค้ามีให้เลือกหลายขนาด มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.17



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านราคา
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านราคา	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
ราคาสินค้า	3.13 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)
มีการติดป้ายแสดงราคา	3.24 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.43 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
มีส่วนลดเงินสด	3.04 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
สามารถต่อรองราคาได้	3.06 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)	3.67 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	2.95 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.37 (น้อย)	3.11 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
รวม	3.14 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.14) โดยมีความพึงพอใจด้านมีหลายระดับราคาให้เลือก เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.88) โดยมีความพึงพอใจด้านราคาสินค้า เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.64) โดยมีความพึงพอใจมีการติดป้ายแสดงราคา เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.89

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.97) โดยมีความพึงพอใจสามารถต่อรองราคาได้ เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.83) โดยมีความพึงพอใจมีการให้เครดิตกับลูกค้า เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.11



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
สถานที่ตั้งร้าน	3.57 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
มีบริการที่จอดรถ	3.13 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
มีการจัดสินค้าภายในร้าน	3.42 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.22 (น้อย)	3.06 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความสะอาดของร้าน	3.30 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	2.11 (น้อย)	2.78 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในร้าน	3.37 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.22 (น้อย)	2.94 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)
การจัดหน้าร้าน	3.28 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.33 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
การขนส่งสินค้า	3.07 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	1.56 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
เวลาเปิดร้าน	3.39 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
เวลาปิดร้าน	3.29 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
รวม	3.31 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.42 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.31) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้งร้าน เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.98) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้งร้าน เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.38

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.75) โดยมีความพึงพอใจมีบริการที่จอดรถ เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.14

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.42) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้งร้าน เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.78

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.75) โดยมีความพึงพอใจ มีการจัดสินค้าภายในร้าน เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
การบริการของพนักงานขาย	3.26 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.44 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การโฆษณา	3.04 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	2.07 (น้อย)	1.22 (น้อย)	2.39 (น้อย)	2.68 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม	3.21 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	1.89 (น้อย)	2.56 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัด ชมรมผู้ค้าปลีก	2.94 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.11 (น้อย)	1.89 (น้อย)	2.11 (น้อย)	2.69 (ปานกลาง)
รวม	3.11 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.31 (น้อย)	1.86 (น้อย)	2.43 (น้อย)	2.84 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.11) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.64) โดยมีความพึงพอใจการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาของแถม เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.91

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.31) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.68

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (1.86) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.44

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.43) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงาน เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.67



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก
จำแนกตามรายได้

ความถี่ในการใช้บริการร้านค้า ปลีก	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการทุกวัน	67 (28.8)	11 (13.4)	7 (12.5)	0 (0)	1 (5.3)	86 (21.6)
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	50 (21.5)	17 (20.7)	7 (12.5)	0 (0)	2 (10.5)	76 (19.1)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	63 (27.0)	32 (39.0)	21 (37.5)	8 (88.9)	9 (47.4)	133 (33.3)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	33 (14.2)	13 (15.9)	16 (28.6)	1 (11.1)	5 (26.3)	68 (17.0)
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	20 (8.6)	9 (11.0)	5 (8.9)	0 (0)	2 (10.5)	36 (9.0)
รวม	233 (100.0)	82 (100.0)	56 (100.0)	9 (100.0)	19 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มาใช้บริการร้านค้า
ปลีกทุกวัน มากที่สุด ร้อยละ 28.8 รายได้ 5,001-10,000 บาท มาใช้บริการร้านค้าปลีกสัปดาห์ละ
2-3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 39.0 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 37.5 รายได้ 20,001-30,000
บาท ร้อยละ 88.8 รายได้ มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 47.4

All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อเหตุที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก
จำแนกตามรายได้

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	รายได้ต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีความเชื่อ	97 (41.6)	20 (24.4)	5 (8.9)	3 (33.3)	2 (11.1)
มีการส่งสินค้า	45 (19.3)	12 (14.6)	3 (5.4)	0 (0)	0 (0)
ราคาสินค้าไม่แพง	122 (52.4)	42 (51.2)	24 (42.9)	6 (66.7)	6 (33.3)
มีสินค้าเฉพาะอย่าง(ที่ไม่มีขายในร้านอื่น)	55 (23.6)	22 (26.8)	13 (23.2)	0 (0)	0 (0)
ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	156 (67.0)	68 (82.9)	40 (71.4)	3 (33.3)	12 (66.7)
มีพนักงานคอยให้บริการ	48 (20.6)	13 (15.9)	4 (7.1)	1 (11.1)	1 (5.6)
ความสะอาดของร้าน	61 (26.2)	17 (20.7)	6 (10.7)	1 (11.1)	0 (0)
มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	69 (29.6)	16 (19.5)	9 (16.1)	0 (0)	1 (5.6)
มีที่จอดรถ	48 (20.6)	18 (22.0)	12 (21.4)	2 (22.2)	0 (0)
มีการให้เครดิตลูกค้า	50 (21.5)	15 (18.3)	7 (12.5)	0 (0)	0 (0)
มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	108 (46.4)	45 (54.9)	21 (37.5)	4 (44.4)	8 (44.4)

ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 399 ราย

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพราะใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน มากที่สุด ร้อยละ 67.0 รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 82.9 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 71.4 รายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 66.7 รายได้ 20,001-30,000 บาท เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพราะราคาสินค้าไม่แพงมากที่สุดร้อยละ 66.7

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า จำแนกตามรายได้

บริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
บริเวณตลาดสด	170 (73.0)	56 (68.3)	34 (60.7)	9 (100.0)	14 (73.7)	283 (70.9)
บริเวณป้ายรถเมล์/ตึกชุมชน	33 (14.2)	12 (14.6)	15 (26.8)	0 (0)	0 (0)	60 (15.0)
บริเวณสถานที่ราชการ	11 (4.7)	7 (8.5)	4 (7.1)	0 (0)	2 (10.5)	24 (6.0)
อื่นๆ บริเวณหมู่บ้าน, แล้วแต่ความ สะดวก	19 (8.2)	7 (8.5)	3 (5.4)	0 (0)	3 (15.8)	32 (8.0)
รวม	233 (100.0)	82 (100.0)	56 (100.0)	9 (100.0)	19 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท บริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า คือบริเวณตลาดสด มากที่สุดร้อยละ 73.0 รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 68.3 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 60.7 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 100.0 และรายได้ มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 70.9

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า
จำแนกตามรายได้

ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
5.00-8.00 น.	31 (13.3)	10 (12.2)	1 (1.8)	0 (0)	4 (21.1)	46 (11.5)
8.01-11.00 น.	50 (21.5)	11 (13.4)	11 (19.6)	0 (0)	2 (10.5)	74 (18.5)
11.01-14.00 น.	40 (17.2)	4 (4.9)	10 (17.9)	2 (22.2)	3 (15.8)	59 (14.8)
14.01-17.00 น.	62 (26.6)	18 (22.0)	13 (23.2)	2 (22.2)	0 (0)	95 (23.8)
17.01-20.00 น.	49 (21.0)	39 (47.6)	21 (37.5)	5 (55.6)	10 (52.6)	124 (31.1)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่นอน เมื่อของขาด	1 (0.4)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0.3)
รวม	233 (100.0)	82 (100.0)	56 (100.0)	9 (100.0)	19 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก คือ ช่วงเวลา 14.01-17.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 26.6 รายได้ 5,001-10,000 บาท ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกคือ เวลา 17.01-20.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 47.6 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 37.5 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 55.6 และรายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 52.6

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้า
ร้านค้าปลีก จำแนกตามรายได้

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้าน ค้าปลีก	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 50 บาท	87 (37.3)	9 (11.0)	14 (25.0)	2 (22.2)	4 (22.1)	116 (29.1)
51-100 บาท	96 (41.2)	32 (39.0)	19 (33.9)	2 (22.2)	7 (36.8)	156 (39.1)
101-500 บาท	44 (18.9)	38 (46.3)	18 (32.1)	5 (55.6)	6 (31.6)	111 (27.8)
501-1,000 บาท	4 (1.7)	3 (3.7)	4 (7.1)	0 (0)	2 (10.5)	13 (3.3)
มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	2 (0.9)	0 (0)	1 (1.8)	0 (0)	0 (0)	3 (0.8)
รวม	233 (100.0)	82 (100.0)	56 (100.0)	9 (100.0)	19 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทจำนวนเงินที่ซื้อสินค้า
51-100 บาท มากที่สุด ร้อยละ 41.2 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 39.0 มากกว่า 30,000
บาท ร้อยละ 36.8

รายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า 101-500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 46.3
รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 55.6

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามรายได้

ความคิดเห็นจะมาใช้บริการ	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการทุกวัน	60 (25.8)	10 (12.2)	8 (14.3)	0 (0)	1 (5.3)	79 (19.8)
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	54 (23.2)	12 (14.6)	11 (19.6)	0 (0)	1 (5.3)	78 (19.5)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	84 (36.1)	48 (58.5)	22 (39.3)	7 (77.8)	12 (63.2)	173 (43.4)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	24 (10.3)	6 (7.3)	10 (17.9)	2 (22.2)	2 (11.5)	44 (11.1)
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	11 (4.7)	6 (7.3)	5 (8.9)	0 (0)	3 (15.8)	25 (6.3)
รวม	233 (100.0)	82 (100.0)	56 (100.0)	9 (100.0)	19 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายไม่เกิน 5,000 บาท ถ้ามาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก จะมาใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุดร้อยละ 36.1 รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 58.5 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 39.3 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 77.8 รายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 63.2

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นร้านค้าปลีกใน
อำเภอบ้านแพ้วจะได้รับความนิยอย่างไรในอนาคต จำแนกตามรายได้

ความนิยมร้านค้าปลีก ในอำเภอบ้านแพ้ว ในอนาคต	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพิ่มขึ้นมาก	85 (36.5)	22 (26.8)	4 (7.1)	2 (22.2)	2 (0)	115 (28.4)
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	96 (41.2)	25 (30.5)	23 (41.1)	2 (22.2)	3 (22.2)	149 (37.7)
ไม่เพิ่มขึ้น	28 (12.0)	26 (31.7)	17 (30.4)	3 (33.3)	8 (44.4)	83 (20.6)
ลดลง	24 (10.3)	9 (11.0)	12 (21.4)	2 (22.2)	6 (33.3)	52 (14.9)
รวม	233 (100.0)	82 (100.0)	56 (100.0)	9 (100.0)	19 (100.0)	399 (100.0)

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้วในอนาคตจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 41.2 รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 41.1

รายได้ 5,001-10,000 บาท มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอบ้านแพ้ว จะไม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 31.7 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 33.3 และรายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 44.4