

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์และการแปลความหมายข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามตั้งแต่ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 7 โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ

- 1.1 ตำบลที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่
- 1.2 เพศ
- 1.3 อายุ
- 1.4 ระดับวุฒิการศึกษาสูงสุด
- 1.5 อาชีพ
- 1.6 รายได้ต่อเดือน
- 1.7 สถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีก ตั้งแต่ตารางที่ 8 ถึงตารางที่ 32 โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ

- 2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ
- 2.2 ด้านความพึงพอใจ
- 2.3 ด้านพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก ตั้งแต่ตารางที่ 33 ถึงตารางที่ 36 โดยเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ

- 3.1 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์
- 3.2 ปัญหาด้านราคา
- 3.3 ปัญหาด้านสถานที่
- 3.4 ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้ ตั้งแต่ตารางที่ 37 ถึงตารางที่ 75

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำบลที่อาศัยอยู่

ตำบล	จำนวน	ร้อยละ
มหาชัย	108	27.06
ท่าฉลอม โกรกกราก ท่าจีน	52	13.03
บ้านบ่อ บางโทรัด กาหลง บ้านเกาะ บางกระเจ้า	53	13.28
นาโคก นาดี พันท้ายนรสิงห์	40	10.03
โคกขาม	48	12.03
บางหญ้าแพรก	32	8.02
คอกกระบือ บางน้ำจืด ชัยมงคล	31	7.77
ท่าทราย	35	8.79
รวม	399	100.00

จากตารางแสดงตำบลที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามวิธีการเก็บข้อมูล โดยมีผู้
ที่อาศัยอยู่ในตำบลมหาชัยมากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.06 รองลงมาคือ ผู้ตอบ
แบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในตำบลบ้านบ่อ บางโทรัด กาหลง บ้านเกาะ บางกระเจ้าจำนวน 53 คน คิด
เป็นร้อยละ 13.28

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ชาย	152	38.09	2
หญิง	247	61.91	1
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.91 และเป็นเพศชาย 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.09

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 20 ปี	45	11.28	5
21-30 ปี	87	21.80	2
31-40 ปี	104	26.07	1
41-50 ปี	76	19.05	3
51-60 ปี	52	13.03	4
60 ปี ขึ้นไป	35	8.77	6
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุดจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.07 รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุ 21-30 ปี มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 อายุ 41-50 ปี มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.05 และ อายุ 60 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.77

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับวุฒิการศึกษาสูงสุด

ระดับวุฒิการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ประถมศึกษา	36	9.02	5
มัธยมศึกษาตอนต้น	79	19.80	3
มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช.	96	24.06	2
อนุปริญญา ปวส.	116	29.07	1
ปริญญาตรีขึ้นไป	72	18.05	4
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับอนุปริญญา ปวส. มากที่สุดจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.07 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.06 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.05 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับ การศึกษาสูงสุดที่ระดับประถมศึกษา มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.02

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
นักเรียนหรือนักศึกษา	44	11.02	5
ข้าราชการ	72	18.05	2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	68	17.04	3
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	40	10.02	6
ค้าขาย	59	14.79	4
เจ้าของกิจการ	28	7.02	7
พนักงานบริษัทเอกชน	88	22.06	1
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.06 รองลงมาคือ มีอาชีพเป็นข้าราชการมีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.05 พนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.04 ค้าขายมีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.79 เจ้าของกิจการ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.02

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 5,000 บาท	36	9.02	4
5,001 - 10,000 บาท	108	27.07	2
10,001 - 20,000 บาท	152	38.09	1
20,001 - 30,000 บาท	84	21.06	3
มากกว่า 30,000 บาท	19	4.76	5
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.09 รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.07 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.06 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.02 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โสด	255	63.91	1
สมรส	140	35.09	2
หย่าร้างหรือหม้าย	4	1.00	3
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด มากที่สุดจำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.91 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสมีจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.09 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้างหรือหม้ายมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการมีร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

การมีร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มี	399	100.00	1
ไม่มี	0	0.00	2
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 399 คน คิดว่าในอำเภอเมืองมีร้านค้าปลีก โดยคิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับสินค้าที่มีขายในร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

สินค้าที่มีขายในร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ ฯลฯ	231	57.89	5
เครื่องเขียน เช่น ปากกา ยางลบ ดินสอ สมุด ฯลฯ	286	71.68	4
ของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ฯลฯ	337	84.46	1
ของใช้ทั่วไป เช่น ผงซักฟอก น้ำยาขัดห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน ยาฉีดกันยุง ฯลฯ	294	73.68	3
ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ฯลฯ	303	75.94	2
เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น วิทยุ โทรทัศน์ พัดลม เตารีด ฯลฯ	23	5.76	7
เครื่องสำอาง	185	46.37	6

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง มีสินค้าประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ฯลฯ มากที่สุด คือ 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.46 รองลงมา คือ ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ฯลฯ จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.94 ของใช้ทั่วไป เช่น ผงซักฟอก น้ำยาขัดห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน ยาฉีดกันยุง ฯลฯ จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.68 เครื่องเขียน เช่น ปากกา ยางลบ ดินสอ สมุด ฯลฯ จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.68 เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น วิทยุ โทรทัศน์ พัดลม เตารีด ฯลฯ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.76

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับแหล่งที่ทำให้รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

แหล่งที่ทำให้รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
วิทยุ	28	7.02	5
ป้ายร้านค้า	168	42.11	1
คนรู้จัก	64	16.04	3
ญาติ	53	13.28	4
เพื่อน	86	21.55	2
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จากป้ายร้านค้ามากที่สุด คือ 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11 รองลงมาเป็นการรู้จักจากเพื่อน มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.55 รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจากคนรู้จัก 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.04 รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจากญาติ 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.28 แหล่งที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุดคือ วิทยุ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.02

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น

ความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง กับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
แตกต่าง	228	57.14	1
ไม่แตกต่าง	104	26.07	2
ไม่แน่ใจ	67	16.79	3
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่นมีความแตกต่างกัน จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ไม่มีความแตกต่างกัน มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.07 และที่ไม่แน่ใจว่าแตกต่างกันหรือไม่ มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.79

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างด้านราคา ระหว่างร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่นเซเว่น อีเลฟเว่น

ราคาของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง ถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ใช่	205	51.37	1
ไม่ใช่	92	23.06	3
ไม่แน่ใจ	102	25.57	2
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเข้าใจว่าราคาของสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมีราคาถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่นเซเว่น อีเลฟเว่น มากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.37 ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เข้าใจว่าราคาของสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมีราคาไม่ถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่นเซเว่น อีเลฟเว่น 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.06 และ ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่แน่ใจว่าราคาของสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมีราคาถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่นเซเว่น อีเลฟเว่น มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.57

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างด้านคุณภาพของสินค้า ระหว่างร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น

คุณภาพของสินค้าที่ขายในร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองเปรียบเทียบกับร้านค้าสะดวกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มีคุณภาพที่ดีกว่า	49	12.28	3
มีคุณภาพที่เท่ากัน	288	72.18	1
มีคุณภาพที่ด้อยกว่า	62	15.54	2
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเข้าใจว่าคุณภาพของสินค้าที่ขายในร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมีคุณภาพที่เท่ากันเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.18 ผู้ตอบแบบสอบถาม เข้าใจว่าสินค้าที่ขายในร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.28 และ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 62 คน มีความเข้าใจว่าคุณภาพของสินค้าที่ขายในร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมีคุณภาพที่ด้อยกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.54

2.2 ด้านความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปลีก

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนของความพึงพอใจ ในด้านผลิตภัณฑ์

ความพึงพอใจ ในด้าน ผลิตภัณฑ์	พอใจ มาก ที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับที่
คุณภาพของ สินค้า	23 5.76	137 34.34	189 47.37	45 11.28	5 1.25	399 100.00	3.32 ปานกลาง	1
สินค้ามีให้เลือก หลายประเภท	18 4.51	125 31.33	202 50.63	44 11.02	10 2.51	399 100.00	3.24 ปานกลาง	2
สินค้ามีให้เลือก หลายขนาด	5 1.25	118 29.57	205 51.38	54 13.53	17 4.27	399 100.00	3.1 ปานกลาง	3
สินค้ามีให้เลือก หลายยี่ห้อ	13 3.26	25 6.27	182 45.61	150 37.59	29 7.27	399 100.00	2.61 ปานกลาง	4
บริการคืนหรือ เปลี่ยนสินค้า	5 1.25	8 2.01	111 27.82	234 58.65	41 10.27	399 100.00	2.25 น้อย	5
ความพึงพอใจโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์							2.90 ปานกลาง	

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย ในระดับปานกลางเรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า (3.32) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (3.24) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด (3.10) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ (2.61) และ ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย คือ บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (2.25)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนของความพึงพอใจ ในด้านราคา

ความพึงพอใจใน ด้านราคา	พอใจ มากที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
ราคาสินค้า	30 7.52	90 22.56	185 46.37	85 21.3	9 2.27	399 100.00	3.12 ปานกลาง	2
มีการติดป้ายแสดงราคา	9 2.26	16 4.01	171 42.86	184 46.12	19 4.76	399 100.00	2.53 ปานกลาง	5
มีหลายระดับราคาให้ เลือก	19 4.76	53 13.28	174 43.61	146 36.59	7 1.75	399 100.00	2.83 ปานกลาง	3
มีส่วนลดเงินสด	11 2.76	38 9.52	119 29.82	208 52.13	23 5.76	399 100.00	2.51 ปานกลาง	6
สามารถต่อรองราคาได้	22 5.51	172 43.11	185 46.37	15 3.76	5 1.25	399 100.00	3.48 ปานกลาง	1
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	9 2.26	56 14.04	209 52.38	107 26.82	18 4.51	399 100.00	2.83 ปานกลาง	4
ความพึงพอใจโดยรวมด้านราคา							2.88 ปานกลาง	

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจด้านราคา โดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลางทั้งหมด เรียงลำดับได้ดังนี้ สามารถต่อรองราคาได้ (3.48) ด้านราคาสินค้า (3.12) มีหลายระดับราคาให้เลือก (2.83) มีการให้เครดิตกับลูกค้า (2.83) การติดป้ายแสดงราคา (2.53) และ มีส่วนลดเงินสด (2.51)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนของความพึงพอใจ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความพึงพอใจใน ด้านช่องทางการ จำหน่าย	พอใจ มากที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับที่
สถานที่ตั้งร้านค้า	16 4.01	134 33.58	225 56.39	13 3.26	11 2.76	399 100.00	3.33 ปานกลาง	3
มีบริการที่จอดรถ	22 5.51	50 12.53	179 44.86	138 34.59	10 2.51	399 100.00	2.84 ปานกลาง	5
มีการจัดสินค้าภายใน ร้าน	6 1.50	42 10.53	178 44.61	165 41.35	8 2.01	399 100.00	2.68 ปานกลาง	8
ความสะอาดของร้าน	13 3.26	53 13.28	167 41.85	152 38.1	14 3.51	399 100.00	2.75 ปานกลาง	6
บรรยากาศภายในร้าน	14 3.51	34 8.52	194 48.62	136 34.09	21 5.26	399 100.00	2.71 ปานกลาง	7
การจัดหน้าร้าน	8 2.01	126 31.58	190 47.62	58 14.54	17 4.26	399 100.00	3.13 ปานกลาง	4
การขนส่งสินค้า	3 0.75	54 13.53	175 43.86	117 29.32	50 12.53	399 100.00	2.61 ปานกลาง	9
เวลาเปิดร้าน	18 4.51	188 47.12	170 42.61	17 4.26	6 1.50	399 100.00	3.49 ปานกลาง	2
เวลาปิดร้าน	18 4.51	192 48.12	168 42.11	15 3.76	6 1.50	399 100.00	3.50 มาก	1
ความพึงพอใจโดยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							3.00 ปานกลาง	

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในด้านช่องทางการจำหน่าย (3.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ เวลาปิดร้าน (3.50) เวลาเปิดร้าน (3.49) สถานที่ตั้งร้านค้า (3.33) การจัดหน้าร้าน (3.13) มีบริการที่จอดรถ (2.84) ความสะอาดของร้าน (2.75) บรรยากาศภายในร้าน (2.71) มีการจัดสินค้าภายในร้าน (2.68) การขนส่งสินค้า (2.61)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนของความพึงพอใจ ในด้านส่งเสริมการตลาด

ความพึงพอใจในด้าน ส่งเสริมการตลาด	พอใจ มากที่สุด	พอใจ มาก	พอใจ ปาน กลาง	พอใจ น้อย	พอใจ น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับที่
การบริการของพนักงาน ชาย	25 6.27	63 15.79	204 51.13	89 22.31	18 4.51	399 100.00	2.97 ปานกลาง	3
การโฆษณา	5 1.25	14 3.51	174 43.61	177 44.36	29 7.27	399 100.00	2.47 น้อย	4
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม	21 5.26	146 36.59	175 43.86	47 11.78	10 2.51	399 100.00	3.3 ปานกลาง	2
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้า ปลีก	52 13.03	162 40.6	169 42.36	11 2.76	5 1.25	399 100.00	3.61 มาก	1
ความพึงพอใจ โดยรวมด้านส่งเสริมการตลาด							3.09 ปานกลาง	

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางในด้านการส่งเสริมการตลาด (3.09) โดยมีปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก (3.61) ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานชาย (2.97) และการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม (3.30) ปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ ด้านการโฆษณา (2.47)

2.3 ด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่สนใจ

รายการส่งเสริมการขายที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
การลดราคา	352	88.22	1
สะสมแต้ม	233	58.39	5
ของแถม	347	86.96	2
ส่งชิงโชค	316	79.20	3
คูปองเงินสด	267	67.91	4

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจรายการลดราคามากที่สุด คือ เป็นจำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88.22 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจรายการของแถม ซึ่งมีจำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.96 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจรายการส่งชิงโชค เป็นจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.20 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจรายการคูปองเงินสด เป็นจำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 67.91 และ ที่น้อยที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจคือ รายการสะสมแต้ม มีจำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.39

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านของแถมที่สนใจ

ของแถมที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เสื้อ	368	92.23	2
นาฬิกา	377	94.49	1
ผ้าเช็ดตัว	284	71.18	6
ขนมขบเคี้ยว/อาหาร	292	73.18	5
แก้วน้ำ	302	75.69	4
พวงกุญแจ	351	87.97	3

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจของแถม คือ นาฬิกา มากที่สุด เป็นจำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 94.49 รองลงมาคือ เสื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจ 368 คน คิดเป็นร้อยละ 92.23 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสนใจพวงกุญแจเป็นจำนวน 351 คน คิดเป็นร้อยละ 87.97 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจของแถม ที่เป็นแก้วน้ำ และ ขนมขบเคี้ยว/อาหาร เป็นจำนวน 302 และ 292 ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 75.69 และ 73.18 ตามลำดับ ของแถมที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจน้อยที่สุด คือ ผ้าเช็ดตัวเป็นจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.18

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านความสนใจซื้อสินค้า เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาสินค้า แจกของแถม

ความสนใจซื้อสินค้า เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาสินค้า แจกของแถม	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
สนใจซื้อ	342	85.71	1
ไม่สนใจซื้อ	5	1.25	3
เฉยๆ	52	13.04	2
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้อสินค้าเมื่อมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาสินค้า แจกของแถมจำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเฉยๆ เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04 และผู้ตอบแบบสอบถามไม่สนใจซื้อสินค้าเมื่อมีการส่งเสริมการขายจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความถี่ที่มารับบริการที่ร้านค้าปลีก

ความถี่ในการมารับบริการที่ร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มารับบริการทุกวัน	36	9.02	5
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	53	13.28	4
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	150	37.59	1
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	83	20.82	2
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	77	19.29	3
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมารับบริการที่ร้านค้าปลีกสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุดคิดเป็นจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.59 รองลงมา คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมารับบริการที่ร้านค้าปลีกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เป็นจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.82 ซึ่งใกล้เคียงกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มารับบริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.29 ผู้ตอบแบบสอบถามมารับบริการสัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.28 และมีผู้ตอบแบบสอบถามมารับบริการที่ร้านค้าปลีกโดยมารับบริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.02

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านอาหารสำเร็จรูปส่วนใหญ่ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ

สินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	246	61.65	1
ผักกระป๋อง	201	50.38	3
โจ๊กสำเร็จรูป	125	31.32	5
ปลากระป๋อง	224	56.14	2
ผลไม้กระป๋อง	186	46.61	4

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า อาหารสำเร็จรูปส่วนใหญ่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ คือ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากที่สุด คือ 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.65 รองลงมาคือ ปลากระป๋องเป็นจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.14 ผักกระป๋องเป็นลำดับต่อมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ เป็นจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.38 ผลไม้กระป๋องผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเป็นจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.61 และ สินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อในปริมาณที่น้อยที่สุด คือ โจ๊กสำเร็จรูป เป็นจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.32

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านของใช้ภายในครัวส่วนใหญ่ ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ

สินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ข้าวสาร	247	61.90	1
น้ำปลา	179	44.86	3
ซอสปรุงรส	143	35.84	5
น้ำตาล	154	38.59	4
น้ำมันพืช	205	51.38	2

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ของใช้ภายในครัวส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำมากที่สุด คือ ข้าวสาร จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.90 รองลงมาคือ น้ำมันพืช เป็นจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.38 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้ำปลาเป็นประจำในปริมาณ 179 คนคิดเป็นร้อยละ 44.86 ส่วนน้ำตาลผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำมีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.59 และ ของใช้ภายในครัวส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำน้อยที่สุด คือ ซอสปรุงรส มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.84

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านของใช้ส่วนตัว ส่วนใหญ่ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ

สินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
สบู่	321	80.45	1
ยาสีฟัน	277	69.42	3
ยาสระผม	284	71.17	2
แปรงสีฟัน	218	54.63	5
ครีมบำรุงผิว	184	46.11	6
แป้ง	252	63.16	4

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ของใช้ส่วนตัวส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำมากที่สุด คือ สบู่ จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.45 รองลงมาคือ ยาสระผม เป็นจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.17 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยาสีฟันเป็นประจำมีจำนวน 277 คิดเป็นร้อยละ 69.42 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อแป้งเป็นประจำมีจำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.16 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อแปรงสีฟันเป็นประจำมีจำนวน 218 คนคิดเป็นร้อยละ 54.63 และของใช้ส่วนตัวส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำน้อยที่สุด คือ ครีมบำรุงผิว มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.11

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเครื่องดื่มส่วนใหญ่ ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ

สินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้ำดื่ม	204	51.28	4
น้ำอัดลม	217	54.38	3
น้ำหวาน	128	32.08	7
น้ำผลไม้	132	33.08	6
ชา	178	44.61	5
กาแฟ	235	58.89	1
นม UHT	226	56.64	2

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า เครื่องดื่มส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำมากที่สุด คือ กาแฟ มีจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.89 รองลงมาคือ นม UHT มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.64 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้ำอัดลมเป็นประจำมีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.38 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้ำดื่มเป็นประจำมีจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.28 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อชาเป็นประจำมีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.61 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้ำผลไม้เป็นประจำมีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.08 และ เครื่องดื่มส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำน้อยที่สุด คือ น้ำหวาน มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.08

32.08

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านของใช้ทั่วไปส่วนใหญ่ ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ

สินค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ผงซักฟอก	279	69.92	1
น้ำยาซักห้องน้ำ	189	47.36	2
น้ำยาล้างจาน	171	42.85	3
น้ำยาเช็ดกระจก	152	38.09	4

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า ของใช้ทั่วไปส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำมากที่สุด คือ ผงซักฟอกมีจำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.92 รองลงมาคือ น้ำยาซักห้องน้ำมีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.36 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้ำยาล้างจานส่วนใหญ่ มีจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.85 และ ของใช้ทั่วไปส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าปลีกเป็นประจำน้อยที่สุด คือ น้ำยาเช็ดกระจกมีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.09

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มีความเชื่อถือ	224	56.14	6
มีการส่งสินค้า	54	13.53	10
ราคาสินค้าไม่แพง	245	61.40	5
มีสินค้าเฉพาะ ที่ร้านแบบอื่น ไม่มีขาย	3	0.75	11
ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	354	88.72	1
มีพนักงานคอยให้บริการ	264	66.16	3
ความสะอาดของร้าน	186	46.61	8
มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	116	29.07	9
มีที่จอดรถ	252	63.16	4
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	192	48.12	7
มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	312	78.19	2

หมายเหตุ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 399 คน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางพบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน ซึ่งมีจำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.72 เหตุผลรองลงมาคือ มีความเป็นกันเองกับลูกค้า มีจำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.19 เหตุผลต่อมาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ซึ่งมีปริมาณที่ใกล้เคียงกัน คือ มีพนักงานคอยให้บริการ มีจำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.16 มีที่จอดรถ จำนวน 252 คน คิดเป็น ร้อยละ 63.16 และราคาสินค้าไม่แพงมีจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.40 ตามลำดับ เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกน้อยที่สุด คือ มีสินค้าเฉพาะที่ร้านแบบอื่น ไม่มีขาย โดยมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่ตั้งของร้านค้าปลีกที่ซื้อประจำ

ที่ตั้งของร้านค้าปลีกที่ซื้อประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
บริเวณตลาดสด	247	61.90	1
บริเวณป้ายรถเมล์ติดชุมชน	119	29.82	2
บริเวณสถานที่ราชการ	7	1.75	4
บริเวณใกล้บ้าน	26	6.53	3
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า บริเวณตลาดสดเป็นสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมากที่สุด จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.90 สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกรองลงมาคือ บริเวณป้ายรถเมล์ติดชุมชนมีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.82 สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่อมาก็คือ บริเวณใกล้บ้าน มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.53 และ สถานที่ที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกเป็นประจําน้อยที่สุด คือ บริเวณสถานที่ราชการ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก

ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
5.00 – 8.00 น.	21	5.26	5
8.01-11.00 น.	62	15.54	2
11.01-14.00 น.	53	13.28	3
14.01-17.00 น.	21	5.26	4
17.01-20.00 น.	242	60.66	1
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้ามากที่สุดในช่วงเวลา 17.01-20.00 น. มีจำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.66 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 8.01-11.00 น. มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.54 ซึ่งใกล้เคียงกับช่วงเวลา 11.01-14.00 น. มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.28 ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าน้อยที่สุดเท่ากันสองช่วงเวลา คือ 5.00 – 8.00 น. และ ช่วงเวลา 14.01-17.00 น. มีจำนวน 21 คนเท่ากัน และ คิดเป็นร้อยละ 5.26 เท่ากัน

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านจำนวนเงิน โดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกแต่ละครั้ง

จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 50 บาท	88	22.06	3
51-100 บาท	108	27.06	2
101-500 บาท	143	35.84	1
501-1,000 บาท	39	9.78	4
มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป	21	5.26	5
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า จำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ 101-500 บาท มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.84 จำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้รองลงมาคือ 51-100 บาท มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.06 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เงินในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ไม่เกิน 50 บาท มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.06 ใช้เงิน 501-1,000 บาท มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.78 จำนวนน้อยที่สุดที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อครั้ง คือ มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านความถี่ที่ผู้ตอบแบบคิดว่าจะ มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก

ความถี่ในการกลับมาใช้บริการอีก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มาใช้บริการทุกวัน	19	4.76	5
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	33	8.27	4
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	74	18.55	3
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	167	41.85	1
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	106	26.57	2
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าจะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก โดยการมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มีจำนวนมากที่สุด คือ 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.85 รองลงมาคือ มาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.57 ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าจะกลับมาใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.55 ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าจะกลับมาใช้บริการสัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.27 และ ผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก โดยมาใช้บริการทุกวันมีจำนวน น้อยที่สุด คือ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านความคิดต่อความนิยมของร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองในอนาคค

ความนิยมของร้านค้าปลีกในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เพิ่มขึ้นมาก	7	1.75	4
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	31	7.76	3
ไม่เพิ่มขึ้น	218	54.63	1
ลดลง	143	35.86	2
รวม	399	100.00	

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่า ร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมไม่เพิ่มขึ้น มีจำนวนมากที่สุด คือ 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.63 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลง 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.86 ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.76 และ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนปัญหาของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อ ร้านค้าปลีก ด้าน ผลิตภัณฑ์	ปัญหา มากที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับที่
คุณภาพของสินค้าไม่ดี	13 3.26	50 12.53	157 39.35	170 42.61	9 2.25	399 100.00	2.72 ปานกลาง	7
สินค้ามีให้เลือกน้อย ประเภท	37 9.27	168 42.11	176 44.11	12 3.01	6 1.50	399 100.00	3.55 มาก	4
สินค้ามีให้เลือกน้อย ขนาด	21 5.26	207 51.88	163 40.85	7 1.75	1 0.25	399 100.00	3.6 มาก	2
สินค้ามีให้เลือกน้อยยี่ห้อ	34 8.52	170 42.61	170 42.61	15 3.76	10 2.51	399 100.00	3.51 มาก	6
ความลำสมัยของสินค้า	44 11.03	173 43.36	157 39.35	7 1.75	18 4.51	399 100.00	3.55 มาก	3
สินค้าหมดอายุ	49 12.28	149 37.34	169 42.36	27 6.77	5 1.25	399 100.00	3.53 มาก	5
ไม่รับคืนหรือเปลี่ยน สินค้า	34 8.52	224 56.14	126 31.58	8 2.01	7 1.75	399 100.00	3.68 มาก	1
ปัญหาโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์							3.45 ปานกลาง	

จากตารางพบว่า ปัญหาโดยรวมในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง อยู่ในระดับปานกลาง (3.45) โดยมีปัจจัยย่อยที่ได้เป็นปัญหามากเรียงตามลำดับ คือ ไม่รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า (3.68) สินค้ามีให้เลือกน้อยขนาด (3.60) ความลำสมัยของสินค้า (3.55) สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท (3.55) สินค้าหมดอายุ (3.53) สินค้ามีให้เลือกน้อยยี่ห้อ (3.51) ปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหาปานกลาง คือ ด้านคุณภาพของสินค้าไม่ดี (2.72)

๘
๖๕๘, ๘๓๔๒

๗๖ ๔๖๒ ๗

๐. ๓

เลขหมู่.....๘

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนปัญหาของ ผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านราคา

ปัญหาของผู้บริโภคที่มี ต่อร้านค้าปลีก	ปัญหา มากที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
ราคาสินค้าแพง	19 4.76	17 4.26	171 42.86	178 44.61	14 3.51	399 100.00	2.62 ปานกลาง	5
ไม่แสดงป้ายราคาชัดเจน	28 7.02	180 45.11	157 39.35	16 4.01	18 4.51	399 100.00	3.46 ปานกลาง	1
ไม่มีส่วนลดเงินสด	34 8.52	167 41.85	146 36.59	36 9.02	16 4.01	399 100.00	3.42 ปานกลาง	2
ไม่สามารถต่อรองราคาได้	8 2.01	31 7.77	194 48.62	151 37.84	15 3.76	399 100.00	2.66 ปานกลาง	4
ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า	18 4.51	45 11.28	152 38.1	156 39.10	28 7.02	399 100.00	2.67 ปานกลาง	3
ปัญหาโดยรวมด้านราคา							2.97 ปานกลาง	

จากตารางพบว่า ปัญหาโดยรวมในด้านราคาของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง อยู่ใน ระดับปานกลาง (2.97) โดยมีปัจจัยย่อยที่ได้เป็นปัญหามานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ไม่แสดงป้าย ราคาชัดเจน (3.46) ไม่มีส่วนลดเงินสด (3.42) ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า (2.67) ไม่สามารถต่อ รอง ราคาได้ (2.66) และราคาสินค้าแพง (2.62)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนปัญหาของ ผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านช่องทางการจำหน่าย

ปัญหาของผู้บริโภคที่มี ต่อร้านค้าปลีก	ปัญหา มากที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
ไม่มีที่จอดรถ	23 5.76	185 46.37	166 41.6	14 3.51	10 2.51	399 100.00	3.49 ปานกลาง	1
การเดินทางไม่สะดวก	20 5.01	39 9.77	192 48.12	145 36.34	3 0.75	399 100.00	2.82 ปานกลาง	3
จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ	8 2.01	211 52.88	152 38.1	17 4.26	11 2.76	399 100.00	3.47 ปานกลาง	2
บรรยากาศในร้านไม่ดี	15 3.76	18 4.51	166 41.6	184 46.12	16 4.01	399 100.00	2.58 ปานกลาง	5
ไม่มีบริการขนส่งสินค้า	7 1.75	10 2.51	204 51.13	170 42.61	8 2.01	399 100.00	2.59 ปานกลาง	4
ปัญหาโดยรวมในด้านช่องทางการจำหน่าย							2.99 ปานกลาง	

จากตารางพบว่า ปัญหาโดยรวมในด้านช่องทางการจำหน่ายของร้านค้าปลีกใน อำเภอเมือง อยู่ในระดับในระดับปานกลาง (2.99) โดยมีปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหাপานกลางเรียง ตามลำดับ ได้แก่ คือ ปัญหาเรื่องไม่มีที่จอดรถ (3.49) จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ (3.47) การ เดินทางไม่สะดวก (2.82) ไม่มีบริการขนส่งสินค้า (2.59) และบรรยากาศในร้านไม่ดี (2.58)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในส่วนปัญหาของ ผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก	ปัญหา มากที่สุด	ปัญหา มาก	ปัญหา ปาน กลาง	ปัญหา น้อย	ปัญหา น้อย ที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับ ที่
พนักงานขายไม่เพียงพอ	16 4.01	38 9.52	209 52.38	126 31.58	10 2.51	399 100.00	2.81 ปานกลาง	4
การโฆษณาไม่น่าสนใจ	32 8.02	182 45.61	170 42.61	9 2.26	6 1.50	399 100.00	3.56 มาก	2
การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	34 8.52	205 51.38	146 36.59	7 1.75	7 1.75	399 100.00	3.63 มาก	1
การบริการไม่ดี	28 7.02	182 45.61	166 41.6	14 3.51	9 2.26	399 100.00	3.52 มาก	3
ปัญหาโดยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด							3.38 ปานกลาง	

จากตารางพบว่า ปัญหาโดยรวมในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง อยู่ในระดับในระดับปานกลาง (3.38) โดยมีปัจจัยย่อยที่เป็นปัญหามาก ได้แก่ การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ (3.63) การโฆษณาไม่น่าสนใจ (3.56) การบริการไม่ดี (3.52) และปัจจัยย่อยที่เป็นปัญห่าปานกลาง ได้แก่ ปัญหาที่เกิดจากการที่มีพนักงานขายไม่เพียงพอ (2.81)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้

4.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

ตารางที่ 37 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งที่ทำให้รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

อายุ	วิทยุ	ป้ายร้านค้า	คนรู้จัก	ญาติ	เพื่อน	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	3	15	10	7	10	45
	6.67	33.33	22.22	15.56	22.22	100.00
21-30 ปี	7	38	12	12	18	87
	8.05	43.68	13.79	13.79	20.69	100.00
31-40 ปี	8	45	14	12	25	104
	7.69	43.27	13.46	11.54	24.04	100.00
41-50 ปี	5	32	12	10	17	76
	6.57	42.11	15.79	13.16	22.37	100.00
51-60 ปี	3	21	10	8	9	52
	5.88	41.18	19.61	15.69	17.64	100.00
60 ปี ขึ้นไป	2	17	6	4	7	35
	5.56	47.22	16.67	11.11	19.44	100.00
รวม	28	168	64	53	86	399
	7.02	42.11	16.04	13.28	21.55	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ รู้จักจากคนรู้จักจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ซึ่งเท่ากับรู้จักจากเพื่อนมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และรู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จากป้าย
ร้านค้ามากที่สุดจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 43.68 รองลงมาคือ รู้จักจากเพื่อนจำนวน 18 คน คิด
เป็นร้อยละ 20.69 รู้จักจากคนรู้จักจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.79 รู้จักจากญาติ จำนวน 12 คน
คิดเป็นร้อยละ 13.79 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จากป้าย
ร้านค้ามากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 43.27 รองลงมาคือ รู้จักจากเพื่อน มีจำนวน 25 คน
คิดเป็นร้อยละ 24.04 และรู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จากป้าย
ร้านค้ามากที่สุดจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11 รองลงมาคือ รู้จักจากเพื่อนจำนวน 17 คน คิด
เป็นร้อยละ 22.37 และรู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จากป้าย
ร้านค้ามากที่สุดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมาคือ รู้จักจาก คนรู้จักมีจำนวน 10 คน
คิดเป็นร้อยละ 19.61 และรู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จากป้าย
ร้านค้ามากที่สุดจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 47.22 รองลงมาคือรู้จักจากเพื่อน มีจำนวน 7 คน คิด
เป็นร้อยละ 5.56

ตารางที่ 38 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ในด้านความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองกับร้านสะดวกซื้อเช่นเซเว่นอีเลฟเว่น

อายุ	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แน่ใจ	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	27	11	7	45
	60.00	24.44	15.56	100.00
21-30 ปี	51	21	15	87
	58.62	24.14	17.24	100.00
31-40 ปี	56	30	18	104
	53.85	28.85	17.31	100.00
41-50 ปี	44	20	12	76
	57.89	26.32	15.79	100.00
51-60 ปี	29	13	10	52
	55.76	25.00	19.23	100.00
60 ปี ขึ้นไป	21	9	5	35
	60.00	25.71	14.29	100.00
รวม	228	104	67	399
	57.14	26.07	16.79	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 58.62 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 24.14 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 17.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.85 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่ น้อยที่สุดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.31

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 57.89 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 26.26 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่ น้อยที่สุดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 55.76 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่ น้อยที่สุดจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 19.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.71 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่ น้อยที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29

ตารางที่ 39 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ในด้านความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องราคาของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง มีราคาถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อเช่นเซเว่นอีเลฟเว่น

อายุ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	26 57.78	8 17.78	11 24.44	45 100.00
21-30 ปี	44 50.57	23 26.44	20 22.99	87 100.00
31-40 ปี	49 47.12	26 25.00	29 27.88	104 100.00
41-50 ปี	41 53.95	15 19.74	20 26.31	76 100.00
51-60 ปี	26 50.00	13 25.00	13 25.00	52 100.00
60 ปี ขึ้นไป	19 54.29	7 20.00	9 25.71	35 100.00
รวม	205 51.37	92 23.06	102 25.57	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 57.78 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 17.78

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 50.57 รองลงมา เข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 26.44 และผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 22.99

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 31-40 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกลงกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 47.12 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 27.88 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 41-50 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกลงกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 53.95 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 26.31 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกลงกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา เข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และผู้ตอบแบบสอบถามไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 60 ปีขึ้นไป มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกลงกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.71 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00

ตารางที่ 40 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ในด้านความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องความแตกต่างของคุณภาพสินค้าของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เทียบกับร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น

อายุ	มีคุณภาพที่ดีกว่า	มีคุณภาพที่เท่ากัน	มีคุณภาพที่ด้อยกว่า	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	7 15.56	31 68.88	7 15.56	45 100.00
21-30 ปี	10 11.49	65 74.71	12 13.80	87 100.00
31-40 ปี	11 10.58	79 75.96	14 13.46	104 100.0
41-50 ปี	9 11.84	54 71.05	13 17.11	76 100.00
51-60 ปี	8 15.38	34 65.38	10 19.23	52 100.00
60 ปี ขึ้นไป	4 11.43	25 71.43	6 17.14	35 100.00
รวม	49 12.28	288 72.18	62 15.54	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 68.88 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56 และเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 74.71 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 และเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.49

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 75.96 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.46 และเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 71.05 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 17.11 และเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.84

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 65.38 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 19.23 และเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14 และเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.43

ตารางที่ 41 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

อายุ	สนใจซื้อ	ไม่สนใจซื้อ	เฉยๆ	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	38	1	6	45
	84.44	2.22	13.34	100.00
21-30 ปี	76	0	11	87
	87.36	0.00	12.64	100.00
31-40 ปี	89	2	13	104
	85.58	1.92	12.50	100.00
41-50 ปี	64	2	10	76
	84.21	2.63	13.16	100.00
51-60 ปี	45	0	7	52
	86.54	0.00	13.46	100.00
60 ปี ขึ้นไป	30	0	5	35
	85.71	0.00	14.29	100.00
รวม	342	5	52	399
	85.71	1.25	13.04	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 84.44 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 13.34 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 87.36 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 12.64 และ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดเลยที่จะไม่สนใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 85.58 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.92

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 84.21 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 13.16 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 86.54 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 13.46 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดเลยที่จะไม่สนใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดเลยที่จะไม่สนใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 42 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งที่ทำให้รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

อาชีพ	วิทยุ	ป้ายร้านค้า	คนรู้จัก	ญาติ	เพื่อน	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	2 4.55	24 54.55	5 11.36	5 11.36	8 18.18	44 100.00
ข้าราชการ	5 6.94	28 38.89	12 16.67	11 15.28	16 22.22	72 100.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5 7.36	28 41.18	11 16.18	8 11.76	16 23.52	68 100.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	2 5.00	15 37.50	7 17.50	5 12.50	11 27.50	40 100.00
ค้าขาย	6 10.17	28 47.46	8 13.56	7 11.86	10 16.95	59 100.00
เจ้าของกิจการ	1 3.57	13 46.43	5 17.86	3 10.71	6 21.43	28 100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	7 7.98	32 36.36	16 18.18	14 15.9	19 21.58	88 100.00
รวม	28 7.02	168 42.11	64 16.04	53 13.28	86 21.55	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนนักศึกษา รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 18.88 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.36 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55

All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 41.18 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 23.52 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 16.18 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 7.36

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 47.46 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.95 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.17

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 46.43 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17.86 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 21.58 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.98

ตารางที่ 43 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองกับร้านสะดวกซื้อเช่นเซเว่นอีเลฟเว่น

อาชีพ	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แน่ใจ	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	24 54.55	11 25.00	9 20.45	44 100.00
ข้าราชการ	40 55.56	21 29.17	11 15.28	72 100.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34 50.00	22 32.36	12 17.64	68 100.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	27 67.5	8 20.00	5 12.50	40 100.00
ค้าขาย	38 64.41	13 22.03	8 13.56	59 100.00
เจ้าของกิจการ	12 42.86	9 32.14	7 25.00	28 100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	53 60.23	20 22.73	15 17.05	88 100.00
รวม	228 57.14	104 26.07	67 16.79	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนนักศึกษา มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 20.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 15.28

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 32.36 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 17.64

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 64.41 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 22.03 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 32.14 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 60.23 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 22.73 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 17.05

ตารางที่ 44 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ในด้านความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องราคาของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง มีราคาถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อเช่นเซเว่นอีเลฟเว่น

อาชีพ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	26 59.09	8 18.18	10 22.73	44 100.00
ข้าราชการ	39 54.17	16 22.22	17 23.61	72 100.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36 52.94	15 22.06	17 25.00	68 100.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	21 52.50	8 20.00	11 27.50	40 100.00
ค้าขาย	31 52.54	14 23.73	14 23.73	59 100.00
เจ้าของกิจการ	12 42.87	9 32.13	7 25.00	28 100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	40 45.45	22 25.00	26 29.55	88 100.00
รวม	205 51.37	92 23.06	102 25.57	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนนักศึกษา มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 59.09 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.73 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18

All rights reserved

ตารางที่ 45 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ในด้านความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องความแตกต่างของคุณภาพสินค้าของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เทียบกับร้านค้าสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น

อาชีพ	มีคุณภาพที่ดีกว่า	มีคุณภาพที่เท่ากัน	มีคุณภาพที่ด้อยกว่า	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	5 11.36	34 77.28	5 11.36	44 100.00
ข้าราชการ	10 13.89	50 69.44	12 16.67	72 100.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9 13.24	48 70.59	11 16.18	68 100.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	4 10.00	29 72.5	7 17.5	40 100.00
ค้าขาย	6 10.17	46 77.97	7 11.86	59 100.00
เจ้าของกิจการ	3 10.71	22 78.57	3 10.72	28 100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	12 13.64	59 67.05	17 19.31	88 100.00
รวม	49 12.28	288 72.18	62 15.54	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนนักศึกษา มีความเข้าใจว่า สินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 77.28 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.36 และ เข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.36 เท่ากัน

ตารางที่ 46 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

อาชีพ	สนใจซื้อ	ไม่สนใจซื้อ	เฉยๆ	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	39 88.64	0 0.00	5 11.36	44 100.00
ข้าราชการ	62 86.11	1 1.39	9 12.5	72 100.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	59 86.76	1 1.47	8 11.76	68 100.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	36 90	0 0.00	4 10	40 100.00
ค้าขาย	51 86.45	1 1.69	7 11.86	59 100.00
เจ้าของกิจการ	25 89.29	0 0.00	3 10.71	28 100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	70 79.55	2 2.27	16 18.18	88 100.00
รวม	342 85.71	5 1.25	52 13.04	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนนักศึกษา มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 84.64 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.36 และ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่ไม่สนใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 86.11 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.39

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 86.76 รองลงมาคืออื่นๆ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 รองลงมาคืออื่นๆ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่ไม่สนใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 86.45 รองลงมาคืออื่นๆ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.86 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 89.29 รองลงมาคืออื่นๆ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่ไม่สนใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 79.55 รองลงมาคืออื่นๆ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27

ตารางที่ 47 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแหล่งที่ทำให้รู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

รายได้	วิทยุ	ป้ายร้านค้า	คนรู้จัก	ญาติ	เพื่อน	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	2	15	6	4	9	36
	5.56	41.67	16.67	11.11	25.00	100.00
5,001 - 10,000 บาท	6	42	18	16	26	108
	5.56	38.89	16.67	14.81	24.07	100.00
10,001 - 20,000 บาท	10	75	20	18	29	152
	6.58	49.34	13.16	11.84	19.08	100.00
20,001 - 30,000 บาท	7	30	17	12	18	84
	8.33	35.71	20.24	14.29	21.43	100.00
มากกว่า 30,000 บาท	3	6	3	3	4	19
	15.79	31.58	15.79	15.79	21.05	100.00
รวม	28	168	64	53	86	399
	7.02	42.11	16.04	13.28	21.55	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.07 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท รู้จักร้านค้าปลีกจากป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 49.34 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.08 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.16 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท รู้จักร้านค้าปลีกจากป้าย
ร้านค้ามากที่สุดจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมี
จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ
20.24 และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุน้อยที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป รู้จักร้านค้าปลีกจาก
ป้ายร้านค้ามากที่สุดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58 รองลงมาคือ รู้จักร้านค้าปลีกจากเพื่อนมี
จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05 รู้จักร้านค้าปลีกจากคนรู้จักจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79
และ รู้จักร้านค้าปลีกจากวิทยุจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 เท่ากัน

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 48 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองกับร้านสะดวกซื้อเช่นเซเว่นอีเลฟเว่น

รายได้	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แน่ใจ	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	19	10	7	36
	52.78	27.78	19.44	100.00
5,001 - 10,000 บาท	62	27	19	108
	57.41	25.00	17.59	100.00
10,001 - 20,000 บาท	96	35	21	152
	63.16	23.03	13.81	100.00
20,001 - 30,000 บาท	40	26	18	84
	47.62	30.95	21.43	100.00
มากกว่า 30,000 บาท	11	6	2	19
	57.89	31.58	10.53	100.00
รวม	228	104	67	399
	57.14	26.07	16.79	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 52.78 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 19.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 57.41 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 63.16 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 23.03 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 13.81

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 47.62 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 30.95 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความเข้าใจว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 57.89 รองลงมาคือ เข้าใจว่าไม่แตกต่างจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58 และ ไม่แน่ใจว่ามีความแตกต่างหรือไม่น้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ในด้านความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องราคาของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง มีราคาถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อเช่นเซเว่นอีเลฟเว่น

รายได้	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	20	7	9	36
	55.56	19.44	25.00	100.00
5,001 - 10,000 บาท	58	23	27	108
	53.7	21.30	25.00	100.00
10,001 - 20,000 บาท	79	36	37	152
	51.97	23.68	24.35	100.00
20,001 - 30,000 บาท	38	21	25	84
	45.23	25.00	29.77	100.00
มากกว่า 30,000 บาท	10	5	4	19
	52.63	26.32	21.05	100.00
รวม	205	92	102	399
	51.37	23.06	25.57	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 19.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 53.70 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 51.97 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 24.35 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 23.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 45.23 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 29.77 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 52.63 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าราคาที่ร้านค้าปลีกจะถูกกว่า มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 และผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกไม่ได้มีราคาถูกกว่าราคาของร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05

ตารางที่ 50 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ในด้านความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องความแตกต่างของคุณภาพสินค้าของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เทียบกับร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น

รายได้	มีคุณภาพที่ดีกว่า	มีคุณภาพที่เท่ากัน	มีคุณภาพที่ด้อยกว่า	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	6 16.67	23 63.89	7 19.44	36 100.00
5,001 - 10,000 บาท	14 12.96	78 72.22	16 14.81	108 100.00
10,001 - 20,000 บาท	16 10.53	112 73.68	24 15.79	152 100.00
20,001 - 30,000 บาท	11 13.10	61 72.62	12 14.28	84 100.00
มากกว่า 30,000 บาท	2 10.53	14 73.68	3 15.79	19 100.00
รวม	49 12.29	288 72.18	62 15.54	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความเข้าใจว่า สินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 63.89 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 19.44 และ เข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุดจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 72.22 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.81 และ เข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุดจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.96

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 73.68 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 และ เข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 72.62 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 14.28 และ เข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุดจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 13.10

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความเข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพเท่ากับสินค้าที่ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่นมากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 73.68 รองลงมาเข้าใจว่ามีคุณภาพที่ด้อยกว่าจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 และ เข้าใจว่าสินค้าที่ร้านค้าปลีกมีคุณภาพที่ดีกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น น้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53

ตารางที่ 51 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ในด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

รายได้	สนใจซื้อ	ไม่สนใจซื้อ	เฉยๆ	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	30	0	6	36
	83.33	0.00	16.67	100.00
5,001 - 10,000 บาท	92	2	14	108
	85.19	1.85	12.96	100.00
10,001 - 20,000 บาท	134	2	16	152
	88.16	1.32	10.53	100.00
20,001 - 30,000 บาท	70	1	13	84
	83.33	1.19	15.48	100.00
มากกว่า 30,000 บาท	16	0	3	19
	84.21	0.00	15.79	100.00
รวม	342	5	52	399
	85.71	1.25	13.04	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่ไม่สนใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 85.19 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 12.96 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 88.16 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 15.48 และ ไม่สนใจซื้อ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง เมื่อมีรายการส่งเสริมการขายมากที่สุดจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 84.21 รองลงมาคือเฉยๆ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.79 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่ไม่สนใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก เมื่อมีรายการส่งเสริมการขาย

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.2 ด้านความพึงพอใจ

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจใน ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปี ขึ้น ไป	
คุณภาพของสินค้า	3.31 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง
สินค้ามีให้เลือกหลาย ประเภท	3.24 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.11 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	2.69 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	2.62 ปานกลาง	2.54 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	2.22 น้อย	2.26 น้อย	2.35 น้อย	2.18 น้อย	2.25 น้อย	2.14 น้อย	2.25 น้อย
รวม	2.91 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.91) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.31) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (3.24) สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด(3.11) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.69) และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.22)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.87) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.28) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (3.16) สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด(3.11) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.53) และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.26)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.96) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.34) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (3.31) สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด(3.17) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.63) และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.35)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.92) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.34) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (3.32) สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด(3.12) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.63) และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.18)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.91) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.38) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (3.21) สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด(3.18) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.62) และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.25)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.78) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.26) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท (3.14) สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด(2.83) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.54) และบริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.14)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านราคา จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในด้าน ราคา	อายุ						ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปี ขึ้น ไป	
ราคาสินค้า	3.11 ปานกลาง	3 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
มีการคิดป้ายแสดงราคา	2.56 ปานกลาง	2.54 ปานกลาง	2.54 ปานกลาง	2.51 ปานกลาง	2.52 ปานกลาง	2.49 น้อย	2.53 ปานกลาง
มีหลายระดับราคาให้เลือก	2.80 ปานกลาง	2.85 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง
มีส่วนลดเงินสด	2.62 ปานกลาง	2.49 น้อย	2.53 ปานกลาง	2.51 ปานกลาง	2.46 น้อย	2.46 น้อย	2.51 ปานกลาง
สามารถต่อรองราคาได้	3.47 ปานกลาง	3.52 มาก	3.47 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.51 มาก	3.48 ปานกลาง
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	2.78 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.85 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง
รวม	2.89 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจในด้านราคา ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.89) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.47) ราคาสินค้า(3.11) มี หลายระดับราคาให้เลือก (2.80) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.78) มีส่วนลดเงินสด(2.62) และมีการคิดป้ายแสดงราคา(2.56)

ผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 21-30 ปี มีความพึงพอใจในด้านราคา ของร้านค้าปลีกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.86) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.52) ราคาสินค้า(3.00) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.85) มีการให้เครดิตกับลูกค้า (2.78) มีการคิดป้ายแสดงราคา(2.54) และมีส่วนลดเงินสด(2.49)

ผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน31-40ปี มีความพึงพอใจในด้านราคา ของร้านค้าปลีกมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก(2.91) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.47) ราคาสินค้า(3.23) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.85) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.81) มีส่วนลดเงินสด(2.53) และ มีการติดป้ายแสดงราคา(2.54)

ผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน41-50ปี มีความพึงพอใจในด้านราคา ของร้านค้าปลีกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.88) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.46) ราคาสินค้า(3.09) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.93) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.78) การติดป้ายแสดงราคา(2.51) และมีส่วนลดเงินสด(2.51)

ผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน51-60ปี มีความพึงพอใจในด้านราคา ของร้านค้าปลีกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.88) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.44)ราคาสินค้า(3.13) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.87) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(3.24) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.52) มีส่วนลดเงินสด(2.46)

ผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน60ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในด้านราคา ของร้านค้าปลีกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.86) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.51) ราคาสินค้า(3.11) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.91) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.66) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.49) มีส่วนลดเงินสด(2.46)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในด้าน ช่องทางการจำหน่าย	อายุ						ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปี ขึ้น ไป	
สถานที่ตั้งร้าน	3.29 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
มีบริการที่จอดรถ	2.78 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	2.74 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง
มีการจัดสินค้าภายในร้าน	2.62 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.64 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง
ความสะอาดของร้าน	2.76 ปานกลาง	2.72 ปานกลาง	2.8 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง
บรรยากาศภายในร้าน	2.73 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง
การจัดหน้าร้าน	3.16 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง
การขนส่งสินค้า	2.64 ปานกลาง	2.46 น้อย	2.7 ปานกลาง	2.64 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	2.51 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง
เวลาเปิดร้าน	3.51 มาก	3.41 ปานกลาง	3.51 มาก	3.49 ปานกลาง	3.54 มาก	3.51 มาก	3.49 ปานกลาง
เวลาปิดร้าน	3.53 มาก	3.47 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.51 มาก	3.5 มาก	3.57 มาก	3.5 มาก
รวม	3.00 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง

All rights reserved

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.00) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน (3.53) เวลาเปิดร้าน (3.51) สถานที่ตั้งร้าน (3.29) การจัดหน้าร้าน (3.16) มีบริการที่จอดรถ (2.78) ความสะอาดของร้าน (2.76) บรรยากาศภายในร้าน (2.73) การขนส่งสินค้า (2.64) มีการจัดสินค้าภายในร้าน (2.62)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.95) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน (3.47) เวลาเปิดร้าน (3.41) สถานที่ตั้งร้าน (3.26) การจัดหน้าร้าน (3.09) มีบริการที่จอดรถ (2.84) ความสะอาดของร้าน (2.72) มีการจัดสินค้าภายในร้าน (2.69) บรรยากาศภายในร้าน (2.63) การขนส่งสินค้า (2.46)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.03) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาเปิดร้าน (3.51) เวลาปิดร้าน (3.49) สถานที่ตั้งร้าน (3.44) การจัดหน้าร้าน (3.15) มีบริการที่จอดรถ (2.81) ความสะอาดของร้าน (2.80) บรรยากาศภายในร้าน (2.73) การขนส่งสินค้า (2.70) มีการจัดสินค้าภายในร้าน (2.64)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.02) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน (3.51) เวลาเปิดร้าน (3.49) สถานที่ตั้งร้าน (3.32) การจัดหน้าร้าน (3.25) มีบริการที่จอดรถ (2.86) บรรยากาศภายในร้าน (2.75) ความสะอาดของร้าน (2.71) มีการจัดสินค้าภายในร้าน (2.67) การขนส่งสินค้า (2.64)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก (3.01) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน (3.51) เวลาเปิดร้าน (3.49) สถานที่ตั้งร้าน (3.32) การจัดหน้าร้าน (3.09) ความสะอาดของร้าน (2.81) มีบริการที่จอดรถ (2.79) บรรยากาศภายในร้าน (2.73) มีการจัดสินค้าภายในร้าน (2.71) การขนส่งสินค้า (2.63)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 51-60 ปี มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.94) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน (3.57) เวลาเปิดร้าน (3.51) สถานที่ตั้งร้าน (3.23) การจัดหน้าร้าน (2.89) มีการจัดสินค้าภายในร้าน (2.83) มีบริการที่จอดรถ (2.74) บรรยากาศภายในร้าน (2.69) ความสะอาดของร้าน (2.53) การขนส่งสินค้า (2.51)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจในด้าน การส่งเสริมการตลาด	อายุ						ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	60 ปี ขึ้น ไป	
การบริการของพนักงานขาย	3.02 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
การโฆษณา	2.47 น้อย	2.52 ปานกลาง	2.51 ปานกลาง	2.43 น้อย	2.43 น้อย	2.4 น้อย	2.47 น้อย
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม	3.31 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก	3.67 มาก	3.62 มาก	3.57 มาก	3.59 มาก	3.65 มาก	3.66 มาก	3.61 มาก
รวม	3.10 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ของร้านค้าปลีกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.10) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.67) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.31) การบริการของพนักงานขาย(3.02) การโฆษณา(2.47)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.10) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.62) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม (3.31) การบริการของพนักงานขาย(2.93) และการโฆษณา(2.52)

ผู้บริโภคที่มีอายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.09) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.57) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม (3.28) การบริการของพนักงานขาย(2.98) การโฆษณา(2.51)

ผู้บริโภคมที่มีอายุ41-50ปี มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.09) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.59) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม (3.33) การโฆษณา(2.43) การบริการของพนักงานขาย(2.93)

ผู้บริโภคมที่มีอายุ51-60ปี มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.07) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.65) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม (3.29) การบริการของพนักงานขาย(3.00) การโฆษณา(2.43)

ผู้บริโภคมที่มีอายุ60ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก(3.09) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.66)การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม (3.31) การบริการของพนักงานขาย(3.00) และการโฆษณา(2.40)

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ ในด้าน ผลิตภัณฑ์	อาชีพ							ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	
คุณภาพของ สินค้า	3.39 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง
สินค้ามีให้ เลือกหลาย ประเภท	3.27 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
สินค้ามีให้ เลือกหลาย ขนาด	3.07 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
สินค้ามีให้ เลือกหลาย ยี่ห้อ	2.66 ปานกลาง	2.56 ปานกลาง	2.65 ปานกลาง	2.50 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง	2.54 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง
บริการคืน หรือเปลี่ยน สินค้า	2.16 น้อย	2.22 น้อย	2.28 น้อย	2.18 น้อย	2.32 น้อย	2.25 น้อย	2.30 น้อย	2.25 น้อย
รวม	2.91 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.91)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.39) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.27) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.07) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.66) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.16)

ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.87)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.29) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.19) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.10) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.56) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.22)

ผู้บริโภคมืออาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.92)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.29) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.25) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.12) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.65) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.28)

ผู้บริโภคมืออาชีพเป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.90)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.38) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.33) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.13) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.50) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.18)

ผู้บริโภคมืออาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.94)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.34) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.29) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.12) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.26) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.32)

ผู้บริโภคมืออาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.94)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.36) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.32) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.21) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.54) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.25)

ผู้บริโภคมืออาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.90)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.30) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.17) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.05) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.66) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.30)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ ในด้านราคา	อาชีพ							ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	
ราคาสินค้า	3.09	3.10	3.10	3.20	3.19	3.29	3.02	3.12
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการคิดป้าย แสดงราคา	2.52	2.56	2.53	2.45	2.53	2.43	2.58	2.53
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง
มีหลายระดับ ราคาให้เลือก	2.66	2.88	2.91	2.73	2.76	2.82	2.90	2.83
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีส่วนลดเงินสด	2.50	2.58	2.50	2.48	2.51	2.43	2.52	2.51
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	น้อย	ปานกลาง	ปานกลาง
สามารถต่อรอง ราคาได้	3.52	3.51	3.54	3.53	3.46	3.46	3.38	3.48
	มาก	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
มีการให้เครดิต กับลูกค้า	2.75	2.85	2.90	2.80	2.80	2.71	2.86	2.83
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
รวม	2.84	2.91	2.91	2.87	2.88	2.86	2.88	2.88
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.84) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.52) ราคาสินค้า(3.09) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.75) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.66) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.52) มีส่วนลดเงินสด(2.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.91) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.51) ราคาสินค้า(3.10) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.88) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.85) มีส่วนลดเงินสด(2.58) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.91)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.54) ราคาสินค้า(3.10) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.91) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.90) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.53) มีส่วนลดเงินสด(2.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.87)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.53)ราคาสินค้า(3.20) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.80) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.73) มีส่วนลดเงินสด(2.48) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.88)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.46) ราคาสินค้า(3.19) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.80) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.76) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.53) มีส่วนลดเงินสด(2.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.86)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.46) ราคาสินค้า(3.29) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.82) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.71) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.43) มีส่วนลดเงินสด(2.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.88)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.38) ราคาสินค้า(3.02) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.90) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.86) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.58) มีส่วนลดเงินสด(2.52)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อ
ร้านค้าปลีกในด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจในด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	อาชีพ							ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	
สถานที่ตั้งร้าน	3.41 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
มีบริการที่จอดรถ	2.82 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	2.80 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง
มีการจัดสินค้า ภายในร้าน	2.66 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง
ความสะอาดของ ร้าน	2.64 ปานกลาง	2.72 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง
บรรยากาศ ภายในร้าน	2.73 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	2.57 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง
การจัดหน้าร้าน	3.18 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.11 มาก	3.13 ปานกลาง
การขนส่งสินค้า	2.61 ปานกลาง	2.64 ปานกลาง	2.60 ปานกลาง	2.58 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง
เวลาเปิดร้าน	3.55 มาก	3.47 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.57 มาก	3.47 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง
เวลาปิดร้าน	3.45 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.50 มาก	3.49 ปานกลาง	3.57 มาก	3.50 มาก	3.50 มาก
รวม	3.01 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีความพึงพอใจใน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.01) โดยมีค่าเฉลี่ย
ของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาเปิดร้าน(3.55) เวลาปิดร้าน(3.45) สถานที่ตั้งร้าน
(3.41) การจัดหน้าร้าน(3.18) มีบริการที่จอดรถ(2.82) บรรยากาศภายในร้าน(2.73) มีการจัดสินค้า
ภายในร้าน(2.66) ความสะอาดของร้าน(2.64) การขนส่งสินค้า(2.61)

ผู้ประกอบการที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.00) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาเปิดร้าน(3.47) เวลาปิดร้าน(3.46) สถานที่ตั้งร้าน(3.35) การจัดหน้าร้าน(3.13) มีบริการที่จอดรถ(2.83) บรรยากาศภายในร้าน(2.75) ความสะอาดของร้าน(2.72) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.69) การขนส่งสินค้า(2.64)

ผู้ประกอบการที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.01) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาเปิดร้าน(3.49) เวลาปิดร้าน(3.46) สถานที่ตั้งร้าน(3.31) การจัดหน้าร้าน(3.04) มีบริการที่จอดรถ(2.87) ความสะอาดของร้าน(2.78) บรรยากาศภายในร้าน(2.75) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.66) การขนส่งสินค้า(2.60)

ผู้ประกอบการที่มีอาชีพเป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.00) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน(3.50) เวลาเปิดร้าน(3.48) สถานที่ตั้งร้าน(3.28) การจัดหน้าร้าน(3.20) มีบริการที่จอดรถ(2.93) ความสะอาดของร้าน(2.83) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.70) บรรยากาศภายในร้าน(2.68) การขนส่งสินค้า(2.58)

ผู้ประกอบการที่มีอาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.00) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน(3.49) เวลาเปิดร้าน(3.47) สถานที่ตั้งร้าน(3.37) การจัดหน้าร้าน(3.15) มีบริการที่จอดรถ(2.80) ความสะอาดของร้าน(2.76) บรรยากาศภายในร้าน(2.71) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.68) การขนส่งสินค้า(2.53)

ผู้ประกอบการที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.02) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาเปิดร้าน(3.57) เวลาปิดร้าน(3.57) สถานที่ตั้งร้าน(3.25) การจัดหน้าร้าน(3.11) มีบริการที่จอดรถ(2.79) ความสะอาดของร้าน(2.75) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.71) การขนส่งสินค้า(2.68) บรรยากาศภายในร้าน(2.57)

ผู้ประกอบการที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.00) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน(3.50) เวลาเปิดร้าน(2.67) สถานที่ตั้งร้าน(3.31) การจัดหน้าร้าน(3.11) มีบริการที่จอดรถ(2.84) ความสะอาดของร้าน(2.75) บรรยากาศภายในร้าน(2.69) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.68) การขนส่งสินค้า(2.63)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ ในด้านการ ส่งเสริม การตลาด	อาชีพ							ค่าเฉลี่ย รวม (แปดผล)
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	
การบริการของ พนักงานขาย	2.84 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
การโฆษณา	2.43 น้อย	2.49 น้อย	2.50 ปานกลาง	2.43 น้อย	2.46 ปานกลาง	2.43 น้อย	2.50 ปานกลาง	2.47 น้อย
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของ แถม	3.30 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัด ชมรมผู้ค้าปลีก	3.66 มาก	3.63 มาก	3.60 มาก	3.63 มาก	3.58 มาก	3.64 มาก	3.60 มาก	3.61 มาก
รวม	3.06 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.06) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.66) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.30) การบริการของพนักงานขาย(2.84) การโฆษณา (2.43)

ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.10) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.63) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.28) การบริการของพนักงานขาย(3.01) การโฆษณา(2.49)

ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.10) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.60) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.31) การบริการของพนักงานขาย(2.99) การโฆษณา(2.50)

ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.11) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.63) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.33) การบริการของพนักงานขาย(3.05) การโฆษณา(2.43)

ผู้บริโภคที่มีอาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.07) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.58) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม (3.31) การบริการของพนักงานขาย(2.93) การโฆษณา(2.46)

ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.05) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.61) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.32) การบริการของพนักงานขาย(2.79) การโฆษณา(2.43)

ผู้บริโภคที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.11) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.60) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.31) การบริการของพนักงานขาย(3.03) การโฆษณา(2.50)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์	รายได้					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
คุณภาพของสินค้า	3.39 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง
สินค้ามีให้เลือก หลายประเภท	3.27 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
สินค้ามีให้เลือก หลายขนาด	3.07 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง
สินค้ามีให้เลือก หลายยี่ห้อ	2.58 ปานกลาง	2.62 ปานกลาง	2.60 ปานกลาง	2.65 ปานกลาง	2.42 น้อย	2.61 ปานกลาง
บริการคืนหรือ เปลี่ยนสินค้า	2.31 น้อย	2.25 น้อย	2.22 น้อย	2.30 น้อย	2.21 น้อย	2.25 น้อย
รวม	2.92 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.92) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.39) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.27) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.07) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.58) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.31)

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.89) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.29) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.19) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.10) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.62) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.25)

ผู้บริโภครายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.90) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.31) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.25) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.12) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.60) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.22)

ผู้บริโภครายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.96) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.38) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.33) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.13) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.65) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.30)

ผู้บริโภครายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.88) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า(3.34) สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท(3.29) สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด(3.12) สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ(2.42) บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า(2.21)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านราคา จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจ ในด้านราคา	รายได้					ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
ราคาสินค้า	3.17 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
มีการติดป้ายแสดง ราคา	2.53 ปานกลาง	2.52 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง	2.54 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง
มีหลายระดับราคา ให้เลือก	2.83 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง
มีส่วนลดเงินสด	2.58 ปานกลาง	2.52 ปานกลาง	2.48 น้อย	2.50 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.51 ปานกลาง
สามารถต่อรอง ราคาได้	3.39 ปานกลาง	3.50 มาก	3.47 ปานกลาง	3.50 มาก	3.47 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง
มีการให้เครดิตกับ ลูกค้า	2.61 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง
รวม	2.85 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	2.88 ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.88) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.39) ราคาสินค้า(3.17) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.83) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.61) มีส่วนลดเงินสด(2.58) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.53)

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.89) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.50) ราคาสินค้า(3.10) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.87) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.83) มีส่วนลดเงินสด(2.52) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.52)

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.86) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.47) ราคาสินค้า(3.11) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.84) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.75) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.53) มีส่วนลดเงินสด(2.48)

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.91) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.50) ราคาสินค้า(3.13) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.90) มีหลายระดับราคาให้เลือก(2.86) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.54) มีส่วนลดเงินสด(2.50)

ผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านราคาของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.94) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ สามารถต่อรองราคาได้(3.47) ราคาสินค้า(3.11) มีหลายระดับราคาให้เลือก(3.05) มีการให้เครดิตกับลูกค้า(2.79) มีส่วนลดเงินสด(2.68) มีการติดป้ายแสดงราคา(2.53)

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจในด้าน ช่องทางการจำหน่าย	รายได้					ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
สถานที่ตั้งร้าน	3.36 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
มีบริการที่จอดรถ	2.83 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง
มีการจัดสินค้าภายในร้าน	2.72 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง
ความสะอาดของร้าน	2.78 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง
บรรยากาศภายในร้าน	2.69 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง
การจัดหน้าร้าน	3.14 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง
การขนส่งสินค้า	2.61 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง	2.62 ปานกลาง	2.56 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง
เวลาเปิดร้าน	3.47 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.53 มาก	3.45 ปานกลาง	3.53 มาก	3.49 ปานกลาง
เวลาปิดร้าน	3.39 ปานกลาง	3.50 มาก	3.53 มาก	3.51 มาก	3.47 ปานกลาง	3.50 มาก
รวม	3.00 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง

จากตารางพบว่าผู้บริโภครายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.00)โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาเปิดร้าน(3.47) เวลาปิดร้าน(3.39) สถานที่ตั้งร้าน(3.36) การจัดหน้าร้าน(3.14) มีบริการที่จอดรถ(2.83) ความสะอาดของร้าน(2.78) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.72) บรรยากาศภายในร้าน(2.69) การขนส่งสินค้า(2.61)

ผู้บริโภครายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(2.99) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน(3.50) เวลาเปิดร้าน(3.46)สถานที่ตั้งร้าน(3.33) การจัดหน้าร้าน(3.07) มีบริการที่จอดรถ(2.81) ความสะอาดของร้าน(2.75)บรรยากาศภายในร้าน(2.71) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.70) การขนส่งสินค้า(2.61)

ผู้บริโภครายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.00) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน(3.53) เวลาเปิดร้าน(3.53) สถานที่ตั้งร้าน(3.30) การจัดหน้าร้าน(3.18) มีบริการที่จอดรถ(2.81) ความสะอาดของร้าน(2.70) บรรยากาศภายในร้าน(2.69) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.66) การขนส่งสินค้า(2.62)

ผู้บริโภครายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.01) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาปิดร้าน(3.51) เวลาเปิดร้าน(3.45) สถานที่ตั้งร้าน(3.30) การจัดหน้าร้าน(3.18) มีบริการที่จอดรถ(2.93) ความสะอาดของร้าน(2.79) บรรยากาศภายในร้าน(2.71) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.68) การขนส่งสินค้า(2.56)

ผู้บริโภครายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.04) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ เวลาเปิดร้าน(3.53) เวลาปิดร้าน(3.47) สถานที่ตั้งร้าน(3.26) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(3.21) ความสะอาดของร้าน(2.89) มีบริการที่จอดรถ(2.89) บรรยากาศภายในร้าน(2.84) การขนส่งสินค้า(2.68) มีการจัดสินค้าภายในร้าน(2.63)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านค้าปลีกในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจในด้าน การส่งเสริม การตลาด	รายได้					ค่าเฉลี่ย รวม (แปดผล)
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 - 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
การบริการของ พนักงานขาย	3.08 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง
การโฆษณา	2.39 น้อย	2.49 น้อย	2.51 ปานกลาง	2.44 น้อย	2.37 น้อย	2.47 น้อย
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม	3.33 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัด ชมรมผู้ค้า ปลีก	3.61 มาก	3.63 มาก	3.61 มาก	3.65 มาก	3.42 ปานกลาง	3.61 มาก
รวม	3.10 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.10) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.61) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.33) การบริการของพนักงานขาย(3.08) การโฆษณา(2.39)

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.10) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.63) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.32) การบริการของพนักงานขาย(2.97) การโฆษณา(2.49)

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.07) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.61) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.26) การบริการของพนักงานขาย(2.90) การโฆษณา(2.51)

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.12) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.65) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.35) การบริการของพนักงานขาย(3.02) การโฆษณา(2.44)

ผู้บริโภคที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง(3.03) โดยมีค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยย่อยเรียงตามลำดับ คือ การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก(3.42) การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม(3.26) การบริการของพนักงานขาย(3.05) การโฆษณา(2.37)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 64 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

อายุ	มาใช้ บริการทุก วัน	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	น้อยกว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	4 8.89	6 13.33	17 37.78	10 22.22	8 17.78	45 100.00
21-30 ปี	9 10.34	11 12.64	35 40.23	17 19.54	15 17.25	87 100.00
31-40 ปี	10 9.62	12 11.54	41 39.42	21 20.19	20 19.23	104 100.00
41-50 ปี	6 7.89	10 13.15	32 42.11	13 17.11	15 19.74	76 100.00
51-60 ปี	5 9.62	9 17.31	15 28.85	12 23.07	11 21.15	52 100.00
60 ปี ขึ้นไป	2 5.71	5 14.29	10 28.57	10 28.57	8 22.86	35 100.00
รวม	36 9.02	53 13.28	150 37.59	83 20.82	77 19.29	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 37.78 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.89

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มาใช้บริการที่ร้านค้ำปลีก ในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 40.23 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 19.54 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้ำปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.34

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มาใช้บริการที่ร้านค้ำปลีก ในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 39.42 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.19 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้ำปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.62

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มาใช้บริการที่ร้านค้ำปลีก ในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11 รองลงมาคือใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้ำปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.89

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี มาใช้บริการที่ร้านค้ำปลีก ในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 28.85 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 23.07 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้ำปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 9.62

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป มาใช้บริการที่ร้านค้ำปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 มาใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 เท่ากัน และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้ำปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71

ตารางที่ 65 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับจำนวนเงินต่อครั้ง ที่มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

อายุ	ไม่เกิน 50 บาท	51-100 บาท	101-500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	11 24.44	11 24.44	16 35.56	5 11.11	2 4.45	45 100.00
21-30 ปี	19 21.84	26 29.89	29 33.33	9 10.34	4 4.60	87 100.00
31-40 ปี	23 22.12	29 27.88	35 33.65	11 10.58	6 5.77	104 100.00
41-50 ปี	16 21.05	16 21.05	33 43.42	7 9.21	4 5.27	76 100.00
51-60 ปี	11 21.15	16 30.77	19 36.54	4 7.69	2 3.85	52 100.00
60 ปี ขึ้นไป	8 22.86	10 28.57	11 31.43	3 8.57	3 8.57	35 100.00
รวม	88 22.06	108 27.06	143 35.84	39 9.78	21 5.26	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 35.56 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 29.89 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 33.65 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 27.88 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 43.42 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 36.54 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 31.43 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57

ตารางที่ 66 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ที่จะกลับมาใช้บริการ ที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

อายุ	มาใช้บริการ ทุกวัน	สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	น้อยกว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	2 4.44	4 8.89	8 17.79	20 44.44	11 24.44	45 100.00
21-30 ปี	4 4.60	8 9.20	15 17.24	35 40.23	25 28.73	87 100.00
31-40 ปี	6 5.77	10 9.62	20 19.23	39 37.5	29 27.88	104 100.00
41-50 ปี	4 5.27	6 7.89	15 19.74	37 48.68	14 18.42	76 100.00
51-60 ปี	2 3.85	3 5.77	10 19.23	21 40.38	16 30.77	52 100.00
60 ปี ขึ้นไป	1 2.86	2 5.71	6 17.14	15 42.86	11 31.43	35 100.00
รวม	19 4.76	33 8.27	74 18.55	167 41.85	106 26.57	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 24.44 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.44

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 40.23 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 28.73 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 27.88 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 48.68 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.27

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 40.38 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 31.43 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

ตารางที่ 67 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความคิดเรื่องความนิยมของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง ในอนาคต

อายุ	เพิ่มขึ้นมาก	เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	ไม่เพิ่มขึ้น	ลดลง	รวม
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	0 0.00	3 6.67	25 55.55	17 37.78	45 100.00
21-30 ปี	2 2.30	7 8.05	47 54.02	31 35.63	87 100.00
31-40 ปี	3 2.88	9 8.65	54 51.93	38 36.54	104 100.00
41-50 ปี	1 1.32	6 7.89	40 52.63	29 38.16	76 100.00
51-60 ปี	1 1.92	4 7.69	28 53.85	19 36.54	52 100.00
60 ปี ขึ้นไป	0 0.00	2 5.71	24 68.57	9 25.72	35 100.00
รวม	7 1.75	31 7.76	218 54.63	143 35.86	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะไม่ได้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 55.55 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 37.78 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดเลย ที่มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในอนาคต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 21-30 ปี มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะไม่ได้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 54.02 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 35.63 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จะไม่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 51.93 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 36.54 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จะไม่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 52.63 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 38.16 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-60 ปี มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง จะไม่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 36.54 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.92

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะไม่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 68.57 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.72 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดเลย ที่มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในอนาคต

ตารางที่ 68 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

อาชีพ	มาใช้ บริการทุก วัน	สัปดาห์ ละ 4-6 ครั้ง	สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	น้อยกว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	4 9.09	5 11.36	16 36.36	10 22.73	9 20.46	44 100.00
ข้าราชการ	9 12.50	11 15.28	30 41.67	13 18.05	9 12.50	72 100.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8 11.76	8 11.76	26 38.24	14 20.59	12 17.65	68 100.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	3 7.50	4 10.00	18 45.00	8 20.00	7 17.50	40 100.00
ค้าขาย	5 8.47	7 11.86	22 37.29	14 23.73	11 18.65	59 100.00
เจ้าของกิจการ	2 7.14	3 10.71	10 35.71	6 21.43	7 25.00	28 100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	5 5.68	15 17.05	28 31.82	18 20.45	22 25.00	88 100.00
รวม	36 9.02	53 13.28	150 37.59	83 20.82	77 19.29	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 22.73 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการ มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง สัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 18.05 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 38.24 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.59 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 37.29 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 23.73 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.47

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการ มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมาคือใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.68

ตารางที่ 69 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับจำนวนเงินต่อครั้ง ที่มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

อาชีพ	ไม่เกิน 50 บาท	51-100 บาท	101-500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	10 22.72	14 31.82	14 31.82	4 9.09	2 4.55	44 100.00
ข้าราชการ	15 20.83	18 25.00	28 38.89	7 9.72	4 5.56	72 100.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14 20.59	17 25.00	26 38.24	7 10.29	4 5.88	68 100.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	7 17.50	12 30.00	15 37.50	4 10.00	2 5.00	40 100.00
ค้าขาย	13 22.03	16 27.12	20 33.90	7 11.86	3 5.08	59 100.00
เจ้าของกิจการ	10 35.71	7 25.00	8 28.57	2 7.14	1 3.57	28 100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	19 21.60	24 27.27	32 36.36	8 9.09	5 5.68	88 100.00
รวม	88 22.06	108 27.06	143 35.84	39 9.78	21 5.26	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 31.82 มาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 31.82 เท่ากัน และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นข้าราชการใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 38.24 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้านใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขายใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 33.90 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 27.12 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของกิจการใช้เงิน ไม่เกิน 50 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมาใช้เงิน 101-500 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.68

ตารางที่ 70 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับ ความถี่ที่จะกลับมาใช้บริการ ที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

อาชีพ	ไม่เกิน 50 บาท	51-100 บาท	101-500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	2 4.55	4 9.09	8 18.18	18 40.91	12 27.27	44 100.00
ข้าราชการ	4 5.56	5 6.94	13 18.06	30 41.67	20 27.77	72 100.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3 4.41	7 10.29	14 20.59	28 41.18	16 23.53	68 100.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	2 5.00	3 7.50	7 17.50	17 42.50	11 27.50	40 100.00
ค้าขาย	3 5.08	5 8.47	11 18.64	24 40.68	16 27.13	59 100.00
เจ้าของกิจการ	1 3.57	2 7.14	5 17.86	11 39.29	9 32.14	28 100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	4 4.55	7 7.95	16 18.18	39 44.32	22 25.00	88 100.00
รวม	19 4.76	33 8.27	74 18.55	167 41.85	106 26.57	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 40.91 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 27.27 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.55

ตารางที่ 71 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความคิดเรื่องความนิยมของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง ในอนาคต

อาชีพ	เพิ่มขึ้นมาก	เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	ไม่เพิ่มขึ้น	ลดลง	รวม
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	1 2.27	3 6.82	23 52.27	17 38.64	44 100.00
ข้าราชการ	2 2.78	7 9.72	38 52.78	25 34.72	72 100.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2 2.94	6 8.23	34 50	26 38.23	68 100.00
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	0 0.00	3 7.50	23 57.50	14 35.00	40 100.00
ค้าขาย	0 0.00	3 5.08	38 64.41	18 30.51	59 100.00
เจ้าของกิจการ	0 0.00	2 7.14	17 60.71	9 32.15	28 100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	2 2.27	7 7.95	45 51.14	34 38.64	88 100.00
รวม	7 1.75	31 7.76	218 54.63	143 35.86	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะไม่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 52.27 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 38.64 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่า ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27

ตารางที่ 72 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

รายได้	มาใช้ บริการทุก วัน	สัปดาห์ ละ 4-6 ครั้ง	สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	น้อยกว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	4	6	11	8	7	36
	11.11	16.67	30.56	22.22	19.44	100.00
5,001 - 10,000 บาท	10	14	41	21	22	108
	9.26	12.96	37.96	19.45	20.37	100.00
10,001 - 20,000 บาท	13	17	65	30	27	152
	8.55	11.19	42.76	19.74	17.76	100.00
20,001 - 30,000 บาท	7	13	27	20	17	84
	8.33	15.48	32.14	23.81	20.24	100.00
มากกว่า 30,000 บาท	2	3	6	4	4	19
	10.53	15.79	31.58	21.05	21.05	100.00
รวม	36	53	150	83	77	399
	9.02	13.28	37.59	20.82	19.29	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 30.56 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 37.96 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 20.37 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 42.76 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 32.14 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งมากที่สุด มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58 รองลงมาคือใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05 และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองทุกวันน้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53

ตารางที่ 73 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับจำนวนเงินต่อครั้ง ที่มาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

รายได้	ไม่เกิน 50 บาท	51-100 บาท	101-500 บาท	501-1,000 บาท	มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	7 19.44	11 30.56	13 36.11	3 8.33	2 5.56	36 100.00
5,001 - 10,000 บาท	25 23.15	29 26.85	37 34.26	11 10.18	6 5.560	108 100.00
10,001 - 20,000 บาท	31 20.39	39 25.67	61 40.13	14 9.21	7 4.60	152 100.00
20,001 - 30,000 บาท	22 26.19	23 27.39	25 29.76	9 10.71	5 5.95	84 100.00
มากกว่า 30,000 บาท	3 15.79	6 31.58	7 36.84	2 10.53	1 5.26	19 100.00
รวม	88 22.06	108 27.06	143 35.84	39 9.78	21 5.26	399 100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 36.11 มาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 30.56 เท่ากัน และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 34.26 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 26.85 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.13 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 25.67 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 29.76 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 27.39 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.95

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ใช้เงิน 101-500 บาท ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองมากที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 36.84 รองลงมาใช้เงิน 51-100 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58 และ ใช้เงินมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26

ตารางที่ 74 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความถี่ที่จะกลับมาใช้บริการ ที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง

รายได้	มาใช้ บริการทุก วัน	สัปดาห์ ละ 4-6 ครั้ง	สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	น้อยกว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	รวม
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	1	3	7	14	11	36
	2.78	8.33	19.44	38.89	30.56	100.00
5,001 - 10,000 บาท	5	9	20	45	29	108
	4.63	8.33	18.52	41.67	26.85	100.00
10,001 - 20,000 บาท	8	12	25	69	38	152
	5.26	7.89	16.45	45.4	25.00	100.00
20,001 - 30,000 บาท	4	7	19	31	23	84
	4.76	8.33	22.62	36.91	27.38	100.00
มากกว่า 30,000 บาท	1	2	3	8	5	19
	5.26	10.53	15.78	42.11	26.32	100.00
รวม	19	33	74	167	106	399
	4.76	8.27	18.55	41.85	26.57	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทจะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 30.56 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทจะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 26.85 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.63

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 45.40 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 36.91 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 27.38 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.76

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท จะกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองอีก โดยใช้บริการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุดจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 42.11 รองลงมาจะกลับมาใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 และผู้ตอบแบบสอบถามจะกลับมาใช้บริการทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26

ตารางที่ 75 แสดงค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ ในด้านพฤติกรรม เกี่ยวกับความคิดเรื่องความนิยมของร้านค้าปลีกในอำเภอเมือง ในอนาคต

รายได้	เพิ่มขึ้นมาก	เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	ไม่เพิ่มขึ้น	ลดลง	รวม
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	1	2	20	13	36
	2.78	5.56	55.56	36.11	100.00
5,001 - 10,000 บาท	2	8	58	40	108
	1.85	7.41	53.7	37.04	100.00
10,001 - 20,000 บาท	2	12	91	47	152
	1.32	7.89	59.87	30.92	100.00
20,001 - 30,000 บาท	2	7	39	36	84
	2.38	8.33	46.43	42.86	100.00
มากกว่า 30,000 บาท	0	2	10	7	19
	0.00	10.53	52.63	36.84	100.00
รวม	7	31	218	143	399
	1.75	7.76	54.63	35.86	100.00

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะไม่ได้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 55.36 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 36.11 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่า ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทมีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะไม่ได้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 53.70 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.04 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่า ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะไม่ได้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 59.87 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 30.92 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่า ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะไม่ได้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 46.43 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคิดเห็นว่า ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในอนาคต มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทมีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะไม่ได้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในอนาคตมากที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 52.63 รองลงมาคือ คิดว่าร้านค้าปลีกจะได้รับความนิยมลดลงจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 36.84 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดเลยที่มีความคิดเห็นว่า ร้านค้าปลีกในอำเภอเมืองจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในอนาคต