

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ตำบลที่อาศัย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ (ตารางที่ 2 - 8)

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และพฤติกรรม (ตารางที่ 9 - 29)

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร (ตารางที่ 30 - 33)

ส่วนที่ 4 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีก จำแนกตาม เพศ อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 34 - 66)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำบลที่อาศัย

ตำบล	จำนวน	ร้อยละ
กระทุ่มแบน	51	12.8
อ้อมน้อย	127	31.9
ท่าไม้	30	7.5
สวนหลวง	71	17.8
คลองมะเดื่อ	43	10.8
ท่าเสาและคอนไก่อดี	38	9.5
แคราย บางยางและหนองนกไข่	38	9.5
รวม	398	100.0

ตารางที่ 2 แสดงตำบลที่อาศัยอยู่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามวิธีการเก็บข้อมูล ตำบลอ้อมน้อย ร้อยละ 31.9 ตำบลสวนหลวง ร้อยละ 17.8 ตำบลกระทุ่มแบน ร้อยละ 12.8 ตำบลคลองมะเดื่อ ร้อยละ 10.8 ตำบลเสาและคอนไก่อดี และแคราย บางยาง และหนองนกไข่ เท่ากัน ร้อยละ 9.5 และตำบลท่าไม้ ร้อยละ 7.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	145	36.4
หญิง	253	63.6
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.6 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 36.4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	69	17.3
21-30 ปี	124	31.2
31-40 ปี	103	25.9
41-50 ปี	82	20.6
51-60 ปี	14	3.5
61 ปีขึ้นไป	6	1.5
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 31.2 รองลงมา อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 25.9 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 20.6 อายุต่ำกว่า 20 ร้อยละ 17.3 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 3.5 และอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	41	10.3
มัธยมตอนต้น	64	16.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	100	25.1
อนุปริญญา / ปวส.	40	10.1
ปริญญาตรีขึ้นไป	153	38.4
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 38.4 รองลงมา คือมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 25.1 มัธยมตอนต้น ร้อยละ 16.1 ประถมศึกษา ร้อยละ 10.30 และ อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 10.1

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	72	18.1
ข้าราชการ	65	16.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	31	7.8
พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	24	6.0
ค้าขาย	65	16.3
เจ้าของกิจการ	40	10.1
พนักงานบริษัทเอกชน	75	18.9
ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	26	6.5
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 18.9 รองลงมาคือ นักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 18.1 ข้าราชการและค้าขายเท่ากัน ร้อยละ 16.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 7.8 ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน ร้อยละ 6.5 และพ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	128	32.2
5,001-10,000 บาท	116	29.2
10,001-20,000 บาท	97	24.4
20,001-30,000 บาท	34	8.5
มากกว่า 30,000 บาท	23	5.8
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 32.2 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 29.2 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 24.4 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 8.5 และ มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 5.8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	199	50.0
สมรส	189	47.5
หย่าร้างหรือหม้าย	10	2.5
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด มากที่สุด ร้อยละ 50.0 รองลงมา คือสมรสแล้ว ร้อยละ 47.5 และหย่าร้างหรือหม้าย ร้อยละ 2.5

ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน

ด้านความรู้ความเข้าใจ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจต่อการมีร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
มีร้านค้าปลีก	397	99.7
ไม่มีร้านค้าปลีก	1	0.3
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจว่าในอำเภอกระทุ่มแบนมีร้านค้าปลีก ร้อยละ 99.7 และ ไม่มีร้านค้าปลีก ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน

สินค้าที่จำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ ฯลฯ	230	57.8
เครื่องเขียน เช่น ปากกา ยางลบ ดินสอ สมุด ฯลฯ	261	65.6
ของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ฯลฯ	355	89.2
ของใช้ทั่วไป เช่น ผงซักฟอก น้ำยาขัดห้องน้ำ น้ำล้างจาน ยาฉีดกันยุง ฯลฯ	348	87.4
ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ฯลฯ	343	86.2
เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น วิทยุ โทรทัศน์ พัดลม เตารีด ฯลฯ	139	34.9
อื่นๆ ได้แก่ ยาสามัญประจำบ้าน น้ำแข็ง	11	2.8

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 398 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกเป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ฯลฯ ร้อยละ 89.2 รองลงมาคือของใช้ทั่วไป เช่น ผงซักฟอก น้ำยาขัดห้องน้ำ น้ำล้างจาน ยาฉีดกันยุง ฯลฯ ร้อยละ 87.4 ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ฯลฯ ร้อยละ 86.2 เครื่องเขียน เช่น ปากกา ยางลบ ดินสอ สมุด ฯลฯ ร้อยละ 65.6 อาหารสด เช่น ผัก ผลไม้ ไข่ไก่ ฯลฯ ร้อยละ 57.8 เครื่องใช้ไฟฟ้า เช่น วิทยุ โทรทัศน์ พัดลม เตารีด ฯลฯ ร้อยละ 34.9 และอื่นๆ ได้แก่ ยาสามัญประจำบ้าน น้ำแข็ง ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทราบร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	5	1.3
ป้ายร้านค้า	237	59.6
คนรู้จัก	147	36.9
ญาติ	91	22.9
เพื่อน	102	25.6
อื่นๆ ได้แก่ ทราบด้วยตนเอง	36	9.1

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 398 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จากป้ายร้านค้า ร้อยละ 59.6 จากคนรู้จัก ร้อยละ 36.9 จากเพื่อน ร้อยละ 25.6 จากญาติ ร้อยละ 22.9 อื่นๆ ได้แก่ ด้วยตนเอง ร้อยละ 9.1 และจากวิทยุ ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเรื่องความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกกับร้านค้าสะดวกซื้อ

ความแตกต่างระหว่างร้านค้าปลีกกับร้านค้าสะดวกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
แตกต่าง	317	79.7
ไม่แตกต่าง	60	15.0
ไม่แน่ใจ	21	5.3
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าร้านค้าปลีกมีความแตกต่างจากร้านค้าสะดวกซื้อ ร้อยละ 79.7 ไม่แตกต่าง ร้อยละ 15.0 และ ไม่แน่ใจ ร้อยละ 5.3

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนมีราคาถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ

ความคิดเห็นว่าราคาของสินค้าร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนมีราคาถูกกว่าร้านค้าสะดวกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่ ร้านค้าปลีกราคาถูกกว่า	238	59.8
ไม่ใช่	70	17.6
ไม่แน่ใจ	90	22.6
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่ราคาของสินค้าระหว่างร้านค้าปลีกถูกกว่าร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 59.8 รองลงมาไม่แน่ใจ ร้อยละ 22.6 และคิดว่าไม่ใช่ ร้อยละ 17.6

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเรื่องคุณภาพของสินค้าระหว่างร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนกับร้านค้าสะดวกซื้อ

คุณภาพของสินค้าในร้านค้าปลีกเปรียบเทียบกับร้านสะดวกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มีคุณภาพดีกว่าร้านสะดวกซื้อ	34	8.5
มีคุณภาพเท่ากับร้านสะดวกซื้อ	317	79.7
มีคุณภาพที่ด้อยกว่าร้านสะดวกซื้อ	47	11.8
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม คิดว่าคุณภาพของสินค้าที่ขายในร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนมีคุณภาพเท่ากับร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 79.7 รองลงมามีคุณภาพที่ด้อยกว่าร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 11.8 และเห็นว่ามีคุณภาพดีกว่าร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 8.5

ด้านความพึงพอใจ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ														อันดับ ที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจปานกลาง		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด		ไม่พอใจ		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
คุณภาพของสินค้า	21	5.3	108	27.1	243	62.3	14	3.5	7	1.8	0	0	3.31	ปานกลาง	1
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	27	6.8	124	31.2	173	43.5	65	16.3	8	2.1	0	0	3.25	ปานกลาง	2
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	19	4.8	124	31.2	176	44.2	69	17.3	10	2.5	0	0	3.18	ปานกลาง	3
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	22	5.5	118	29.6	150	37.7	91	22.9	16	4.0	1	0.3	3.09	ปานกลาง	4
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	34	8.5	56	14.1	133	33.4	84	21.1	91	22.9	0	0	2.64	ปานกลาง	5
					รวม								3.09	ปานกลาง	

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับ คือ คุณภาพของสินค้า สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้าตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจปานกลาง		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด		ไม่พอใจ		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
ราคาคืนค่า	15	3.8	91	22.9	234	58.8	39	9.8	12	3.0	7	1.8	3.10	ปานกลาง	1		
มีการคิดป้ายแสดงราคา	29	7.3	87	21.9	136	34.2	95	23.9	35	8.8	16	4.0	2.83	ปานกลาง	4		
มีหลายระดับราคาให้เลือก	24	6.0	115	28.9	159	39.9	74	18.6	23	5.8	3	0.8	3.09	ปานกลาง	2		
มีส่วนลดเงินสด	40	10.1	63	15.8	140	35.2	83	20.9	48	12.1	24	6.0	2.73	ปานกลาง	6		
สามารถต่อรองราคาได้	50	12.6	102	25.6	124	31.2	76	19.1	31	7.8	15	3.8	3.05	ปานกลาง	3		
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	36	9.0	80	20.1	128	32.2	84	21.1	45	11.3	25	6.3	2.76	ปานกลาง	5		
													รวม	2.92	ปานกลาง		

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.92) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือ ราคาสินค้า มีหลายระดับราคาให้เลือก สามารถต่อรองราคาได้ มีการติดป้ายแสดงราคา มีมีการให้เครดิตกับลูกค้า และมีส่วนลดเงินสด ตามลำดับ



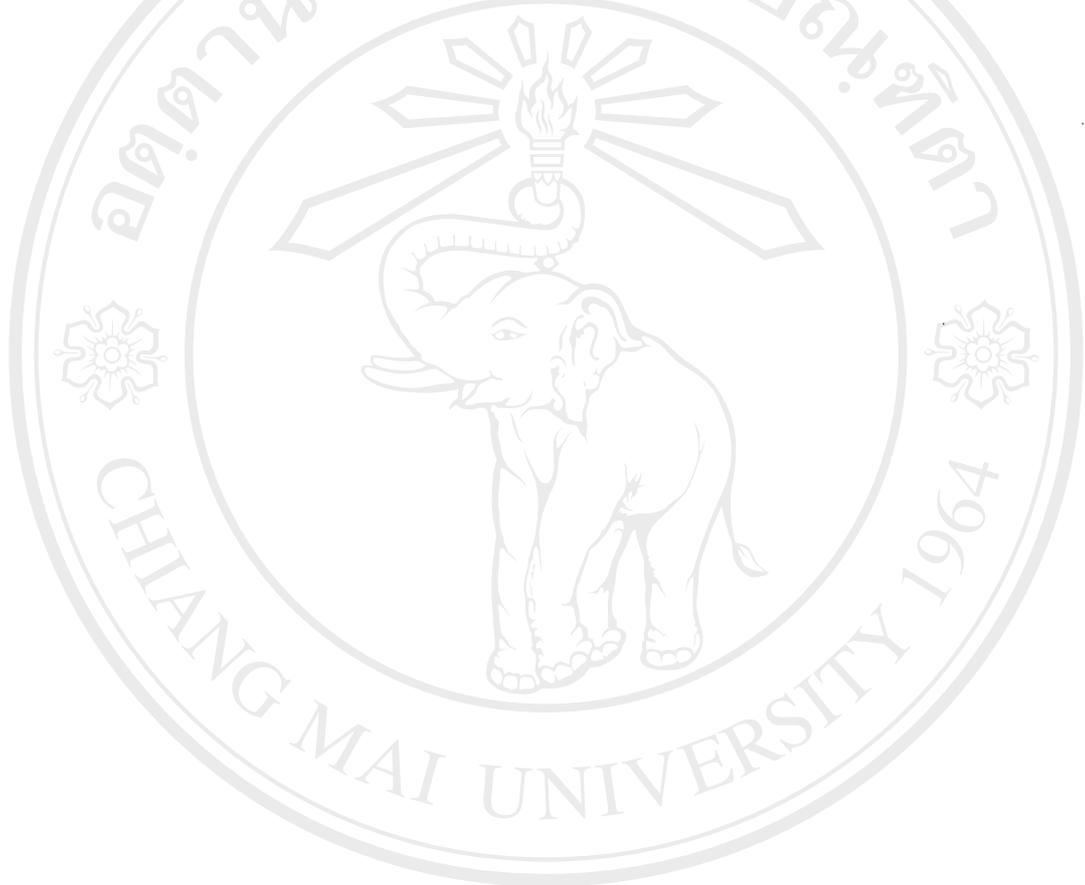
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจของการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ														ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจปานกลาง		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด		ไม่พอใจ		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
สถานที่ตั้งร้านค้า	19	4.8	114	28.6	201	50.5	46	11.6	9	2.3	9	2.3	39	9.8	3.15	ปานกลาง	3
มีบริการที่จอดรถ	21	5.3	33	8.3	122	30.7	129	32.4	54	13.6	39	9.8	2.30	น้อย	9		
มีการจัดสินค้าภายในร้าน	13	3.3	65	16.3	197	49.5	87	21.9	28	7.0	8	2.0	2.81	ปานกลาง	5		
ความสะอาดของร้าน	21	5.3	58	14.6	194	48.7	95	23.9	23	5.3	7	1.8	2.84	ปานกลาง	4		
บรรยากาศภายในร้าน	13	3.3	46	11.5	192	48.2	115	28.9	23	5.8	9	2.3	2.71	ปานกลาง	8		
การจัดหน้าร้าน	14	3.5	44	11.1	208	52.6	101	25.4	23	5.8	8	2.0	2.75	ปานกลาง	7		
การขนส่งสินค้า	19	4.8	59	14.8	188	47.2	84	21.1	41	10.3	7	1.8	2.77	ปานกลาง	6		
เวลาเปิดร้าน	48	12.1	120	30.2	165	41.5	49	12.3	7	1.8	9	2.3	3.32	ปานกลาง	1		
เวลาปิดร้าน	36	9.0	111	27.9	181	45.5	52	13.1	8	2.0	10	2.5	3.21	ปานกลาง	2		
															2.87	ปานกลาง	

รวม

ตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.87) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับคือเวลาเปิดร้าน เวลาปิดร้าน สถานที่ตั้งร้านค้า ความสะอาดของร้าน มีการจัดสินค้าภายในร้าน การขนส่งสินค้าการจัดหน้าร้าน และบรรยากาศภายในร้าน ตามลำดับ และมีความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ มีบริการที่จอดรถ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ												ค่าเฉลี่ย	แปดผล	อันดับที่	
	พอใจมากที่สุด		พอใจมาก		พอใจปานกลาง		พอใจน้อย		พอใจน้อยที่สุด		ไม่พอใจ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
การบริการของพนักงานขาย	13	3.3	63	15.8	221	55.5	63	15.8	21	5.3	17	4.3	2.83	ปานกลาง	1	
การโฆษณา	5	1.3	36	9.0	168	42.2	133	33.4	40	10.1	16	4.0	2.46	น้อย	3	
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม	30	7.5	51	12.8	151	37.9	113	28.4	36	9.0	17	4.3	2.69	ปานกลาง	2	
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก	6	1.5	34	8.5	131	32.9	137	34.4	61	15.3	29	7.3	2.25	น้อย	4	
													รวม	2.56	ปานกลาง	

ตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.56) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับคือการบริการของพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม และมีความพึงพอใจในระดับน้อยได้แก่ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่สนใจ

การส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคา	356	89.5
การสะสมแต้ม	93	23.4
ของแถม	224	56.3
ส่งชิงโชค	86	21.6
คูปองเงินสด	92	23.1
อื่นๆ ได้แก่ การให้เครดิตลูกค้า	1	0.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 398 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจการส่งเสริมการขายด้านการลดราคา ร้อยละ 89.5 รองลงมาคือ ของแถม ร้อยละ 56.3 การสะสมแต้ม ร้อยละ 23.4 คูปองเงินสด ร้อยละ 23.1 ส่งชิงโชค ร้อยละ 21.6 และอื่นๆ ได้แก่ การให้เครดิตลูกค้า ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามของแถมที่สนใจ

ของแถม	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อ	177	44.5
นาฬิกา	205	51.5
ผ้าเช็ดตัว	152	38.2
ขนมขบเคี้ยว/อาหาร	79	19.8
แก้วน้ำ	165	41.5
พวงกุญแจ	78	19.6
อื่นๆ สินค้าที่ขายในร้าน เครื่องใช้ในครัวเรือน หนังสือ โทรศัพท์มือถือ	18	4.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 398 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สนใจของแถมคือ นาฬิกามากที่สุด ร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ เสื้อ ร้อยละ 44.5 แก้วน้ำ ร้อยละ 41.5 ผ้าเช็ดตัว ร้อยละ 38.2 ขนมขบเคี้ยว/อาหาร ร้อยละ 19.8 พวงกุญแจ ร้อยละ 19.6 อื่นๆ ได้แก่ สินค้าที่ขายในร้าน เครื่องใช้ในครัวเรือน หนังสือ โทรศัพท์มือถือร้อยละ 4.5

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสนใจซื้อสินค้าในกรณีที่ร้านค้าปลีกมีการส่งเสริมการขาย

ความสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจซื้อ	320	80.4
ไม่สนใจซื้อ	8	2.0
เฉยๆ	70	17.6
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถ้ามีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ร้อยละ 80.4 เฉยๆ ร้อยละ 17.6 และไม่สนใจซื้อ ร้อยละ 2.0

ด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก

ความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	97	24.4
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	47	11.8
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	151	37.9
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	57	14.3
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	46	11.6
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการมาใช้บริการค้าปลีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 37.9 มากที่สุด รองลงมา คือ มาใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 24.4 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 14.3 สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง ร้อยละ 11.8 และน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 11.6

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีกประจำ

สินค้านำเข้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสำเร็จรูป		
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป	277	69.6
ผักกระป๋อง	133	33.4
โจ๊กสำเร็จรูป	88	22.1
ปลากระป๋อง	180	45.2
ผลไม้กระป๋อง	88	22.1
ขนมคบเคี้ยว วุ้นเส้นอบแห้ง แป้งทำขนม	7	1.8
ของใช้ในครัว		
ข้าวสาร	205	51.5
น้ำปลา	245	61.6
ซอสปรุงรส	218	54.8
น้ำตาล	222	55.8
น้ำมันพืช	260	65.3
ของใช้ส่วนตัว		
สบู่	302	75.9
ยาสีฟัน	270	67.8
ยาสระผม	242	60.8
แปรงสีฟัน	188	47.2
ครีมบำรุงผิว	132	33.2
แป้ง	161	40.5
อื่นๆ ได้แก่ ผ้าอนามัย ครีมอาบน้ำ ทิชชู น้ำยาบ้วนปาก	6	1.5

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าที่ซื้อจากร้านค้าปลีก ประจำ (ต่อ)

สินค้าร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องดื่ม		
น้ำดื่ม	183	46.0
น้ำอัดลม	216	54.3
น้ำหวาน	110	27.6
น้ำผลไม้	111	27.9
ชา	57	14.3
กาแฟ	138	34.7
นม UHT	183	46.0
อื่นๆ ได้แก่ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง น้ำแข็งยูนิค เบียร์	13	3.3
ของใช้ทั่วไป		
ผงซักฟอก	292	73.4
น้ำยาขัดห้องน้ำ	155	38.9
น้ำยาล้างจาน	244	61.3
น้ำยาเช็ดกระจก	65	16.3
อื่น ได้แก่ น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาซักผ้า ถุงพลาสติก บุหรี่	9	2.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 398 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าสำเร็จรูปจากร้านค้าปลีกเป็นประจำ ส่วนใหญ่จะซื้ออะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ร้อยละ 69.6 รองลงมาคือ ปลากระป๋อง ร้อยละ 45.2 และ ผักกระป๋อง ร้อยละ 33.4 ผลไม้กระป๋อง ร้อยละ 45.2 และขนมคบเคี้ยว วุ้นเส้นอบแห้ง และ แป้งทำขนม ร้อยละ 1.8

ของใช้ภายในครัว ส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืช ร้อยละ 65.3 รองลงมาคือน้ำปลา ร้อยละ 61.6 และ น้ำตาล ร้อยละ 55.8 ซอสปปรุงรส ร้อยละ 54.8 และ ข้าวสาร ร้อยละ 51.5

ของใช้ส่วนตัว ส่วนใหญ่จะซื้อสบู่ ร้อยละ 75.9 รองลงมาคือ ยาสีฟัน ร้อยละ 67.8 ยาสระผม ร้อยละ 60.8 แปรงสีฟัน ร้อยละ 47.2 ครีมบำรุงผิว ร้อยละ 33.2 แป้ง ร้อยละ 40.5 และอื่นๆ ได้แก่ ฟ้ายอนามัย ครีมอาบน้ำ ทิชชู น้ำยاب้วนปาก ร้อยละ 1.5

เครื่องดื่ม ส่วนใหญ่จะซื้อน้ำอัดลม ร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ น้ำดื่ม และนม UHT เท่ากัน ร้อยละ 46.0 กาแฟ ร้อยละ 34.7 น้ำผลไม้ ร้อยละ 27.9 น้ำหวาน ร้อยละ 27.6 ชา ร้อยละ 14.3 อื่นๆ ได้แก่ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง น้ำแข็งยูนิค เบียร์ ร้อยละ 3.3

ของใช้ทั่วไป ส่วนใหญ่จะซื้อผงซักฟอก ร้อยละ 73.4 รองลงมาคือ น้ำยาล้างจาน ร้อยละ 61.3 น้ำยาขัดห้องน้ำ ร้อยละ 38.9 น้ำยาเช็ดกระจก ร้อยละ 16.3 และอื่นๆ ได้แก่ น้ำยาปรับผ้านุ่ม น้ำยาซักผ้า ถูพลาสติก บุหรี่ ร้อยละ 2.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
มีความเชื่อถือ	98	24.6
มีการส่งสินค้า	52	13.1
ราคาสินค้าไม่แพง	200	50.3
มีสินค้าเฉพาะที่ร้านแบบอื่นไม่มีขาย	99	24.9
ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	325	81.7
มีพนักงานคอยให้บริการ	39	9.8
ความสะอาดของร้าน	58	14.6
มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	64	16.1
มีที่จอดรถ	58	14.6
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	55	13.8
มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	201	50.5
อื่นๆ ได้แก่ เป็นร้านที่ซื้ออยู่เป็นประจำ ส่งเสริมผู้ค้าปลีก	5	1.3

หมายเหตุ : ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 398 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน ร้อยละ 81.7 มากที่สุด รองลงมา คือ มีความเป็นกันเองกับลูกค้า ร้อยละ 50.5 ราคาสินค้าไม่แพง ร้อยละ 50.3 มีสินค้าเฉพาะที่ร้านแบบอื่นไม่มีขาย ร้อยละ 24.9 มีความเชื่อถือ ร้อยละ 24.6 มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ ร้อยละ 16.1 ความสะอาดของร้าน และมีที่จอดรถ เท่ากัน ร้อยละ 14.6 มีการให้เครดิตกับลูกค้า ร้อยละ 13.8 มีการส่งสินค้า ร้อยละ 13.1 มีพนักงานคอยให้บริการ ร้อยละ 9.8 และอื่นๆ ได้แก่ เป็นร้านที่ซื้ออยู่เป็นประจำ ร้อยละ 1.3

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณของร้านค้าปลีกที่ซื้อประจำ

บริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
บริเวณตลาดสด	298	74.9
บริเวณป้ายรถเมย์ติดชุมชน	53	13.3
บริเวณสถานที่ราชการ	11	2.8
อื่นๆ ได้แก่ บริเวณหมู่บ้าน	36	9.0
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อเป็นประจำมากที่สุด คือ บริเวณตลาดสด ร้อยละ 74.9 รองลงมาคือ บริเวณป้ายรถเมย์ติดชุมชน ร้อยละ 13.3 อื่นๆ ได้แก่ บริเวณหมู่บ้าน ร้อยละ 9.0 และ บริเวณสถานที่ราชการ ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก

เวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
5.00-8.00 น.	16	4.0
8.01-11.00 น.	67	16.8
11.01-14.00 น.	55	13.8
14.01-17.00 น.	78	19.6
17.01-20.00 น.	153	38.4
อื่นๆ ได้แก่ ไม่นอนเมื่อของขาด	29	7.4
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ 17.01-20.00 น. ร้อยละ 38.4 รองลงมาคือ 14.01-17.00 น. ร้อยละ 19.6 8.01-11.00 น. ร้อยละ 16.8 อื่นๆ ได้แก่ ไม่นอนเมื่อของขาด ร้อยละ 7.4 และ 5.00-8.00 น. ร้อยละ 4.0

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่อครั้ง

จำนวนเงินซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	56	14.1
51-100 บาท	136	34.2
101-500 บาท	172	43.2
501-1,000 บาท	22	5.5
มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	12	3.0
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 101-500 บาท ร้อยละ 43.2 มากที่สุด รองลงมาคือ 51-100 บาท ร้อยละ 34.2 ไม่เกิน 50 บาท ร้อยละ 14.1 501-1,000 บาท ร้อยละ 5.5 และมากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.0

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก

ความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	85	21.4
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	55	13.8
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	168	42.2
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	48	12.0
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	42	10.6
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 42.2 มากที่สุด รองลงมาคือ มาใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 21.4 สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง ร้อยละ 13.8 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 12.0 และน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 10.6

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับการอย่างไรในอนาคต

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับการอย่างไรในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้นมาก	91	22.9
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	172	43.1
ไม่เพิ่มขึ้น	85	21.4
ลดลง	50	12.6
รวม	398	100.0

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับการความนิยมเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 43.1 มากที่สุด รองลงมาเห็นว่ามีความนิยมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 22.9 เห็นว่ามีความนิยมไม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 21.4 และเห็นว่าได้รับการความนิยมลดลง ร้อยละ 12.6

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอทุ่งกระเบน

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปดผล	อันดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
คุณภาพของสินค้าไม่ดี	19	4.8	46	11.6	190	47.7	101	25.4	28	7.0	14	3.5	2.71	ปานกลาง	5
สินค้ามีให้เดือกน้อยประเภท	16	4.0	68	17.1	187	47.0	102	25.6	18	4.5	7	1.8	2.85	ปานกลาง	2
สินค้ามีให้เดือกน้อยขนาด	9	2.3	65	16.3	179	45.0	107	26.9	28	7.0	10	2.6	2.73	ปานกลาง	4
สินค้ามีให้เดือกน้อยยี่ห้อ	12	3.0	77	19.3	164	41.2	103	25.9	27	6.8	15	3.8	2.75	ปานกลาง	3
ความถี่ขายของสินค้า	20	5.0	72	18.1	141	35.4	110	27.6	38	9.5	17	4.3	2.70	ปานกลาง	6
สินค้าหมดอายุ	33	8.3	55	13.8	105	26.4	125	31.4	45	11.3	35	9.1	2.51	ปานกลาง	7
ไม่รับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	45	11.3	94	23.6	116	29.1	73	18.3	47	11.8	23	5.8	2.88	ปานกลาง	1
													2.73	ปานกลาง	

รวม

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.73) โดยในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับได้แก่ ไม่รับประกันหรือเปลี่ยนสินค้า สินค้ามีให้เลือกน้อยประเภท สินค้ามีให้เลือกน้อยยี่ห้อ สินค้ามีให้เลือกน้อยขนาด คุณภาพของสินค้าไม่ดีความล้ำสมัยของสินค้า สินค้าหมดอายุ ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ราคาสินค้าแพง	29	7.3	57	14.3	163	41.0	111	27.9	22	5.5	16	4.0	2.79	ปานกลาง	3
"ไม่แสดงป้ายราคาชัดเจน	57	14.3	106	26.6	130	32.7	74	18.6	20	5.0	11	2.8	3.19	ปานกลาง	1
"ไม่มีส่วนลดเงินสด	37	9.3	93	23.4	145	36.4	73	18.3	35	8.8	15	3.8	2.95	ปานกลาง	2
"ไม่สามารถต่อรองราคาได้	29	7.3	80	20.1	123	30.9	94	23.6	39	9.8	33	8.3	2.68	ปานกลาง	4
"ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า	35	8.8	62	15.6	131	32.9	96	24.1	42	10.6	32	8.0	2.65	ปานกลาง	5
	รวม												2.85	ปานกลาง	

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) โดยในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับได้แก่ ไม่แสดงป้ายราคาชัดเจน ไม่มีส่วนลดเงินสด ราคาสินค้าแพง ไม่สามารถต่อรองราคาได้ ไม่มีเครดิตให้กับลูกค้า ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปดผล	อันดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ไม่มีที่จอดรถ	92	23.1	115	28.9	91	22.9	65	16.3	15	3.8	20	5.1	3.37	ปานกลาง	1
การเดินทางไม่สะดวก	37	9.3	59	14.8	146	36.7	91	22.9	35	8.8	30	8.0	2.71	ปานกลาง	4
จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบหายาก	20	5.0	85	21.4	152	38.2	94	23.6	31	7.8	16	4.1	2.81	ปานกลาง	2
บรรยากาศในร้านไม่ดี	18	4.5	59	14.8	182	45.7	92	23.1	25	6.3	22	5.6	2.72	ปานกลาง	3
ไม่มีบริการขนส่งสินค้า	24	6.0	60	15.1	146	36.7	107	26.9	33	8.3	28	7.0	2.63	ปานกลาง	5
													2.85	ปานกลาง	

รวม

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.85) โดยในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับได้แก่ ไม่มีที่จอดรถ จัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบ หายาก บรรยากาศในร้านไม่ดี การเดินทางไม่สะดวก ไม่มีบริการขนส่งสินค้า ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหา												ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		ไม่มีปัญหา				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
พนักงานขายไม่เพียงพอ	17	4.3	53	13.3	174	43.7	107	26.9	27	6.8	20	5.0	2.66	ปานกลาง	4
การโฆษณาไม่สนใจ	31	7.8	77	19.3	138	34.7	107	26.9	23	5.8	22	5.5	2.80	ปานกลาง	3
การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	32	8.0	71	17.8	159	39.9	97	24.4	25	6.3	14	3.5	2.86	ปานกลาง	1
การบริการไม่ดี	40	10.1	68	17.1	143	35.9	96	24.1	29	7.3	22	5.5	2.82	ปานกลาง	2
	รวม												2.77	ปานกลาง	

658.8343
 53437
 2.3

เลขหมู่.....
 สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) โดยในรายละเอียดของพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับได้แก่ การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ การบริการไม่ดี การโฆษณาไม่น่าสนใจ และพนักงานขายมีไม่เพียงพอตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้

4.1 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบน จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
คุณภาพของสินค้า	3.20 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.14 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.19 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.08 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	2.61 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
รวม	3.04 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (3.04) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้ามากเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.20

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (3.13) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.37

All rights reserved

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านราคา
จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
ราคาสินค้า	3.07 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
มีการติดป้ายแสดงราคา	2.78 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.06 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
มีส่วนลดเงินสด	2.70 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
สามารถต่อรองราคาได้	3.01 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	2.70 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
รวม	2.89 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 35 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.89) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้ามากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.94) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.12

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
สถานที่ตั้งร้าน	3.16 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีบริการที่จอดรถ	2.30 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	2.30 (ปานกลาง)
มีการจัดสินค้าภายในร้าน	2.74 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)
ความสะอาดของร้าน	2.86 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในร้าน	2.75 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
การจัดหน้าร้าน	2.83 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
การขนส่งสินค้า	2.86 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
เวลาเปิดร้าน	3.35 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
เวลาปิดร้าน	3.24 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
รวม	2.90 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.90) โดยมีความพึงพอใจต่อเวลาเปิดร้านมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.86) โดยมีความพึงพอใจต่อเวลาเปิดร้าน มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.30

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านส่งเสริมการตลาด
จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
การบริการของพนักงานขาย	2.86 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
การโฆษณา	2.39 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม	2.55 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก	2.12 (น้อย)	2.32 (น้อย)	2.25 (น้อย)
รวม	2.48 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับน้อย (2.48) โดยมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานขายมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.86

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.60) โดยมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรกโดยมีค่าเฉลี่ย 2.80

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก
จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการใช้บริการร้าน ค้าปลีก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	37	25.5	60	23.7	97	24.4
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	22	15.2	27	10.7	49	12.3
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	52	35.9	99	39.1	151	37.9
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	19	13.1	38	15.0	57	14.3
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	15	10.3	29	11.5	44	11.1
รวม	145	100.0	253	100.0	398	100.0

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้าน
ค้าปลีกสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 35.9

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง
มากที่สุด ร้อยละ 37.9

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก
จำแนกตามเพศ

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีความเชื่อถือ	36	24.8	62	24.5
มีการส่งสินค้า	17	11.7	35	13.8
ราคาสินค้าไม่แพง	74	51.0	126	49.8
มีสินค้าเฉพาะที่ร้านแบบอื่น ไม่มีขาย	32	22.0	67	26.4
ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	117	80.6	208	82.2
มีพนักงานคอยให้บริการ	13	8.9	26	10.2
ความสะอาดของร้าน	27	18.6	31	12.2
มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	26	17.9	38	15.0
มีที่จอดรถ	33	22.7	25	9.8
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	17	11.7	38	15.0
มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	76	52.4	125	49.4
อื่นๆ	1	0.7	1	0.3

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เป็นร้านที่ซื้ออยู่เป็นประจำ เป็นการส่งเสริมผู้ค้าปลีก
เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ จาก 398 ราย

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก
เพราะใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงานมากที่สุด ร้อยละ 80.6

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพราะใกล้บ้านหรือ
ใกล้ที่ทำงานมากที่สุด ร้อยละ 82.2

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับบริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า
จำแนกตามเพศ

บริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บริเวณตลาดสด	104	71.7	191	75.5	295	74.1
บริเวณป้ายรถเมล์ติดชุมชน	21	14.5	32	12.6	53	13.3
บริเวณสถานที่ราชการ	7	4.8	4	1.6	11	2.8
อื่นๆ ได้แก่ บริเวณหมู่บ้าน	13	9.0	26	10.3	39	9.8
รวม	145	100.0	253	100.0	398	100.0

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกตั้งอยู่บริเวณ
ตลาดสดมากที่สุด ร้อยละ 71.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกตั้งอยู่บริเวณตลาดสดมากที่สุด ร้อยละ
74.1

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า
จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5.00-8.00 น.	4	2.8	12	4.7	16	4.0
8.01-11.00 น.	24	16.6	43	17.0	67	16.8
11.01-14.00 น.	25	17.2	30	11.9	55	13.8
14.01-17.00 น.	30	20.7	48	19.0	78	19.6
17.01-20.00 น.	49	33.8	104	41.1	153	38.4
ไม่แน่นอน เมื่อของขาด	13	9.0	16	6.3	29	7.2
รวม	145	100.0	253	100.0	398	100.0

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก
คือเวลา 17.01 - 20.00 น. ร้อยละ 33.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกคือเวลา 17.01-20.00 น.
ร้อยละ 41.1

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามเพศ

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	18	12.4	38	15.0	56	14.1
51-100 บาท	52	35.9	84	33.2	136	34.2
101-500 บาท	62	42.8	110	43.5	172	43.2
501-1,000 บาท	9	6.2	13	5.1	22	5.5
มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	4	2.8	8	3.2	12	3.0
รวม	145	100.0	253	100.0	398	100.0

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 101 - 500 บาท ร้อยละ 42.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 101 - 500 บาท ร้อยละ 43.5

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นว่าจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นว่าจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	31	21.4	55	22.1	86	21.8
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	20	13.8	35	14.1	55	14.0
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	65	44.8	107	41.4	168	43.2
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	19	13.1	29	11.6	48	12.2
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	10	6.9	27	10.8	37	9.4
รวม	145	100.0	253	100.0	398	100.0

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความคิดเห็นว่าจะมาใช้บริการร้านค้าปลีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 44.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความคิดเห็นว่าจะมาใช้บริการร้านค้าปลีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 41.4

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะเป็นอย่างไรในอนาคต จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนอย่างไรในอนาคต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้นมาก	35	24.1	57	22.5	92	23.1
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	63	43.4	108	42.7	171	43.0
ไม่เพิ่มขึ้น	34	23.4	51	20.2	85	21.4
ลดลง	13	9.0	37	14.6	50	12.6
รวม	145	100.0	253	100.0	398	100.0

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในอนาคต มากที่สุด ร้อยละ 43.4

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในอนาคต มากที่สุด ร้อยละ 43.0

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำนวนตามอาชีพ

ด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ										รวม
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ถูกจ้างรับจ้างทำสวน	รวม		
คุณภาพของสินค้า	3.22 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.55 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท	3.13 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	
สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด	3.18 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	
สินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.00 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	2.53 (ปานกลาง)	2.49 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.19 (น้อย)	2.19 (น้อย)	2.64 (ปานกลาง)	
รวม	3.01 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.01) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.22

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.10) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.34

ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.12) โดยมีความพึงพอใจต่อสินค้ามีให้เลือกหลายประเภท เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.32

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.11) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.25

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ค้าขายมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.25) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.52

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.39) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.96) โดยมีความพึงพอใจต่อสินค้ามีให้เลือกหลายประเภทมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.16

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ลูกจ้าง รับจ้างทำสวน มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.82) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้าเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.31

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อต้านราคา จำแนกตามอาชีพ

ด้านราคา	อาชีพ											รวม
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	ค้ายาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ลูกจ้าง, รับจ้าง, ทำสวน	รวม			
ราคาสินค้า	2.89 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)			
มีการคิดป้ายแสดงราคา	2.94 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)	2.50 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)			
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.10 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)			
มีส่วนลดเงินสด	2.83 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.97 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)			
สามารถต่อรองราคาได้	3.06 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)			
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	2.89 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)			
รวม	2.95 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)			

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.95) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือก มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.10

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.77) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือก มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.11

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.91) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือก และสามารถต่อรองราคาได้ มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.10

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้านมีความพึงพอใจด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (3.06) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือก มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.21

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (3.04) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือก มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (3.16) โดยมีความพึงพอใจราคา มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.48

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.79) โดยมีความพึงพอใจราคาสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09

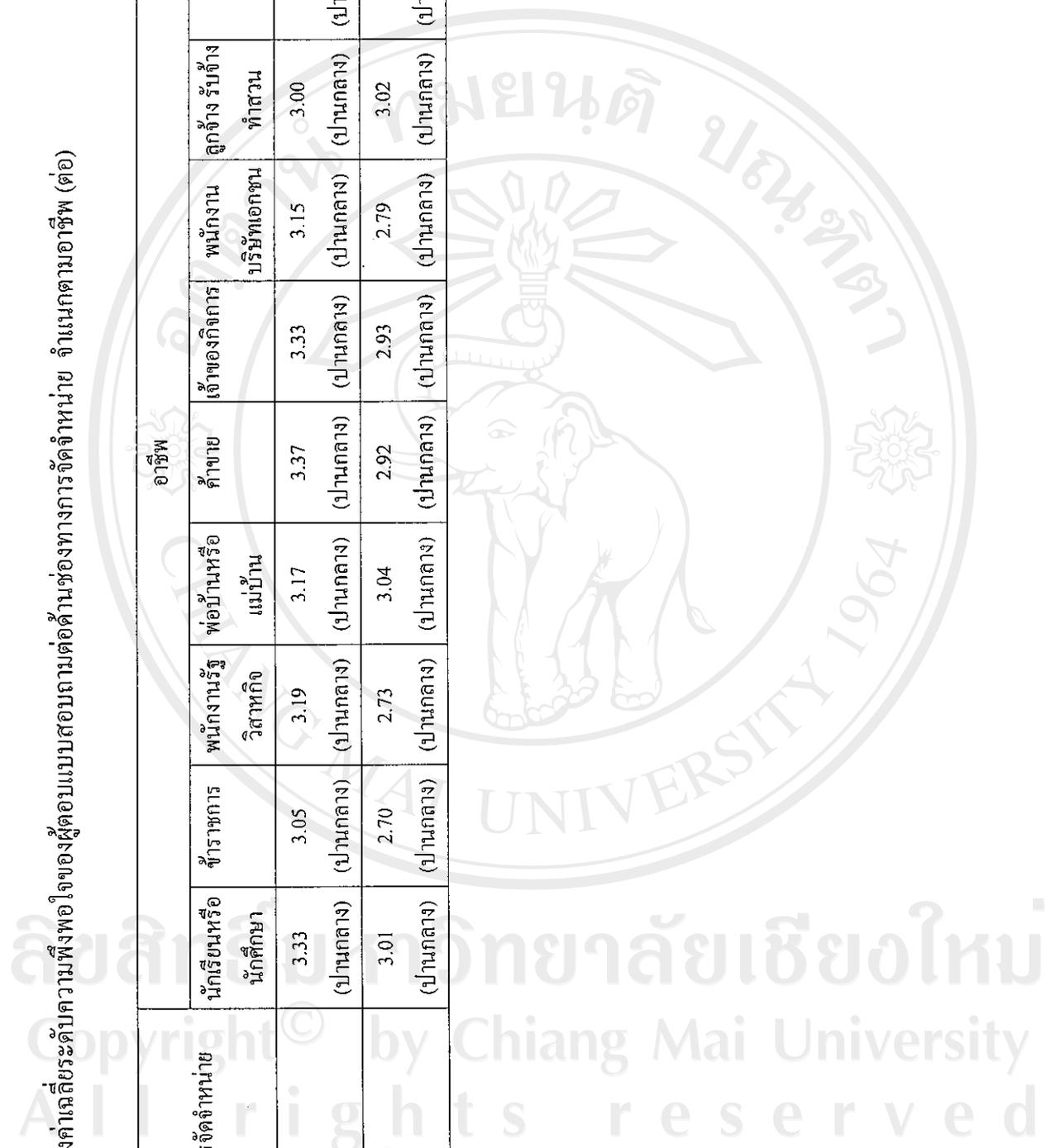
ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง รับจ้างทำสวน มีความพึงพอใจด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.79) โดยมีความพึงพอใจมีหลายระดับราคาให้เลือก มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.12

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวนตามอาชีพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ										รวม
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ถูกจ้าง, รับจ้าง, ทำสวน			
สถานที่ตั้งร้าน	3.24 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)			3.15 (ปานกลาง)
ที่มีบริการที่จอดรถ	2.54 (ปานกลาง)	1.94 (น้อย)	2.10 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.20 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.32 (น้อย)	2.69 (ปานกลาง)			2.30 (น้อย)
การจัดสินค้าภายในร้าน	2.90 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)			2.81 (ปานกลาง)
ความสะดวกของร้าน	2.93 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)			2.84 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในร้าน	2.79 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)	3.04 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)			2.71 (ปานกลาง)
การจัดหน้าร้าน	2.97 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)			2.75 (ปานกลาง)
การขนส่งสินค้า	2.90 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.82 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)			2.77 (ปานกลาง)
เวลาเปิดร้าน	3.47 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)			3.32 (ปานกลาง)

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ										รวม
	นักเรียนหรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือ แม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ดูจ้างรับจ้าง ทำสวน	รวม		
เวลาเปิดร้าน	3.33 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)		
รวม	3.01 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)		



จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.01) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้านมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.47

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ นักเรียนหรือนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.70) โดยมีความพึงพอใจสถานที่ตั้ง มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.14

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.73) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้านและปิดร้านมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.19

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.04) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้านมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขายมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.92) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้านมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.93) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้านมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.45

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.79) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้านมากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.79) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้าน มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.23

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ										Total
	นักเรียนหรือนักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้านหรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงานบริษัทเอกชน	ลูกจ้าง, รับจ้าง, ทำสวน			
การบริการของพนักงานขาย	2.75 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	3.13 (มาก)	2.74 (ปานกลาง)	3.28 (มาก)	2.69 (ปานกลาง)	3.00 (มาก)			2.83 (ปานกลาง)
การโฆษณา	2.46 (น้อย)	2.35 (น้อย)	2.48 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.68 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.77 (ปานกลาง)			2.46 (น้อย)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาของแถม	2.76 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)	2.71 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	2.88 (ปานกลาง)			2.69 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัดชมรมผู้ค้าปลีก	2.25 (น้อย)	2.18 (น้อย)	2.23 (น้อย)	2.46 (น้อย)	2.05 (น้อย)	2.33 (น้อย)	2.27 (น้อย)	2.54 (ปานกลาง)			2.25 (น้อย)
รวม	2.56 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)	2.80 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	2.80 (ปานกลาง)			2.56 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.56) โดยมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.76

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.46) โดยมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.80

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.52) โดยมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา ของแถม มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.71

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.74) โดยมีความพึงพอใจ การบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.74

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย (2.48) โดยมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานขายและการส่งเสริมการขาย เช่นลดราคา ของแถม มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.74

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.80) โดยมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.69

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (2.80) โดยมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก
จำแนกตามอาชีพ

ความถี่ในการใช้ บริการ ร้านค้าปลีก	อาชีพ								
	นักเรียน หรือนัก ศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือแม่ บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการทุก วัน	22 (30.6)	8 (12.3)	4 (12.9)	7 (29.2)	31 (47.7)	8 (20.0)	16 (21.3)	1 (3.8)	97 (24.4)
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	8 (11.1)	7 (10.8)	3 (9.7)	4 (16.7)	8 (12.3)	7 (17.5)	10 (13.3)	2 (7.7)	49 (12.3)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	26 (36.1)	25 (38.5)	12 (38.7)	6 (25.0)	19 (29.2)	18 (45.0)	32 (42.7)	13 (50.0)	151 (37.9)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	7 (9.7)	13 (20.0)	6 (19.4)	4 (16.7)	6 (9.2)	5 (12.5)	12 (16.0)	4 (15.4)	57 (14.3)
น้อยกว่าสัปดาห์ ละ 1 ครั้ง	9 (12.5)	12 (18.5)	6 (19.4)	3 (12.5)	1 (1.5)	2 (5.0)	5 (6.7)	6 (23.1)	44 (11.1)
รวม	72 (100.0)	65 (100.0)	31 (100.0)	24 (100.0)	65 (100.0)	40 (100.0)	75 (100.0)	26 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีความถี่ในการใช้
บริการร้านค้าปลีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 36.1 ข้าราชการ ร้อยละ 38.5 พนักงานรัฐ
วิสาหกิจ ร้อยละ 38.7 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 45.0 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 42.7 และลูกจ้าง
รับจ้าง ทำสวน ร้อยละ 50.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้าน มีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 29.2 และค้าขาย ร้อยละ 47.7

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก
จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลที่เลือกซื้อ สินค้า ที่ร้านค้าปลีก	อาชีพ							
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือแม่ บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ถูกจ้าง, รับจ้าง, ทำสวน
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีความเชื่อถือ	16 (4.0)	15 (3.8)	7 (1.8)	9 (2.3)	16 (4.0)	16 (4.0)	14 (3.5)	5 (1.3)
มีการส่งสินค้า	9 (2.3)	6 (1.5)	5 (1.3)	4 (1.0)	13 (3.3)	6 (1.5)	7 (1.8)	2 (0.5)
ราคาสินค้าไม่แพง	43 (10.8)	33 (8.3)	12 (3.0)	12 (3.0)	32 (8.0)	26 (6.5)	33 (8.3)	9 (2.3)
มีสินค้าเฉพาะอย่าง(ที่ ไม่มีขายในร้านอื่น	30 (7.5)	12 (3.0)	6 (1.5)	2 (0.5)	16 (4.0)	10 (2.5)	21 (5.3)	2 (0.5)
ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ ทำงาน	57 (14.3)	57 (14.3)	23 (5.8)	17 (4.3)	56 (14.1)	32 (8.0)	65 (16.3)	18 (4.5)
มีพนักงานคอยให้ บริการ	11 (2.8)	5 (1.3)	3 (0.8)	1 (0.3)	7 (1.8)	3 (0.8)	5 (1.3)	4 (1.0)
ความสะอาดของร้าน	18 (4.5)	10 (2.5)	3 (0.8)	5 (1.3)	10 (2.5)	3 (0.8)	6 (1.5)	3 (0.8)
มีการจัดเรียงสินค้าเป็น ระเบียบ	23 (5.8)	6 (1.5)	5 (1.3)	4 (1.0)	11 (2.8)	4 (1.0)	6 (1.5)	5 (1.3)
มีที่จอดรถ	9 (2.3)	9 (2.3)	5 (1.3)	4 (1.0)	9 (2.3)	11 (2.8)	10 (2.5)	1 (0.3)
มีการให้เครดิตลูกค้า	10 (2.5)	6 (1.5)	6 (1.5)	1 (0.3)	10 (2.5)	7 (1.8)	12 (3.0)	3 (0.8)
มีความเป็นกันเองกับ ลูกค้า	33 (8.3)	31 (7.8)	14 (3.5)	9 (2.3)	38 (9.5)	31 (7.8)	39 (9.8)	6 (1.5)
อื่นๆ	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0.3)	1 (0.3)	0 (0)

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เป็นร้านที่ซื้อเป็นประจำ ส่งเสริมผู้ค้าปลีก

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพมีเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เพราะใกล้บ้านหรือที่ทำงาน นักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 14.3 ข้าราชการ ร้อยละ 14.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5.8 พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 4.3 ค้าขาย ร้อยละ 14.1 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 8.0 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 16.3 และ ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 51 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตามบริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า จำแนกตามอาชีพ

บริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า	อาชีพ								
	นักเรียนหรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือแม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
บริเวณตลาดสด	43 (59.7)	55 (84.6)	22 (71.0)	21 (87.5)	51 (78.5)	31 (77.5)	52 (69.3)	23 (88.5)	298 (74.9)
บริเวณป้ายรถเมล์ ชุมชน	17 (23.6)	5 (7.7)	6 (19.4)	2 (8.3)	5 (7.7)	3 (7.5)	12 (16.0)	3 (11.5)	53 (13.3)
บริเวณสถานีราชการ	3 (4.2)	2 (3.1)	2 (6.5)	0 (0)	2 (3.1)	1 (2.5)	1 (1.3)	0 (0)	11 (2.8)
บริเวณหมู่บ้าน	9 (12.5)	3 (4.6)	1 (3.2)	1 (4.2)	7 (10.8)	5 (12.5)	10 (13.3)	0 (0)	36 (9.0)
รวม	72 (100.0)	65 (100.0)	31 (100.0)	24 (100.0)	65 (100.0)	40 (100.0)	75 (100.0)	26 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกตั้งอยู่บริเวณตลาดสด นักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 59.7 ข้าราชการ ร้อยละ 84.6 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 71.0 พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 87.5 ค้าขาย ร้อยละ 78.5 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 77.5 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 69.3 และ ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน ร้อยละ 88.5

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า
จำแนกตามอาชีพ

ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า	อาชีพ								
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือแม่ บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
5.00-8.00 น.	3 (4.2)	4 (6.2)	0	4 (16.7)	2 (3.1)	3 (7.5)	1 (1.3)	0 (0)	17 (4.3)
8.01-11.00 น.	8 (11.1)	4 (6.2)	3 (9.7)	3 (12.5)	21 (32.3)	7 (17.5)	13 (17.3)	8 (30.8)	67 (16.8)
11.01-14.00 น.	10 (13.9)	2 (3.1)	8 (25.8)	2 (8.3)	16 (24.6)	4 (10.0)	10 (13.3)	3 (11.5)	55 (13.8)
14.01-17.00 น.	23 (31.9)	17 (26.2)	9 (29.0)	5 (20.8)	8 (12.3)	6 (15.0)	5 (6.7)	5 (19.2)	78 (19.6)
17.01-20.00 น.	21 (29.2)	31 (47.7)	11 (35.5)	9 (37.5)	12 (18.5)	17 (42.5)	44 (58.7)	8 (30.8)	153 (38.4)
ไม่แน่นอน,เมื่อของ ขาด	7 (9.7)	7 (10.8)	0 (0)	1 (4.2)	6 (9.2)	3 (7.5)	2 (2.7)	2 (7.7)	28 (7.0)
รวม	72 (100.0)	65 (100.0)	31 (100.0)	24 (100.0)	65 (100.0)	40 (100.0)	75 (100.0)	26 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ซื้อสินค้าใน
ช่วงเวลา คือ 14.01-17.00 น. ร้อยละ 31.9

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพข้าราชการ ซื้อสินค้าในช่วงเวลาคือ เวลา 17.01-20.00 น.
ร้อยละ 47.7 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 35.5 พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 37.5 เจ้าของกิจการ
ร้อยละ 42.5 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 58.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ซื้อสินค้าในช่วงเวลาคือ 8.01-11.00 น. ร้อยละ 32.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน ซื้อสินค้าในช่วงเวลาคือ 8.01-11.00 น.
และ 17.01-20.00 น. ร้อยละ 30.8

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อครั้ง จำแนกตามอาชีพ

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้า ร้านค้าปลีกต่อครั้ง	อาชีพ								
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือแม่ บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 50 บาท	18 (25.0)	8 (12.3)	5 (16.1)	4 (16.7)	6 (9.2)	3 (7.5)	9 (12.0)	3 (11.5)	56 (14.1)
51-100 บาท	35 (48.6)	20 (30.8)	7 (22.6)	6 (25.0)	20 (30.8)	8 (20.0)	28 (37.3)	12 (46.2)	136 (34.2)
101-500 บาท	16 (22.2)	30 (46.2)	19 (61.3)	10 (41.7)	35 (53.8)	20 (50.0)	33 (44.0)	9 (34.6)	172 (43.2)
501-1,000 บาท	1 (1.4)	4 (6.2)	0 (0)	1 (4.2)	3 (4.6)	6 (15.0)	5 (6.7)	2 (7.7)	22 (5.5)
มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	2 (2.8)	3 (4.6)	0 (0)	3 (12.5)	1 (1.5)	3 (7.5)	0 (0)	0 (0)	12 (3.0)
รวม	72 (100.0)	65 (100.0)	31 (100.0)	24 (100.0)	65 (100.0)	40 (100.0)	75 (100.0)	26 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ซื้อสินค้าร้านค้าปลีกต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 51-100 บาท ร้อยละ 48.6 ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน ร้อยละ 46.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ซื้อสินค้าร้านค้าปลีกต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 101-500 บาท ร้อยละ 46.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 61.3 พ่อบ้านแม่บ้าน ร้อยละ 41.7 ค้าขาย ร้อยละ 53.8 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 50.0 และพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 44.0

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก	รวม								
	นักเรียน หรือ นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือ แม่บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการทุกวัน	20 (27.8)	7 (10.8)	3 (9.7)	7 (29.2)	28 (43.1)	6 (15.0)	14 (18.7)	1 (3.8)	86 (21.6)
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	13 (18.1)	12 (18.5)	1 (3.2)	4 (16.7)	10 (15.4)	6 (15.0)	11 (14.7)	2 (7.7)	59 (14.8)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	25 (34.7)	22 (33.8)	18 (58.1)	9 (37.5)	22 (33.8)	23 (57.5)	35 (46.7)	14 (53.8)	168 (42.2)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	6 (8.3)	16 (24.6)	3 (9.7)	1 (4.2)	4 (6.2)	3 (7.5)	11 (14.7)	4 (15.4)	48 (12.1)
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	8 (11.1)	8 (12.3)	6 (19.4)	3 (12.5)	1 (1.5)	2 (5.0)	4 (5.3)	5 (19.2)	37 (9.3)
รวม	72 (100.0)	65 (100.0)	31 (100.0)	24 (100.0)	65 (100.0)	40 (100.0)	75 (100.0)	26 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา มีความคิดเห็นจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ร้อยละ 34.7 ข้าราชการ ร้อยละ 33.8 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 58.1 พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ร้อยละ 37.5 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 57.5 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 46.7 ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน ร้อยละ 53.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย มีความคิดเห็นจะมาใช้บริการร้านค้าปลีกอีก โดยมาใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 43.1

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องความนิยม
ร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับการยอมรับในอนาคต จำแนกตามอาชีพ

ความนิยม ของร้านค้า ปลีกใน อนาคต	อาชีพ								
	นักเรียน หรือนัก ศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พ่อบ้าน หรือแม่ บ้าน	ค้าขาย	เจ้าของกิจการ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ลูกจ้าง,รับ จ้าง,ทำ สวน	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพิ่มขึ้นมาก	24 (33.3)	8 (12.3)	8 (25.8)	7 (29.2)	18 (27.7)	8 (20.0)	14 (18.7)	5 (19.2)	92 (23.1)
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	27 (37.5)	29 (44.6)	17 (54.8)	10 (41.7)	24 (36.9)	14 (35.0)	32 (42.7)	18 (69.2)	171 (43.0)
ไม่เพิ่มขึ้น	13 (18.1)	12 (18.5)	4 (12.9)	4 (16.7)	16 (24.6)	14 (35.0)	21 (28.0)	1 (3.8)	85 (21.4)
ลดลง	8 (11.1)	16 (24.6)	2 (6.5)	3 (12.5)	7 (10.8)	4 (10.0)	8 (10.7)	2 (7.7)	50 (12.6)
รวม	72 (100.0)	65 (100.0)	31 (100.0)	24 (100.0)	65 (100.0)	40 (100.0)	75 (100.0)	26 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 55 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พ่อบ้านหรือแม่บ้าน ค้าขาย พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน มีความเห็นว่าความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับการยอมรับในอนาคตเพิ่มขึ้นมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ มีความคิดเห็นในเรื่องความนิยมร้านค้าปลีกใน อำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับการยอมรับในอนาคตเพิ่มขึ้นเล็กน้อยและอาจจะไม่เพิ่มขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ และ ลูกจ้าง รับจ้าง ทำสวน มีความเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับการยอมรับในอนาคตเพิ่มขึ้นเล็กน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย มีความเห็นเกี่ยวกับความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอ กระทุ่มแบนจะได้รับการยอมรับในอนาคตเพิ่มขึ้นเล็กน้อย และไม่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตามรายได้

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
คุณภาพของสินค้า	3.27 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
สินค้านี้ให้เลือกลหลายประเภท	3.18 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
สินค้านี้ให้เลือกลหลายขนาด	3.12 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
สินค้านี้ให้เลือกลหลายยี่ห้อ	3.11 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	2.64 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
รวม	3.06 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.06) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.10) โดยมีความพึงพอใจสินค้านี้ให้เลือกลหลายประเภท มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.33

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.09) โดยมีความพึงพอใจคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.32

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง (3.18) โดยมีความพึงพอใจคุณภาพของสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.38

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (3.14) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.39



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านราคา
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านราคา	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
ราคาสินค้า	2.94 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
มีการติดป้ายแสดงราคา	2.95 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.49 (น้อย)	2.74 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.23 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
มีส่วนลดเงินสด	2.87 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)
สามารถต่อรองราคาได้	3.05 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)
มีการให้เครดิตกับลูกค้า	2.86 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.47 (น้อย)	3.39 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
รวม	2.98 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 50,000 บาท มีความพึงพอใจด้าน
ราคา ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.98) โดยมีความพึงพอใจต่อสินค้ามีหลายระดับราคา
ให้เลือก มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.23

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาทความพึงพอใจด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม
ระดับปานกลาง (2.92) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.10

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ความพึงพอใจด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.81) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.24

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ความพึงพอใจด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.84) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.18

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 30,000 บาท ความพึงพอใจด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (3.17) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้า มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.30

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 central design is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the border.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
สถานที่ตั้งร้าน	3.02 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีบริการที่จอดรถ	2.47 (ปานกลาง)	2.45 (น้อย)	1.96 (น้อย)	2.15 (น้อย)	2.26 (น้อย)	2.30 (น้อย)
มีการจัดสินค้าภายในร้าน	2.95 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	2.81 (ปานกลาง)
ความสะอาดของร้าน	2.97 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในร้าน	2.85 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
การจัดหน้าร้าน	2.84 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
การขนส่งสินค้า	2.80 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
เวลาเปิดร้าน	3.28 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)
เวลาปิดร้าน	3.15 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.78 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
รวม	2.93 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.93) โดยมีความพึงพอใจต่อเวลาเปิดร้าน มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.93) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้าน มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.75) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้าน มากเป็นอันดับแรก
โดยมีค่าเฉลี่ย 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัด
จำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.79) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้าน มากเป็น
อันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.21

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 30,000 บาท ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.93) โดยมีความพึงพอใจเวลาเปิดร้าน มากเป็นอันดับแรก
โดยมีค่าเฉลี่ย 3.70

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 oil lamp (diya) with a flame. 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 59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
การบริการของพนักงานขาย	2.86 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.97 (น้อย)	3.17 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)
การโฆษณา	2.54 (ปานกลาง)	2.52 (น้อย)	2.30 (น้อย)	2.50 (ปานกลาง)	2.35 (น้อย)	2.46 (น้อย)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลด ราคา ของแถม	2.85 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)	2.62 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
การประชาสัมพันธ์ เช่น มีการจัด ชมรมผู้ค้าปลีก	2.37 (น้อย)	2.32 (น้อย)	2.02 (น้อย)	2.21 (น้อย)	2.22 (น้อย)	2.25 (น้อย)
รวม	2.65 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.36 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	2.59 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.65) โดยมีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.86

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.60) โดยมีความพึงพอใจการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาของแถม มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.83

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับน้อย (2.36) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขาย มากเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด
ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.57) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขายมาก
เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 2.97

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด
ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมระดับปานกลาง (2.59) โดยมีความพึงพอใจการบริการของพนักงานขายมากเป็น
อันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.17



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก
จำแนกตามรายได้

ความถี่ในการใช้บริการร้านค้า ปลีก	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการทุกวัน	36 (28.1)	37 (31.9)	15 (15.5)	7 (20.6)	2 (8.7)	97 (24.4)
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	14 (10.9)	18 (15.5)	8 (8.2)	7 (20.6)	2 (8.7)	49 (12.3)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	46 (35.9)	41 (35.3)	40 (41.2)	13 (38.2)	11 (47.8)	151 (37.9)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	15 (11.7)	14 (12.1)	19 (19.6)	4 (11.8)	5 (21.7)	57 (14.3)
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	17 (13.3)	6 (5.2)	15 (15.5)	3 (8.8)	3 (13.0)	44 (11.1)
รวม	128 (100.0)	116 (100.0)	97 (100.0)	34 (100.0)	23 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 60 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ มีความถี่ในการมาใช้บริการที่ร้านค้า
ปลีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 35.9 รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ
35.3 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 41.2 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 38.2 และมาก
กว่า 30,000 บาท ร้อยละ 47.8

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก
จำแนกตามรายได้

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	รายได้ต่อเดือน				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีความเชื่อ	31 (7.8)	29 (7.3)	22 (5.5)	9 (2.3)	7 (1.8)
มีการส่งสินค้า	15 (3.8)	17 (4.3)	2.9 (0.7)	2 (0.5)	4 (1.0)
ราคาสินค้าไม่แพง	66 (16.6)	58 (14.6)	43 (10.8)	21 (5.3)	12 (3.0)
มีสินค้าเฉพาะอย่าง(ที่ไม่มีขายในร้านอื่น)	35 (8.8)	35 (8.8)	20 (5.0)	6 (1.5)	3 (0.8)
ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	94 (23.6)	95 (23.9)	86 (21.6)	32 (8.0)	18 (4.5)
มีพนักงานคอยให้บริการ	18 (4.5)	14 (3.5)	11 (2.9)	3 (0.8)	2 (0.5)
ความสะอาดของร้าน	29 (7.3)	15 (3.8)	1 (0.4)	3 (0.8)	0 (0)
มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	31 (7.8)	19 (4.8)	10 (2.5)	3 (0.8)	1 (0.3)
มีที่จอดรถ	14 (3.5)	14 (3.5)	17 (4.3)	6 (1.5)	7 (1.8)
มีการให้เครดิตลูกค้า	19 (4.8)	23 (5.8)	5 (1.3)	0 (0)	8 (2.0)
มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	55 (13.8)	58 (14.6)	44 (11.1)	24 (6.0)	20 (5.0)
อื่นๆ ได้แก่ เป็นร้านที่ซื้ออยู่ประจำ	0 (0)	0 (0)	1 (0.3)	1 (0.3)	0 (0)

จากตารางที่ 61 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้มีเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เพราะใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 23.6 รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 23.9 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 21.6 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 8.0 และมากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับบริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า จำแนกตามรายได้

บริเวณร้านค้าปลีกที่ซื้อสินค้า	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
บริเวณตลาดสด	89 (69.5)	91 (78.4)	78 (80.4)	26 (76.5)	14 (60.9)	298 (74.9)
บริเวณป้ายรถเมล์/ตัดชุมชน	24 (18.8)	9 (7.8)	10 (10.3)	3 (8.8)	7 (30.4)	53 (13.3)
บริเวณสถานที่ราชการ	3 (2.3)	3 (2.6)	4 (4.1)	1 (2.9)	0 (0)	11 (2.8)
อื่นๆ ได้แก่ บริเวณหมู่บ้าน	12 (9.4)	13 (11.2)	5 (5.2)	4 (11.8)	2 (8.7)	36 (9.0)
รวม	128 (100.0)	116 (100.0)	97 (100.0)	34 (100.0)	23 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 62 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกตั้งอยู่ บริเวณตลาดสด รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 69.5 รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 78.4 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 80.4 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 76.5 และมากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 60.9

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า
จำแนกตามรายได้

ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้า	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
5.00-8.00 น.	5.0 (3.9)	4.0 (3.4)	4.0 (4.1)	1.0 (2.9)	3.0 (13.0)	17.0 (4.3)
8.01-11.00 น.	24.0 (18.8)	26.0 (22.4)	9.0 (9.3)	6.0 (17.6)	2.0 (8.7)	67.0 (16.8)
11.01-14.00 น.	17.0 (13.3)	18.0 (15.5)	14.0 (14.4)	3.0 (8.8)	3.0 (13.0)	55.0 (13.8)
14.01-17.00 น.	36.0 (28.1)	13.0 (11.2)	21.0 (21.6)	7.0 (20.6)	1.0 (4.3)	78.0 (19.6)
17.01-20.00 น.	35.0 (27.3)	44.0 (37.9)	46.0 (47.4)	15.0 (44.1)	13.0 (56.5)	153.0 (38.4)
อื่นๆ ได้แก่ ไม่นั่งนอน เมื่อของขาด	11 (8.6)	11 (9.5)	3 (3.1)	2 (5.9)	1 (4.3)	28 (7.0)
รวม	128 (100.0)	116 (100.0)	97 (100.0)	34 (100.0)	23 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 63 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าช่วงเวลา 14.01-17.00 น. รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 28.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อช่วงเวลา 17.01-20.00 น. รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 37.9 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 47.4 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 44.1 และรายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 56.5

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับจำนวนเงินที่ซื้อสินค้า
ร้านค้าปลีกต่อครั้ง จำแนกตามรายได้

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้าน ค้าปลีกต่อครั้ง	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 50 บาท	30 (23.4)	13 (11.2)	10 (10.3)	1 (2.9)	2 (8.7)	56 (14.1)
51-100 บาท	52 (40.6)	38 (32.8)	32 (33.0)	8 (23.5)	6 (26.1)	136 (34.2)
101-500 บาท	39 (30.5)	57 (49.1)	46 (47.4)	18 (52.9)	12 (52.2)	172 (43.2)
501-1,000 บาท	3 (2.3)	5 (4.3)	6 (6.2)	6 (17.6)	2 (8.7)	22 (5.5)
มากกว่า 1,000 บาท ขึ้นไป	4 (3.1)	3 (2.6)	3 (3.1)	1 (2.9)	1 (4.3)	12 (3.0)
รวม	128 (100.0)	116 (100.0)	97 (100.0)	34 (100.0)	23 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน
51-100 บาท ที่รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 40.6

ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน 101-500 บาท ที่รายได้
5,001-10,000 บาท ร้อยละ 49.1 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 47.4 รายได้ 20,001-30,000
บาท ร้อยละ 52.9 และรายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 52.2

ตารางที่ 65 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นจะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามรายได้

ความคิดเห็นจะมาใช้บริการ	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการทุกวัน	35 (27.3)	28 (24.1)	15 (15.5)	5 (14.7)	3 (13.0)	86 (21.6)
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	21 (16.4)	20 (17.2)	10 (10.3)	6 (17.6)	2 (8.7)	59 (14.8)
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	47 (36.7)	45 (38.8)	45 (46.4)	18 (52.9)	13 (56.5)	168 (42.2)
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	11 (8.6)	16 (13.8)	16 (16.5)	3 (8.8)	2 (8.7)	48 (12.1)
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	14 (10.9)	7 (6.0)	11 (11.3)	2 (5.9)	3 (13.0)	37 (9.3)
รวม	128 (100.0)	116 (100.0)	97 (100.0)	34 (100.0)	23 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้ จะมาใช้บริการที่ร้านค้าปลีกอีก สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ที่รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 36.7 รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 38.8 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 46.4 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 52.9 และรายได้มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 56.5

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนจะได้รับการอย่างไรในอนาคต จำแนกตามรายได้

ความนิยมร้านค้าปลีก ในอำเภอกระทุ่มแบน ในอนาคต	รายได้ต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพิ่มขึ้นมาก	30 (23.4)	34 (29.3)	20 (20.6)	6 (17.6)	2 (8.7)	92 (23.1)
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	62 (48.4)	47 (40.5)	38 (39.2)	16 (47.1)	8 (34.8)	171 (43.0)
ไม่เพิ่มขึ้น	19 (14.8)	19 (16.4)	26 (26.8)	10 (29.4)	11 (47.8)	85 (21.4)
ลดลง	17 (13.3)	16 (13.8)	13 (13.4)	2 (5.9)	2 (8.7)	50 (12.6)
รวม	128 (100.0)	116 (100.0)	97 (100.0)	34 (100.0)	23 (100.0)	398 (100.0)

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับความนิยมของร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนในอนาคต จะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ที่รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 48.4 รายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 40.5 รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 39.2 รายได้ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 47.1

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับความนิยมของร้านค้าปลีกในอำเภอกระทุ่มแบนในอนาคต จะไม่เพิ่มขึ้น ที่รายได้ มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 47.8