

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งสอบถามผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอโพธาราม และมาใช้ร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการศึกษา ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

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

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อร้านค้าปลีก ในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ในด้านความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก ด้านความพึงพอใจและด้านพฤติกรรม

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ (ตารางที่ 9 - 13)

2.2 ด้านความรู้สึก ความพึงพอใจ (ตารางที่ 14 - 19)

2.3 ด้านพฤติกรรม (ตารางที่ 20 - 33)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้

3.1 จำแนกตาม เพศ (ตารางที่ 34- 45)

3.2 จำแนกตาม อายุ (ตารางที่ 46 - 57)

3.3 จำแนกตาม รายได้ (ตารางที่ 58 - 69)

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 70)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำบลที่อาศัย

ตำบลที่อาศัยอยู่	จำนวน	ร้อยละ
โพธาราม	45	11.25
หนองโพ	20	5.00
คลองตากุด	36	9.00
บ้านซ้อง	25	6.25
บ้านสิงห์	35	8.75
ท่าชุมพล	21	5.25
บางโตนด	15	3.75
บ้านเลือก	29	7.25
สร้อยฟ้า	15	3.75
คลองข่อย	14	3.50
ธรรมเสน	19	4.75
หนองกวาง	11	2.75
ชำแระ	18	4.50
คอนทราย	22	5.50
เจ็ดเสมียน	17	4.25
เขาขวาง	15	3.75
เตาปูน	18	4.50
เขาชะงุ้ม	25	6.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 แสดงตำบลที่อยู่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามตามวิธีการเก็บข้อมูล แบบโควตาประกอบด้วยตำบลโพธาราม ร้อยละ 11.25 รองลงมาตำบลคลองตากค ร้อยละ 9.00 ตำบลบ้านสิงห์ ร้อยละ 8.75 ตำบลบ้านลึก ร้อยละ 7.25 ตำบลเขาชะงุ้ม ร้อยละ 6.25 ตำบลบ้านหนอง ร้อยละ 6.25 ตำบลคอนทราย ร้อยละ 5.50 ตำบลท่าชุมพล ร้อยละ 5.25 ตำบลหนองโพ ร้อยละ 5.00 ตำบลธรรมเสน ร้อยละ 4.75 ตำบลชำแระ ร้อยละ 4.50 ตำบลเตาปูน ร้อยละ 4.50 ตำบลเจ็ดเสมียน ร้อยละ 4.25 ตำบลศรีร้อยฟ้า ร้อยละ 3.75 ตำบลบางโตนด ร้อยละ 3.75 ตำบลเขาขวาง ร้อยละ 3.75 ตำบลคลองข่อย ร้อยละ 3.50 และตำบลหนองกวาง ร้อยละ 2.75

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	156	39.00
หญิง	244	61.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.00 และเพศชาย ร้อยละ 39.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	35	8.75
21 – 30 ปี	108	27.00
31 – 40 ปี	100	25.00
41 – 50 ปี	102	25.50
51 – 60 ปี	54	13.50
61 ปีขึ้นไป	1	0.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 21 – 30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 27.00 รองลงมา มีอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 25.50 อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 25.00 อายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 54.00 อายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 8.75 และอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 0.25

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	22	5.50
มัธยมต้น	47	11.75
มัธยมปลาย / ปวช.	62	15.50
อนุปริญญา / ปวส.	65	16.25
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	191	47.75
สูงกว่าปริญญาตรี	13	3.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มากที่สุด ร้อยละ 47.75 รองลงมา อนุปริญญา / ปวส. ร้อยละ 16.25 การศึกษาระดับมัธยมปลาย / ปวช. ร้อยละ 15.50 การศึกษาระดับมัธยมต้น ร้อยละ 11.75 การศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 5.50 และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.25

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	54	13.50
ข้าราชการ	145	36.25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	3.75
พนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน	59	14.75
รับจ้างทั่วไป	52	13.00
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	19	4.75
ธุรกิจส่วนตัว	48	12.00
อื่น ๆ ได้แก่ แม่ค้า / เกษตรกร	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ ร้อยละ 36.25 รองลงมาคืออาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 14.75 อาชีพนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 13.50 อาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 13.00 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 12.00 อาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน ร้อยละ 4.75 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 3.75 และอาชีพแม่ค้า / เกษตรกร ร้อยละ 2.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	93	23.25
5,001 – 10,000 บาท	132	33.00
10,001 – 20,000 บาท	85	21.25
20,001 – 30,000 บาท	63	15.75
30,001 – 40,000 บาท	22	5.50
มากกว่า 40,001 บาท	5	1.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 33.00 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 23.25 รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 21.25 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 15.75 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 5.50 และรายได้ มากกว่า 40,001 บาท ร้อยละ 1.25

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	136	34.00
สมรส	261	65.25
อื่นๆ ได้แก่ หย่าร้าง หม้าย	3	0.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 65.25 รองลงมาเป็นผู้ที่เป็นโสด ร้อยละ 34.00 และอื่นๆ ได้แก่ หย่าร้าง หม้าย ร้อยละ 0.75

## ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม

### 2.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการมีร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการมีร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม	จำนวน	ร้อยละ
มี	400	100.00
ไม่มี	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจว่าในอำเภอโพธาราม มีร้านค้าปลีก ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบราคาสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม

สินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
ของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ชา กาแฟ ฯลฯ	320	80.00
เครื่องเขียน แบบพิมพ์ เช่น ดินสอ ปากกา ยางลบ สมุด ฯลฯ	203	50.75
ของใช้ส่วนตัว ของใช้ทั่วไป เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยา กระจกผก น้ำยาล้างห้องน้ำ ฯลฯ	347	86.75
อื่นๆ ได้แก่ ขนมปั่นสด บัตร์เติมเงินโทรศัพท์	24	6.00

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าสินค้าที่จำหน่ายในร้านค้าปลีก ในอำเภอโพธาราม มากที่สุดคือ สินค้าประเภทของใช้ส่วนตัว ของใช้ทั่วไป เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยา กระจกผก น้ำยาล้างห้องน้ำ ฯลฯ ร้อยละ 86.75 รองลงมาสินค้าประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวสาร อาหารแห้ง น้ำปลา น้ำตาล ชา กาแฟ ฯลฯ ร้อยละ 80.00 สินค้าประเภทเครื่องเขียน แบบพิมพ์ เช่น ดินสอ ปากกา ยางลบ สมุด ฯลฯ ร้อยละ 50.75 และสินค้าประเภทอื่นๆ ได้แก่ ขนมปั่นสด บัตร์เติมเงินโทรศัพท์ ร้อยละ 6.00



ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าปลีก ในอำเภอโพธาราม

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	64	16.00
ป้ายร้านค้า	240	60.00
เพื่อน , คนรู้จักบอกต่อ	192	48.00
ญาติ พี่น้อง สมาชิกในครอบครัว	183	45.75
อื่นๆ ได้แก่ รู้จักเอง เห็นเอง	6	1.50

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าปลีกในอำเภอโพธารามจากสื่อที่เป็นป้ายร้านค้ามากที่สุด ร้อยละ 60.00 รองลงมาทราบจากเพื่อน คนรู้จักบอกต่อ ร้อยละ 48.00 ทราบจากญาติ พี่น้อง สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 45.75 ทราบจากวิทยุ ร้อยละ 16.00 และอื่นๆ ได้แก่ รู้จักเอง เห็นเอง ร้อยละ 1.50

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเรื่องราคาของร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม เมื่อเทียบกับร้านค้าเดสคานส์โตร์ เช่น บิ๊กซี โลตัส

ราคาของร้านค้าปลีกเมื่อเทียบกับร้านค้าเดสคานส์โตร์	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าปลีกมีราคาถูกลงกว่า	119	29.75
ร้านค้าปลีกมีราคาแพงกว่า	79	19.75
พอๆกัน	202	50.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ทราบว่าระหว่างร้านค้าปลีกกับร้านค้าสะดวกซื้อที่มีราคาพอๆ กัน ร้อยละ 50.50 รองลงมาเห็นว่าราคาของร้านค้าปลีกมีราคาถูกลงกว่า ร้อยละ 29.75 และเห็นว่าร้านค้าปลีกมีราคาแพงกว่า ร้อยละ 19.75

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเรื่องคุณภาพสินค้าของร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม เมื่อเทียบกับร้านดิสเคาน์สโตร์

ความคิดเห็นคุณภาพของสินค้าระหว่าง ร้านค้าปลีกกับร้านดิสเคาน์สโตร์	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าปลีกมีคุณภาพดีกว่า	55	13.75
ร้านค้าปลีกมีคุณภาพด้อยกว่า	35	8.75
มีคุณภาพพอ ๆ กัน	310	77.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าคุณภาพสินค้าในร้านค้าปลีกมีคุณภาพพอกับร้านดิสเคาน์สโตร์ ร้อยละ 77.50 รองลงมา คือ ร้านค้าปลีกมีคุณภาพดีกว่า ร้อยละ 13.75 และสินค้าของร้านค้าปลีกมีคุณภาพด้อยกว่า ร้อยละ 8.75

## 2.2 ด้านความพึงพอใจ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความรู้สึกรู้สึกความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีกด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
คุณภาพของสินค้า	41 (10.25)	222 (55.50)	129 (32.25)	8 (2.00)	- (-)	3.74	พอใจมาก	1
สินค้ามีให้เลือก หลายประเภท	46 (11.50)	210 (52.50)	118 (29.50)	26 (6.50)	- (-)	3.69	พอใจมาก	2
สินค้ามีให้เลือก หลายขนาด	38 (9.50)	206 (51.50)	129 (32.25)	27 (6.75)	- (-)	3.64	พอใจมาก	3
สินค้ามีให้เลือก หลายยี่ห้อ	34 (8.50)	193 (48.25)	139 (34.75)	30 (7.50)	4 (1.00)	3.56	พอใจมาก	4
บริการคืนหรือ เปลี่ยนสินค้า	35 (8.75)	119 (29.75)	161 (40.25)	56 (14.00)	29 (7.25)	3.19	ปานกลาง	5
รวม						3.56	พอใจมาก	

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก เรียงลำดับดังนี้ คุณภาพของสินค้า สินค้ามีให้เลือกหลายประเภท สินค้ามีให้เลือกหลายขนาด และสินค้ามีให้เลือกหลายยี่ห้อ และพอใจปานกลาง คือ บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความรู้สึกรู้สึกความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีกด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	44 (11.00)	186 (46.50)	152 (38.00)	16 (4.00)	2 (0.50)	3.64	พอใจมาก	1
มีหลายระดับราคาให้เลือก	29 (7.25)	172 (43.00)	160 (40.00)	34 (8.50)	5 (1.25)	3.47	พอใจมาก	2
มีการติดป้ายราคาสินค้า	35 (8.75)	153 (38.25)	167 (41.75)	36 (9.00)	9 (2.25)	3.42	ปานกลาง	3
มีคู่มือส่วนลดเงินสด	30 (7.50)	86 (21.50)	161 (40.25)	90 (22.50)	33 (8.25)	2.98	ปานกลาง	4
สามารถใช้บัตรเครดิตได้	34 (8.50)	56 (14.00)	99 (24.75)	85 (21.25)	126 (31.50)	2.47	น้อยที่สุด	5
รวม						3.20	ปานกลาง	

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20) โดยในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก คือ ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และมีหลายระดับราคาให้เลือก ในระดับปานกลาง คือ มีการติดป้ายแสดงราคาสินค้า และมีคู่มือส่วนลดเงินสด ในระดับพอใจน้อยที่สุดคือ สามารถใช้บัตรเครดิตได้

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความรู้สึก ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีกด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย	แปลผล	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้ บ้าน/ที่ทำงาน	75 (18.75)	187 (46.75)	121 (30.25)	16 (4.00)	1 (0.25)	3.8	พอใจมาก	1
เวลาเปิดร้าน	48 (12.00)	179 (44.75)	144 (36.00)	25 (6.25)	4 (1.00)	3.61	พอใจมาก	2
เวลาปิดร้าน	50 (12.50)	174 (43.50)	143 (35.75)	27 (6.75)	6 (1.50)	3.59	พอใจมาก	3
ความสะอาดของร้าน	37 (9.25)	186 (46.50)	154 (38.50)	18 (4.50)	5 (1.25)	3.58	พอใจมาก	4
มีบริเวณให้บริการที่จอดรถ	55 (13.75)	155 (38.75)	143 (35.00)	43 (10.75)	4 (1.00)	3.54	พอใจมาก	5
มีบริการส่งสินค้า	23 (5.75)	104 (26.00)	193 (48.25)	63 (15.75)	17 (4.25)	3.13	ปานกลาง	6
รวม						3.54	พอใจมาก	

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก เรียงลำดับ คือ สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เวลาปิดร้าน เวลาเปิดร้าน ความสะอาดของร้าน มีบริเวณให้บริการที่จอดรถ และในระดับปานกลาง คือ มีบริการส่งสินค้า

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความรู้สึกร  
ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้าปลีกด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย	แปลผล	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
การให้บริการของ พนักงานขาย	36 (9.00)	119 (29.75)	195 (48.75)	39 (9.75)	11 (2.75)	3.32	ปานกลาง	1
กิจกรรมารยาของ พนักงานขาย	25 (6.25)	128 (32.00)	201 (50.25)	37 (9.25)	9 (2.25)	3.31	ปานกลาง	2
การแนะนำสินค้าของ พนักงานฯ	28 (7.00)	125 (31.25)	184 (46.00)	49 (12.25)	14 (3.50)	3.26	ปานกลาง	3
เอกสารแนะนำร้านค้า	39 (9.75)	93 (23.25)	189 (47.25)	54 (13.50)	25 (6.25)	3.17	ปานกลาง	4
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของแถม	30 (7.50)	110 (27.50)	174 (43.50)	63 (15.75)	23 (5.75)	3.15	ปานกลาง	5
การโฆษณาร้านค้าปลีก	26 (6.50)	77 (19.25)	213 (53.25)	71 (17.75)	13 (3.25)	3.08	ปานกลาง	6
รวม						3.22	ปานกลาง	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ คือ การให้บริการของพนักงานขาย กิจกรรมารยาของพนักงานขาย การแนะนำสินค้าของพนักงานฯ เอกสารแนะนำร้านค้า การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของแถม และการโฆษณาร้านค้าปลีก

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความรู้สึกร  
ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปลีกด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้ำปลีก

ด้านภาพลักษณ์ของ องค์กรร้านค้ำปลีก	ระดับความพึงพอใจ					ค่า เฉลี่ย	แปลผล	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดี	78 (19.50)	163 (40.75)	115 (28.75)	30 (7.50)	14 (3.50)	3.65	พอใจมาก	1
เป็นที่รวมสินค้า หลากหลาย	64 (16.00)	173 (43.25)	124 (31.00)	32 (8.00)	7 (1.75)	3.64	พอใจมาก	2
บรรยากาศภายใน ร้านน่าซื้อ	50 (12.50)	174 (43.50)	144 (36.00)	27 (6.75)	5 (1.25)	3.59	พอใจมาก	3
การจัดตกแต่งหน้า ร้าน	49 (12.25)	166 (41.50)	151 (37.75)	30 (7.50)	4 (1.00)	3.57	พอใจมาก	4
มีสินค้าประเภท คนรุ่นเก่า	34 (8.50)	165 (41.25)	147 (36.75)	47 (11.75)	7 (1.75)	3.43	ปานกลาง	5
รวม						3.58	พอใจมาก	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้ำปลีก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.58) ในรายละเอียดมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก เรียงลำดับ คือ มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นที่รวมสินค้าหลากหลายมาให้บริการใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน บรรยากาศภายในร้านน่าซื้อสินค้าการจัดตกแต่งหน้าร้าน และมีสินค้าประเภทคนรุ่นเก่า เช่น ยาตีฟันวิเศษนิยม รุ่งอรุณ แป้งน้ำ ฯลฯ



**ตารางที่ 19** แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปลี

ส่วนประสมการค้ำปลี	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรค้ำปลี	3.58	พอใจมาก	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.56	พอใจมาก	2
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.54	พอใจมาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.22	ปานกลาง	4
ปัจจัยด้านราคา	3.20	ปานกลาง	5

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการค้ำปลีของร้านค้ำปลีในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ

ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรค้ำปลี โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.22 )

ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20)

### 2.3 ด้านพฤติกรรม

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก

ความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	33	8.25
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	91	22.75
สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง	34	8.50
สัปดาห์ละครั้ง	78	19.50
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	29	7.25
ไม่แน่นอน	135	33.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แน่นอน ร้อยละ 33.75 รองลงมา มาใช้บริการสัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง ร้อยละ 22.75 ใช้บริการสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 19.50 ใช้บริการสัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง ร้อยละ 8.50 ใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 8.25 และใช้บริการน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 7.25

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านค้าปลีกที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด

ร้านค้าปลีกที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา	218	54.50
ร้านซีเจ.รวมถึงสาขา	111	27.75
ร้านค้าอื่นๆทั่วไป	71	17.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบไปใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา ร้อยละ 54.50 รองลงมา คือ ร้านซีเจ.รวมถึงสาขา ร้อยละ 27.75 และร้านค้าอื่นๆทั่วไป ร้อยละ 17.75

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านค้าปลีกที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด และรองลงมา

ร้านค้าปลีกที่ไปใช้บริการรองลงมา	ร้านค้าปลีกที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด		
	ร้านโพธารามสโตร์ จำนวน (ร้อยละ)	ร้านซีเจ. จำนวน (ร้อยละ)	ร้านค้าอื่น ๆ จำนวน (ร้อยละ)
ร้านโพธารามสโตร์	0 (0.0)	82 (73.87)	42 (59.15)
ร้านซีเจ.	114 (52.29)	0 (0.0)	29 (40.85)
ร้านค้าอื่น ๆ	104 (47.71)	29 (26.13)	0 (0.0)
<b>รวม</b>	<b>218</b> <b>(100.00)</b>	<b>111</b> <b>(100.00)</b>	<b>71</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่ร้านโพธารามสโตร์ บ่อยที่สุด จำนวน 218 คน ไปใช้บริการที่ร้าน ซีเจ ร้อยละ 52.29 และร้านค้าอื่น ๆ ร้อยละ 47.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่ร้านซีเจ. บ่อยที่สุดจำนวน 111 คนไปใช้บริการที่ร้านโพธารามสโตร์ ร้อยละ 73.87และร้านค้าอื่น ๆ ร้อยละ 26.13

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการที่ร้านค้าอื่น ๆ บ่อยที่สุดจำนวน 71 คน ไปใช้บริการที่ร้านโพธารามสโตร์ ร้อยละ 59.15และร้านซีเจ. ร้อยละ 40.85

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ไปใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม

เหตุผลที่ไปใช้บริการ	ร้านค้าที่ไปบ่อยที่สุด			
	ร้านโพธารามสตรี จำนวน (ร้อยละ)	ร้านซี.เจ. จำนวน (ร้อยละ)	ร้านค้าอื่น ๆ จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)
ราคาสินค้าถูก	122 (43.26)	76 (56.72)	42 (56.76)	240 (48.98)
มีความเป็นกันเอง	60 (21.28)	24 (17.91)	18 (24.32)	102 (20.82)
ความกระตือรือร้นและการบริการ	16 (5.67)	7 (5.22)	2 (2.70)	25 (5.10)
สินค้าใหม่ มีให้เลือกมาก	52 (18.44)	19 (14.18)	6 (8.10)	77 (15.71)
การจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	24 (8.51)	7 (5.22)	2 (2.70)	33 (6.73)
อื่น ๆ ได้แก่ เป็นทางผ่าน ใกล้บ้าน	8 (2.84)	1 (0.75)	4 (5.42)	13 (2.66)
<b>รวม</b>	<b>282</b> <b>(100.00)</b>	<b>134</b> <b>(100.00)</b>	<b>74</b> <b>(100.00)</b>	<b>490</b> <b>(100.00)</b>

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่าลูกค้าที่ไปใช้บริการที่ร้านโพธารามสตรี มีเหตุผลในการไปใช้บริการคือ ราคาสินค้าถูก มีความเป็นกันเอง สินค้าใหม่ มีให้เลือกมาก

ลูกค้าที่ไปใช้บริการที่ร้านซี.เจ. มีเหตุผลในการไปใช้บริการคือ ราคาสินค้าถูก มีความเป็นกันเอง สินค้าใหม่ มีให้เลือกมาก

ลูกค้าที่ไปใช้บริการที่ร้านค้าอื่น ๆ มีเหตุผลในการไปใช้บริการคือ ราคาสินค้าถูก มีความเป็นกันเอง สินค้าใหม่ มีให้เลือกมาก

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสินค้าส่วนใหญ่ที่ซื้อจากร้านค้าปลีก

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ครีมบำรุงผิว แป้ง	317	79.25
ของใช้ภายในครัว อาหารสำเร็จรูป เช่น ข้าวสาร น้ำปลา น้ำตาล น้ำมันพืช บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เครื่องกระป๋อง ฯลฯ	268	67.00
ของใช้ทั่วไป เช่น ผงซักฟอก น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน ยาฉีดกันยุง ฯลฯ	236	59.00
เครื่องดื่ม เช่น น้ำหวาน น้ำอัดลม น้ำผลไม้ ชา กาแฟ นม ฯลฯ	227	56.75
อื่นๆ ได้แก่ ขนมปังสด บัตร์โทรศัพท์ หลอดไฟ	12	3.00

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผม ครีมบำรุงผิว แป้ง ฯลฯ ร้อยละ 79.25 รองลงมา คือ ของใช้ภายในครัว อาหารสำเร็จรูป เช่น ข้าวสาร น้ำปลา น้ำตาล น้ำมันพืช บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เครื่องกระป๋อง ฯลฯ ร้อยละ 67.00 ของใช้ทั่วไป เช่น ผงซักฟอก น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน ยาฉีดกันยุง ฯลฯ ร้อยละ 59.00 เครื่องดื่ม เช่น น้ำหวาน น้ำอัดลม น้ำผลไม้ ชา กาแฟ นม ฯลฯ ร้อยละ 56.75 และ อื่นๆ ได้แก่ ขนมปังสด บัตร์โทรศัพท์ หลอดไฟ ร้อยละ 3.00

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก

เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / ตลาดสด	245	61.25
ราคาสินค้าไม่แพง บางครั้งราคาถูกกว่า	227	56.75
มีความคุ้นเคย เชื่อถือมานาน	173	43.25
ไม่ต้องเสียเวลาน้ำมันรถไปซื้อสินค้าที่ดิสเคาน์สโตร โมเดิร์นฯ	105	26.25
มีความเป็นกันเองกับลูกค้า	90	22.50
มีที่จอดรถ	85	21.25
มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	80	20.00
ความสะอาดของร้านค้าปลีก	74	18.50
มีบริการส่งสินค้า	67	16.75
มีสินค้าเฉพาะอย่าง (ที่ร้านค้าอื่นไม่มี)	60	15.00
ไม่ต้องเสียเงินซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่ได้ตั้งใจไว้	58	14.50
มีพนักงานคอยให้บริการแนะนำ	46	11.50
อื่นๆ ได้แก่ เป็นทางผ่าน สะดวก หาร้านง่าย	7	1.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก เพราะ ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน / ตลาดสด มากที่สุด ร้อยละ 61.25 รองลงมา ได้แก่ ราคาสินค้าไม่แพง บางครั้งราคาถูกกว่า ร้อยละ 56.75 มีความคุ้นเคย เชื่อถือมานาน ร้อยละ 43.25 ไม่ต้องเสียเวลา / น้ำมันรถ ไปซื้อสินค้าที่ดิสเคาน์สโตร โมเดิร์นเทรด ร้อยละ 26.25 มีความเป็นกันเองกับลูกค้า ร้อยละ 22.50 มีที่จอดรถ ร้อยละ 21.25 มีการจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ ร้อยละ 20.00 ความสะอาดของร้านค้าปลีก ร้อยละ 18.50 มีบริการส่งสินค้า ร้อยละ 16.75 มีสินค้าเฉพาะอย่าง (ที่ร้านอื่นไม่มี) ร้อยละ 15.00 ไม่ต้องเสียเงินซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่ได้ตั้งใจไว้ ร้อยละ 14.50 มีพนักงานคอยให้บริการแนะนำ ร้อยละ 11.50 และอื่นๆ ได้แก่ เป็นทางผ่าน ร้อยละ 1.75

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก

ช่วงเวลาที่ซื้อสินค้าจากร้านปลีก	จำนวน	ร้อยละ
6.00 – 8.00 น.	8	2.00
8.01 – 11.00 น.	28	7.00
11.01 – 14.00 น.	54	13.50
14.01 – 17.00 น.	103	25.75
17.01 – 21.00 น.	195	48.75
อื่นๆ ได้แก่ 5.00 น.	12	3.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 17.01 – 21.00 น. ร้อยละ 48.75 รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลา 14.01 – 17.00 น. ร้อยละ 25.75 ช่วงเวลา 11.01 – 14.00 น. ร้อยละ 13.50 ช่วงเวลา 8.01 – 11.00 น. ร้อยละ 7.00 ช่วงเวลา อื่นๆ ได้แก่ 5.00 น. ร้อยละ 3.00 และ 6.00 – 8.00 น. ร้อยละ 2.00



ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่อ 1 ครั้ง

จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	64	16.00
101 – 500 บาท	233	58.25
501 – 800 บาท	49	12.25
801 – 1,000 บาท	24	6.00
1,001 บาทขึ้นไป	30	7.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกครั้งละ 101 – 500 บาทมากที่สุด ร้อยละ 58.25 รองลงมาคือ ครั้งละไม่เกิน 100 บาท ร้อยละ 16.00 ครั้งละ 501 – 800 บาท ร้อยละ 12.25 ครั้งละ 1,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 7.50 และ ครั้งละ 801 – 1,000 บาท ร้อยละ 6.00

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการมาใช้บริการซ้ำที่ร้านค้ำปลีก

การมาใช้บริการซ้ำที่ร้านค้ำปลีก	จำนวน	ร้อยละ
มาใช้บริการทุกวัน	40	10.00
สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง	58	14.50
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	104	26.00
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	113	28.25
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง	74	18.50
ไม่มาอีกเลยถ้าไม่จำเป็น	11	2.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการร้านค้ำปลีกอีกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 28.25 รองลงมา คือ สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง ร้อยละ 26.00 น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 18.50 สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง ร้อยละ 14.50 มาใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 10.00 และไม่มาอีกเลยถ้าไม่จำเป็น ร้อยละ 2.75

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่  
น่าสนใจ

การส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
การลดราคา	298	74.50
แจกของแถม	221	55.25
คูปองลดเงินสด	73	18.25
ส่งชิงโชค	47	11.75
อื่นๆ เช่น ไม่สนใจมากนัก ของใช้หมดก็ซื้อเลย	11	2.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจการส่งเสริมการขายการลดราคามาก  
ที่สุด ร้อยละ 74.50 รองลงมา คือ แจกของแถม ร้อยละ 55.25 คูปองลดเงินสด ร้อยละ 18.25  
ส่งชิงโชค ร้อยละ 11.75 และอื่นๆ เช่น ไม่สนใจมากนัก ของใช้หมดก็ซื้อเลย ร้อยละ 2.75

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อมีการส่งเสริมการขายกับการ  
สนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก

ผลของการส่งเสริมการขายที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจซื้อ	337	84.25
ไม่สนใจซื้อ	13	3.25
เฉยๆ	50	12.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 30 พบว่า เมื่อมีการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจซื้อสินค้าที่  
ร้านค้าปลีกมากที่สุด ร้อยละ 84.25 รองลงมา คือ เฉยๆ ร้อยละ 12.50 และไม่สนใจซื้อ ร้อยละ  
3.25

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อสินค้า จากร้านค้าปลีกในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์

แหล่งที่ซื้อสินค้าในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกัน	จำนวน	ร้อยละ
จากร้านค้าปลีก	129	32.25
จากร้านดิสเคาน์สโตร์	41	10.25
แล้วแต่โอกาส	230	57.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์แล้วแต่โอกาส มากที่สุด ร้อยละ 57.50 รองลงมา คือ จากร้านค้าปลีก ร้อยละ 32.25 และจากร้านดิสเคาน์สโตร์ ร้อยละ 10.25

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญด้านบริการ และ ราคาสินค้า

ความสำคัญด้านบริการและราคาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบริการ	129	32.25
ด้านราคาสินค้า	271	67.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ด้านราคาสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 67.75 รองลงมา คือ ด้านบริการ ร้อยละ 32.25

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
ความนิยมร้านค้าปลีกในอำเภอโพธารามในอนาคต

ความนิยมในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มขึ้นมาก	62	15.50
เพิ่มขึ้นเล็กน้อย	82	20.50
ไม่เพิ่มขึ้น	51	12.75
ลดลงมาก	85	21.25
ลดลงเล็กน้อย	116	29.00
อื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน	4	1.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่าร้านค้าปลีกในอำเภอโพธารามในอนาคตจะได้รับความนิยมลดลงเล็กน้อย ร้อยละ 29.00 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าได้รับความนิยมลดลงมาก ร้อยละ 21.25 ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 20.50 ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก ร้อยละ 15.50 ได้รับความนิยมไม่เพิ่มขึ้น ร้อยละ 12.75 และอื่นๆ ได้แก่ ไม่แน่นอน ร้อยละ 1.00

**ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน**

**3.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ(ตารางที่34-ตารางที่45)**

**ตารางที่ 34** แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
คุณภาพของสินค้า	3.73 (พอใจมาก)	3.75 (พอใจมาก)
สินค้าที่มีให้เลือกหลายประเภท	3.71 (พอใจมาก)	3.68 (พอใจมาก)
สินค้าที่มีให้เลือกหลายขนาด	3.62 (พอใจมาก)	3.65 (พอใจมาก)
สินค้าที่มีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.51 (พอใจมาก)	3.59 (พอใจมาก)
บริการคืน หรือ เปลี่ยนสินค้า	3.29 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.57</b> (พอใจมาก)	<b>3.56</b> (พอใจมาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใจมาก (3.57และ 3.56) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.73และ 3.75 และมีสินค้าให้เลือกหลายประเภทหลายขนาด เหมือนกัน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.66 ( พอใจมาก )	3.62 ( พอใจมาก )
มีการติดป้ายราคาสินค้า	3.45 ( ปานกลาง )	3.41 ( ปานกลาง )
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.46 ( ปานกลาง )	3.47 ( ปานกลาง )
มีคูปองส่วนลดเงินสด	3.00 ( ปานกลาง )	2.96 ( ปานกลาง )
สามารถใช้บัตรเครดิตได้	2.53 ( ปานกลาง )	2.43 ( ปานกลาง )
<b>รวม</b>	<b>3.22</b> ( ปานกลาง )	<b>3.18</b> ( ปานกลาง )

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับปานกลาง (3.22) โดยมีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมีความพึงพอใจด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับปานกลาง (3.18) โดยมีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.62

สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ มากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามเพศ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย	หญิง
สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	3.76 ( พอใจมาก )	3.82 ( พอใจมาก )
มีบริเวณไว้บริการที่จอดรถ	3.51 ( พอใจมาก )	3.55 ( พอใจมาก )
ความสะอาดของร้าน	3.59 ( พอใจมาก )	3.57 ( พอใจมาก )
มีบริการส่งสินค้า	3.17 ( ปานกลาง )	3.11 ( ปานกลาง )
เวลาเปิดร้าน	3.56 ( พอใจมาก )	3.64 ( พอใจมาก )
เวลาปิดร้าน	3.53 ( พอใจมาก )	3.63 ( พอใจมาก )
รวม	3.52 ( พอใจมาก )	3.55 ( พอใจมาก )

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับพอใจมาก (3.52) โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับพอใจมาก (3.55) โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงานมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82

สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจด้าน สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงานมากที่สุด เหมือนกัน



ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด  
จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
เอกสารแนะนำร้านค้า	3.23 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
การให้บริการของพนักงานขาย	3.34 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)
การแนะนำสินค้าของพนักงานขาย	3.26 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
กิจกรรมรยาทของพนักงานขาย	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
การโฆษณาร้านค้าปลีก	3.14 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของแถม	3.27 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.26</b> (ปานกลาง)	<b>3.18</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับปานกลาง (3.26) โดยมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานขาย มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.34

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับปานกลาง (3.18) โดยมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานขาย มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.32

สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานขายมากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กร  
ร้านค้าปลีก จำแนกตามเพศ

ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก	เพศ	
	ชาย	หญิง
การจัดตกแต่งหน้าร้าน	3.62 ( พอใจมาก )	3.53 ( พอใจมาก )
บรรยากาศภายในร้านนำซื้อสินค้า	3.63 ( พอใจมาก )	3.57 ( พอใจมาก )
มีสินค้าประเภทคนรุ่นเก่า เช่น ยาสีฟันวิเศษ นิยม รุ่งอรุณ แป้งน้ำ ฯลฯ	3.47 ( ปานกลาง )	3.40 ( ปานกลาง )
เป็นที่รวมสินค้าหลากหลายมาให้บริการใกล้ บ้าน ใกล้ที่ทำงาน	3.67 ( พอใจมาก )	3.62 ( พอใจมาก )
มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น	3.69 ( พอใจมาก )	3.63 ( พอใจมาก )
<b>รวม</b>	<b>3.62</b> ( พอใจมาก )	<b>3.55</b> ( พอใจมาก )

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์  
ขององค์กรร้านค้าปลีกที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับพอใจมาก (3.62) โดยมีความ พึงพอใจด้าน  
มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีกที่  
มีค่าเฉลี่ยโดยรวม ในระดับพอใจมาก (3.55) โดยมีความพึงพอใจด้านมีความเป็นกันเองรู้จักกันดีกับ  
คนในท้องถิ่น มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.63

สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจด้านมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับ  
คนในท้องถิ่น มากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้ำปลีก จำแนกตามเพศ

ด้านความถี่ในการมาใช้ บริการร้านค้ำปลีก	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละ	จำนวน
มาใช้บริการทุกวัน	13	8.33	20	8.15
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	37	23.72	54	22.13
สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง	15	9.62	19	7.79
สัปดาห์ละครั้ง	27	17.31	51	20.85
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	13	8.33	16	6.55
ไม่แน่นอน	51	32.69	84	34.43
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>	<b>244</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายมีความถี่ในการใช้บริการร้านค้ำปลีก ไม่แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 32.69

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงมีความถี่ในการใช้บริการร้านค้ำปลีกไม่แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 34.43

สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความถี่ในการใช้บริการร้านค้ำปลีกไม่แน่นอน มากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับร้านค้าปลีกที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุดในอำเภอโพธาราม จำแนกตามเพศ

ร้านค้าปลีกที่ชอบใช้ บริการมากที่สุด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา	74	47.44	144	59.02
ร้านซีเจ.รวมถึงสาขา	45	28.84	66	27.05
ร้านค้าอื่นๆ	37	23.72	34	13.93
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>	<b>244</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายมีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีกร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา มากที่สุด ร้อยละ 47.44

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงมีความถี่ในการใช้บริการที่ร้านค้าปลีก ร้านโพธาราม สโตร์รวมถึงสาขามากที่สุด ร้อยละ 59.02

สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความถี่ในการใช้บริการร้านค้าปลีกร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขามากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลที่ชอบไปใช้บริการที่ร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด โดยจำแนกตามเพศ

ชอบไปใช้บริการที่ร้านค้าปลีกบ่อยที่สุดเพราะ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสินค้าถูก	83	53.21	153	62.70
มีความเป็นกันเอง	43	27.56	59	24.18
ความกระตือรือร้นและการบริการ	5	3.21	20	8.20
สินค้าใหม่และมีให้เลือกมาก	24	15.38	53	21.72
การจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	7	4.49	26	10.66
อื่นๆ ได้แก่ เป็นทางผ่านกลับบ้าน / ใกล้ที่ทำงาน	5	3.21	8	3.28

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย 156 ราย เพศหญิง 244 ราย

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายชอบไปใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด เพราะราคาสินค้าถูก มากที่สุด ร้อยละ 53.21

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงชอบไปใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด เพราะราคาสินค้าถูก มากที่สุด ร้อยละ 62.70

สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ชอบไปใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด เพราะราคาสินค้าถูก มากที่สุดเหมือนกัน

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก  
จำแนกตามเพศ

ด้านจำนวนเงินที่ซื้อ สินค้าที่ร้านค้าปลีก	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	31	19.87	33	13.52
101 – 500 บาท	89	57.05	144	59.02
501 – 800 บาท	22	14.10	29	11.89
801 – 1,000 บาท	4	2.56	20	8.15
1,001 บาทขึ้นไป	10	6.41	18	7.38
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>	<b>244</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จำนวนที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ 101 – 500 บาท ร้อยละ 57.05

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง จำนวนที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกมากที่สุด คือ 101 – 500 บาท ร้อยละ 59.02

สรุป คือ ทั้งเพศหญิงและเพศชาย จำนวนที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก มากที่สุด คือ 101 – 500 บาท เหมือนกัน

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อมีการส่งเสริมการขาย ด้วยการสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามเพศ

เมื่อมีการส่งเสริมการขายกับการสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สนใจซื้อ	130	83.33	207	84.84
ไม่สนใจซื้อ	5	3.21	8	3.28
อื่นๆ	21	13.46	29	11.89
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>	<b>244</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 43 พบว่า เมื่อมีการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพิ่ม ร้อยละ 83.33

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพิ่ม ร้อยละ 84.84

สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกเพิ่ม เหมือนกัน

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จำแนกตามเพศ

แหล่งที่ซื้อสินค้าในกรณีที่ ราคาสินค้าใกล้เคียงกัน	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จากร้านค้าปลีก	57	36.54	72	29.51
จากร้านดิสเคาน์สโตร์	24	15.38	17	6.97
แล้วแต่โอกาส	75	48.08	155	63.52
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>	<b>244</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าแล้วแต่โอกาส มากที่สุด ร้อยละ 48.08

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าแล้วแต่โอกาส มากที่สุด ร้อยละ 63.52

สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าแล้วแต่โอกาส มากที่สุด เหมือนกัน



ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการให้ความสำคัญของการให้บริการที่ดี และราคาสินค้า จำแนกตามเพศ

การให้ความสำคัญของ การให้บริการที่ดี และราคาสินค้า	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบริการ	46	29.49	83	34.02
ด้านราคาสินค้า	110	70.51	161	65.98
รวม	156	100.00	244	100.00

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้ามากที่สุด ร้อยละ 70.51

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 65.98  
สรุป คือ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด  
เหมือนกัน

### 3.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ( ตารางที่ 46 – ตารางที่ 57 )

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
คุณภาพของสินค้า	3.66 ( พอใจมาก )	3.89 ( พอใจมาก )	3.71 ( พอใจมาก )	3.68 ( พอใจมาก )	4.32 ( พอใจมาก )
สินค้าที่มีให้เลือกหลายประเภท	3.71 ( พอใจมาก )	3.81 ( พอใจมาก )	3.62 ( พอใจมาก )	3.66 ( พอใจมาก )	3.81 ( พอใจมาก )
สินค้าที่มีให้เลือกหลายขนาด	3.43 ( ปานกลาง )	3.74 ( พอใจมาก )	3.50 ( ปานกลาง )	3.69 ( พอใจมาก )	3.86 ( พอใจมาก )
สินค้าที่มีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.60 ( พอใจมาก )	3.65 ( พอใจมาก )	3.41 ( ปานกลาง )	3.60 ( พอใจมาก )	3.77 ( พอใจมาก )
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.23 ( ปานกลาง )	3.28 ( ปานกลาง )	2.99 ( ปานกลาง )	3.22 ( ปานกลาง )	3.98 ( พอใจมาก )
รวม	3.52 ( พอใจมาก )	3.67 ( พอใจมาก )	3.44 ( ปานกลาง )	3.57 ( พอใจมาก )	3.94 ( พอใจมาก )

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.52) โดยมีความพึงพอใจต่อสินค้าที่มีให้เลือกหลายประเภทเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.67) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.44) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.57) โดยมีความพึงพอใจต่อสินค้าที่มีให้เลือกหลายขนาด เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.94) โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.32

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.60 (พอใจมาก)	3.71 (พอใจมาก)	3.55 (พอใจมาก)	3.63 (พอใจมาก)	3.83 (พอใจมาก)
มีการคิดป้ายราคาสินค้า	3.29 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.78 (พอใจมาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.34 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.83 (พอใจมาก)
มีคู่มือส่วนลดเงินสด	2.69 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.54 (พอใจมาก)
สามารถใช้บริการเครดิตได้	2.06 (พอใจน้อย)	2.39 (ปานกลาง)	2.33 (พอใจน้อย)	2.67 (ปานกลาง)	3.67 (พอใจมาก)
รวม	2.99 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.73 (พอใจมาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (2.99) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.20) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.11) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.23) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.73) โดยมีความพึงพอใจต่อราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และมีหลายระดับราคาให้เลือกเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.83

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
สถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	4.00 (พอใจมาก)	3.89 (พอใจมาก)	3.79 (พอใจมาก)	3.67 (พอใจมาก)	3.87 (พอใจมาก)
มีบริเวณให้บริการที่จอดรถ	3.43 (ปานกลาง)	3.64 (พอใจมาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.55 (พอใจมาก)	3.76 (พอใจมาก)
ความสะดวกของร้าน	3.57 (พอใจมาก)	3.70 (พอใจมาก)	3.51 (พอใจมาก)	3.59 (พอใจมาก)	3.72 (พอใจมาก)
มีบริการส่งสินค้า	2.94 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.55 (พอใจมาก)
เวลาเปิดร้าน	3.77 (พอใจมาก)	3.68 (พอใจมาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.61 (พอใจมาก)	3.78 (พอใจมาก)
เวลาปิดร้าน	3.77 (พอใจมาก)	3.74 (พอใจมาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.53 (พอใจมาก)	3.78 (พอใจมาก)
รวม	3.58 (พอใจมาก)	3.64 (พอใจมาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.52 (พอใจมาก)	3.74 (พอใจมาก)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.58) โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.64) โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.45) โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.52) โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย รวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.74) โดยมีความพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.87



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
เอกสารแนะนำร้านค้า	2.86 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.52 (พอใจมาก)
การให้บริการของพนักงานขาย	3.34 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.69 (พอใจมาก)
การแนะนำสินค้าของพนักงานขาย	3.34 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.66 (พอใจมาก)
กิจกรรมการขายของพนักงานขาย	3.49 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	4.21 (พอใจมาก)
การโฆษณาร้านค้าปลีก	3.03 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	4.14 (พอใจมาก)
การส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของแถม	3.23 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.67 (พอใจมาก)
รวม	3.21 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.68 (พอใจมาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.81 (พอใจมาก)

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.21) โดยมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการขายของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.49

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.20) โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.34

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.68) โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.25

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.27) โดยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานขาย และกิจกรรมการขายของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.33

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.81) โดยมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการขายของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.21

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก  
จำแนกตามอายุ

ด้านภาพลักษณ์ของ องค์กรร้านค้าปลีก	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
การจัดตกแต่งหน้าร้าน	3.57 (พอใจมาก)	3.60 (พอใจมาก)	3.51 (พอใจมาก)	3.58 (พอใจมาก)	3.78 (พอใจมาก)
บรรยากาศภายในร้านน่าซื้อสินค้า	3.69 (พอใจมาก)	3.65 (พอใจมาก)	3.52 (พอใจมาก)	3.53 (พอใจมาก)	3.83 (พอใจมาก)
มีสินค้าประเภทคนรุ่นเก่า เช่น ยาสี ฟันวิเศษนิยม รุ่งอรุณ แป้งน้ำ ฯลฯ	3.51 (พอใจมาก)	3.52 (พอใจมาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	4.26 (พอใจมาก)
เป็นที่รวมสินค้าหลากหลายมา ให้บริการใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน	3.91 (พอใจมาก)	3.77 (พอใจมาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.57 (พอใจมาก)	4.30 (พอใจมาก)
มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคน ในท้องถิ่น	3.97 (พอใจมาก)	3.79 (พอใจมาก)	3.57 (พอใจมาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.39 (พอใจมาก)
รวม	3.73 (พอใจมาก)	3.66 (พอใจมาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	4.11 (พอใจมาก)

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ไม่เกิน 20 ปี มีความพึงพอใจด้าน  
ภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.73) โดยมีความพึงพอใจ  
ต่อ มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 – 30 ปี มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้า  
ปลีก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (3.66) โดยมีความพึงพอใจต่อมีความเป็นกันเอง รู้จักกัน  
ดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.79

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 – 40 ปี มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้า  
ปลีก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.47) โดยมีความพึงพอใจต่อมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดี  
กับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้า  
ปลีก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง (3.49) โดยมีความพึงพอใจต่อ การจัดตกแต่งหน้าร้าน  
เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กร  
ร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ พอใจมาก (4.11) โดยมีความพึงพอใจต่อ มีความเป็นกันเอง  
รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.39



ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความถี่ ในการมาใช้บริการ ร้านค้าปลีก จำแนกตามอายุ

ความถี่ในการมาใช้ บริการร้านค้าปลีก	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการทุกวัน	2 (5.72)	7 (6.48)	11 (11.00)	7 (6.86)	6 (10.91)
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	12 (34.28)	26 (24.07)	19 (19.00)	23 (22.54)	11 (20.00)
สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง	4 (11.43)	18 (16.66)	4 (4.00)	4 (3.92)	4 (7.27)
สัปดาห์ละครั้ง	5 (14.28)	24 (22.22)	20 (20.00)	20 (19.61)	9 (16.36)
น้อยกว่าสัปดาห์ ละครั้ง	2 (5.72)	6 (5.55)	8 (8.00)	11 (10.78)	2 (3.64)
ไม่แน่นอน	10 (28.57)	27 (25.00)	38 (38.00)	37 (36.27)	23 (41.82)
<b>รวม</b>	<b>35</b> <b>(100.00)</b>	<b>108</b> <b>(100.00)</b>	<b>100</b> <b>(100.00)</b>	<b>102</b> <b>(100.00)</b>	<b>55</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ไม่เกิน 20 ปี มีความถี่ในการมาใช้  
บริการร้านค้าปลีก สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 34.28

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21 – 30 ปี มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกไม่  
แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 25.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกไม่  
แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 38.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกไม่  
แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 36.27

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกไม่  
แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 41.82



ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการที่ร้านค้าปลีกใน  
อำเภอโพธาราม ที่ชอบไปใช้บริการบ่อยที่สุด จำแนกตามอายุ

การใช้บริการร้านค้าปลีกที่ชอบใช้ บริการบ่อยที่สุด	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	จำนวน ( ร้อยละ )	จำนวน ( ร้อยละ )	จำนวน ( ร้อยละ )	จำนวน ( ร้อยละ )	จำนวน ( ร้อยละ )
ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา	19 ( 54.28 )	61 ( 56.48 )	51 ( 51.00 )	57 ( 55.88 )	30 ( 54.54 )
ร้านซีเจ.รวมถึงสาขา	6 ( 17.14 )	29 ( 26.85 )	34 ( 34.00 )	29 ( 28.43 )	13 ( 23.63 )
ร้านค้าอื่นๆทั่วไป	10 ( 28.57 )	18 ( 16.67 )	15 ( 15.00 )	16 ( 15.69 )	12 ( 21.83 )
รวม	35 ( 100.00 )	108 ( 100.00 )	100 ( 100.00 )	102 ( 100.00 )	55 ( 100.00 )

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ไม่เกิน 20 ปี ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา มากที่สุด ร้อยละ 54.28

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21 – 30 ปี ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา มากที่สุด ร้อยละ 56.48

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา มากที่สุด ร้อยละ 51.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา มากที่สุด ร้อยละ 55.88

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา มากที่สุด ร้อยละ 54.54

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา มากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อเหตุผลในการใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม ที่ชอบไปใช้บริการน้อยที่สุด

ร้านค้าปลีกที่ชอบไปใช้บริการ น้อยที่สุดเพราะ	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ราคาสินค้าถูก	20 (48.78)	68 (51.90)	64 (52.03)	57 (47.11)	31 (41.89)
มีความเป็นกันเอง	11 (26.83)	16 (12.21)	29 (23.58)	30 (24.79)	16 (21.62)
ความกระตือรือร้นและการบริการ	1 (2.44)	5 (3.82)	6 (4.87)	6 (4.96)	7 (9.46)
สินค้าใหม่และมีให้เลือกมาก	6 (14.63)	27 (20.61)	15 (12.20)	20 (16.53)	9 (12.16)
การจัดเรียงสินค้าเป็นระเบียบ	2 (4.88)	11 (8.40)	7 (5.70)	6 (4.96)	7 (9.46)
อื่นๆ เช่น สะดวก เป็นทางผ่านใน การเดินทาง ใกล้บ้าน	1 (2.44)	4 (3.06)	2 (1.62)	2 (1.65)	4 (5.41)
รวม	41 (100.00)	131 (100.00)	123 (100.00)	121 (100.00)	74 (100.00)

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ไม่เกิน 20 ปี ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกน้อยที่สุดในตารางที่ 52 เพราะ ราคาสินค้าถูก มากที่สุด ร้อยละ 48.78

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21 – 30 ปี ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกน้อยที่สุดในตารางที่ 52 เพราะ ราคาสินค้าถูก มากที่สุด ร้อยละ 51.90

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกน้อยที่สุดในตารางที่ 52 เพราะ ราคาสินค้าถูก มากที่สุด ร้อยละ 52.03

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกน้อยที่สุดในตารางที่ 52 เพราะ ราคาสินค้าถูก มากที่สุด ร้อยละ 47.11

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกน้อยที่สุดในตารางที่ 52 เพราะ ราคาสินค้าถูก มากที่สุด ร้อยละ 41.89

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอายุ ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกน้อยที่สุดในตารางที่ 52 เพราะ ราคาสินค้าถูก มากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อการซื้อ 1 ครั้ง จำแนกตามอายุ

จำนวนที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 100 บาท	15 (42.85)	23 (21.30)	13 (13.00)	9 (8.82)	4 (7.27)
101 – 500 บาท	15 (42.85)	63 (58.33)	64 (64.00)	60 (58.82)	31 (56.36)
501 – 800 บาท	2 (5.72)	12 (11.11)	9 (9.00)	15 (14.72)	11 (20.00)
801 – 1,000 บาท	1 (2.86)	7 (6.48)	3 (3.00)	9 (8.82)	4 (7.27)
1,001 บาทขึ้นไป	2 (5.72)	3 (2.78)	11 (11.00)	9 (8.82)	5 (9.10)
รวม	35 (100.00)	108 (100.00)	100 (100.00)	102 (100.00)	55 (100.00)

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ไม่เกิน 20 ปี มีจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อการซื้อ 1 ครั้ง ไม่เกิน 100 บาท และ 101 – 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 42.85

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21 – 30 ปี มีจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 58.33

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 64.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 58.82

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 56.36

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อมีการส่งเสริมการขาย กับ การสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามอายุ

เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จะสนใจซื้อสินค้า ที่ร้านค้าปลีกหรือไม่	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สนใจซื้อ	28 ( 80.00 )	94 ( 87.03 )	88 ( 88.00 )	83 ( 81.37 )	44 ( 80.00 )
ไม่สนใจซื้อ	2 ( 5.72 )	0 ( 0 )	3 ( 3.00 )	5 ( 4.90 )	3 ( 5.45 )
เฉยๆ	5 ( 14.28 )	14 ( 12.97 )	9 ( 9.00 )	14 ( 13.73 )	8 ( 14.55 )
รวม	35 ( 100.00 )	108 ( 100.00 )	100 ( 100.00 )	102 ( 100.00 )	55 ( 100.00 )

จากตารางที่ 55 พบว่า เมื่อมีการส่งเสริมการขายผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ไม่เกิน 20 ปี จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก มากที่สุด ร้อยละ 80.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21 – 30 ปี เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก มากที่สุด ร้อยละ 87.03

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก มากที่สุด ร้อยละ 88.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก มากที่สุด ร้อยละ 81.37

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก มากที่สุด ร้อยละ 80.00

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก มากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีก ในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จำแนกตามอายุ

แหล่งที่ซื้อสินค้าในกรณีที่ ราคาสินค้าใกล้เคียงกัน	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
จากร้านค้าปลีก	14 (40.00)	32 (29.64)	23 (23.00)	41 (40.20)	19 (34.54)
จากร้านดิสเคาน์สโตร์	2 (5.72)	11 (10.18)	10 (10.00)	12 (11.76)	6 (10.92)
แล้วแต่โอกาส	19 (54.28)	65 (60.18)	67 (67.00)	49 (48.04)	30 (54.54)
<b>รวม</b>	<b>35 (100.00)</b>	<b>108 (100.00)</b>	<b>100 (100.00)</b>	<b>102 (100.00)</b>	<b>55 (100.00)</b>

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ไม่เกิน 20 ปี เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์แล้วแต่โอกาส มากที่สุด ร้อยละ 54.28

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21– 30 ปีเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อจากร้านที่แล้วแต่โอกาสมากที่สุดร้อยละ 60.18

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31– 40 ปีเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อจากร้านที่แล้วแต่โอกาสมากที่สุดร้อยละ 67.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41– 50 ปีเลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์จะเลือกซื้อจากร้านที่แล้วแต่โอกาสมากที่สุด ร้อยละ 48.04

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์จะเลือกซื้อจากร้านที่แล้วแต่โอกาสมากที่สุด ร้อยละ 54.54

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกในกรณีที่ ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์จะเลือกซื้อจากร้านที่แล้วแต่โอกาสมากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการให้ความสำคัญด้านการบริการ และราคาสินค้า สิ่งใดมากกว่ากัน จำแนกตามอายุ

ความสำคัญด้านบริการ และราคาสินค้า	อายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ด้านบริการ	9 (25.72)	33 (30.55)	33 (33.00)	36 (35.29)	18 (32.73)
ด้านราคาสินค้า	26 (74.28)	75 (69.45)	67 (67.00)	66 (64.71)	37 (67.27)
รวม	35 (100.00)	108 (100.00)	100 (100.00)	102 (100.00)	55 (100.00)

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 74.28

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 21 – 30 ปี ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 69.45

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 67.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 64.71

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 67.27

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด เหมือนกัน



### 3.3 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ (ตารางที่ 58 – ตารางที่ 69)

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บ.	10,001 – 20,000บ.	20,001 – 30,000บ.	มากกว่า 30,001 บ.
คุณภาพของสินค้า	3.72 (พอใจมาก)	3.84 (พอใจมาก)	3.65 (พอใจมาก)	3.71 (พอใจมาก)	3.72 (พอใจมาก)
สินค้าที่มีให้เลือกหลายประเภท	3.63 (พอใจมาก)	3.81 (พอใจมาก)	3.56 (พอใจมาก)	3.70 (พอใจมาก)	3.64 (พอใจมาก)
สินค้าที่มีให้เลือกหลายขนาด	3.56 (พอใจมาก)	3.72 (พอใจมาก)	3.54 (พอใจมาก)	3.68 (พอใจมาก)	3.67 (พอใจมาก)
สินค้าที่มีให้เลือกหลายยี่ห้อ	3.53 (พอใจมาก)	3.61 (พอใจมาก)	3.53 (พอใจมาก)	3.57 (พอใจมาก)	3.51 (พอใจมาก)
บริการคืนหรือเปลี่ยนสินค้า	3.10 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
รวม	3.51 (พอใจมาก)	3.65 (พอใจมาก)	3.48 (พอใจมาก)	3.60 (พอใจมาก)	3.54 (พอใจมาก)

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ พอใจมาก (3.51) โดยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.84

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ พอใจมาก (3.65) โดยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.84

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ พอใจมาก (3.48) โดยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ พอใจมาก (3.60) โดยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ มากกว่า 30,001 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับ พอใจมาก (3.54) โดยมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.72

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกรายได้ มีความพึงพอใจด้านคุณภาพของสินค้า เป็นอันดับแรก เหมือนกัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อด้านราคา จำแนกตามรายได้

ด้านราคา	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บ.	10,001 – 20,000 บ.	20,001 – 30,000 บ.	มากกว่า 30,001 บ.
ราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.61 (พอใจมาก)	3.71 (พอใจมาก)	3.56 (พอใจมาก)	3.67 (พอใจมาก)	3.45 (พอใจมาก)
มีการคิดป้ายราคาสินค้า	3.34 (พอใจมาก)	3.54 (พอใจมาก)	3.34 (พอใจมาก)	3.41 (พอใจมาก)	3.33 (พอใจมาก)
มีหลายระดับราคาให้เลือก	3.41 (พอใจมาก)	3.54 (พอใจมาก)	3.36 (พอใจมาก)	3.57 (พอใจมาก)	3.23 (ปานกลาง)
มีอุปสรรคส่วนลดเงินสด	2.86 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
สามารถใช้บัตรเครดิตได้	2.31 (พอใจน้อย)	2.52 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.49 (พอใจน้อย)
รวม	3.10 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.10) โดยมีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.61

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.28) โดยมีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.16) โดยมีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.56

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.27) โดยมีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ มากกว่า 30,001 บาท มีความพึงพอใจด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.07) โดยมีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.45

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกรายได้ มีความพึงพอใจด้านราคาสินค้าเหมาะสม กับคุณภาพ เป็นอันดับแรก เหมือนกัน

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บ.	10,001 – 20,000บ.	20,001 – 30,000บ.	มากกว่า 30,001บ.
สถานที่ตั้งร้านค้าปลีก ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน	3.89 (พอใจมาก)	3.86 (พอใจมาก)	3.71 (พอใจมาก)	3.75 (พอใจมาก)	3.58 (พอใจมาก)
มีบริเวณให้บริการที่จอดรถ	3.52 (พอใจมาก)	3.64 (พอใจมาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.51 (พอใจมาก)	3.51 (พอใจมาก)
ความสะดวกของร้าน	3.61 (พอใจมาก)	3.67 (พอใจมาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.65 (พอใจมาก)	3.43 (ปานกลาง)
มีบริการส่งสินค้า	3.09 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)
เวลาเปิดร้าน	3.66 (พอใจมาก)	3.71 (พอใจมาก)	3.51 (พอใจมาก)	3.54 (พอใจมาก)	3.23 (ปานกลาง)
เวลาปิดร้าน	3.67 (พอใจมาก)	3.70 (พอใจมาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (พอใจมาก)	3.28 (ปานกลาง)
รวม	3.57 (พอใจมาก)	3.64 (พอใจมาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.55 (พอใจมาก)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับพอใจมาก (3.57) โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.89

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับพอใจมาก (3.64) โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.86

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.40) โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับพอใจมาก (3.55) โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้ง ร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงานเป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ มากกว่า 30,001 บาท มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.34) โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้งร้านค้าปลีกใกล้บ้าน / ที่ทำงานเป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.55



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

ด้านการส่งเสริม การตลาด	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บ.	5,001– 10,000บ.	10,001– 20,000บ.	20,001– 30,000บ.	มากกว่า 30,001 บ.
เอกสารแนะนำร้านค้า	3.01 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
การให้บริการของ พนักงานขาย	3.29 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
การแนะนำสินค้าของ พนักงานขาย	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)
กิจกรรมรยาทของ พนักงานขาย	3.32 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
การโฆษณาร้าน ค้าปลีก	2.90 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
ส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา แจกของแถม	3.05 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.14</b> (ปานกลาง)	<b>3.28</b> (ปานกลาง)	<b>3.16</b> (ปานกลาง)	<b>3.29</b> (ปานกลาง)	<b>3.18</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.14) โดยมีความพึงพอใจด้านกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.32

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.28) โดยมีความพึงพอใจด้านเอกสารแนะนำร้านค้า และการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.37

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.16) โดยมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.22

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.29) โดยมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงานขาย เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ มากกว่า 30,001 บาท มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.18) โดยมีความพึงพอใจด้านกิจกรรมรยาทของพนักงานขายเป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.26

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก  
จำแนกตามรายได้

ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ร้านค้าปลีก	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000บ.	5,001– 10,000 บ.	10,001– 20,000บ.	20,001– 30,000บ.	มากกว่า 30,001บ.
การจัดตกแต่งหน้าร้าน	3.53 (พอใจมาก)	3.60 (พอใจมาก)	3.56 (พอใจมาก)	3.57 (พอใจมาก)	3.32 (ปานกลาง)
บรรยากาศภายในร้านนำซื้อ สินค้า	3.56 (พอใจมาก)	3.65 (พอใจมาก)	3.59 (พอใจมาก)	3.54 (พอใจมาก)	3.34 (ปานกลาง)
มีสินค้าประเภทคนรุ่นเก่า เช่น ยา สีฟันวิเศษนิ่ม รุงอรุณ แป้งน้ำ	3.39 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
เป็นที่รวมสินค้าหลากหลายมา ให้บริการใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน	3.82 (พอใจมาก)	3.65 (พอใจมาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.60 (พอใจมาก)	3.57 (พอใจมาก)
มีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับ คนในท้องถิ่น	3.75 (พอใจมาก)	3.71 (พอใจมาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.71 (พอใจมาก)	3.62 (พอใจมาก)
รวม	3.61 (พอใจมาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.57 (พอใจมาก)	3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับพอใจมาก (3.61) โดยมีความพึงพอใจด้านเป็นที่รวมสินค้าหลากหลายมาให้บริการใกล้บ้าน / ใกล้ที่ทำงาน เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.12) โดยมีความพึงพอใจด้านมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (3.48) โดยมีความพึงพอใจด้านบรรยากาศภายในร้านนำซื้อสินค้า เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับพอใจมาก (3.57) โดยมีความพึงพอใจด้านมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ มากกว่า 30,001 บาท มีความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ขององค์กรร้านค้าปลีก มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับพอใจมาก (3.66) โดยมีความพึงพอใจด้านมีความเป็นกันเอง รู้จักกันดีกับคนในท้องถิ่น เป็นอันดับแรก ร้อยละ 3.62

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความถี่ ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก จำแนกตามรายได้

ความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บ.	5,001 – 10,00 บ.	10,001 – 20,000บ.	20,001 – 30,000บ.	มากกว่า 30,001บ.
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มาใช้บริการทุกวัน	7 ( 7.53 )	11 ( 8.25 )	11 ( 12.85 )	3 ( 4.76 )	1 ( 3.65 )
สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง	17 ( 18.30 )	37 ( 28.00 )	15 ( 17.55 )	15 ( 23.81 )	7 ( 25.93 )
สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง	6 ( 6.40 )	12 ( 9.00 )	12 ( 14.05 )	2 ( 3.17 )	2 ( 7.41 )
สัปดาห์ละครั้ง	23 ( 24.70 )	26 ( 19.65 )	11 ( 12.85 )	15 ( 23.81 )	3 ( 11.11 )
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	5 ( 5.30 )	6 ( 4.50 )	10 ( 11.65 )	7 ( 11.11 )	1 ( 3.70 )
ไม่แน่นอน	35 ( 37.60 )	40 ( 30.25 )	26 ( 30.55 )	21 ( 33.33 )	13 ( 48.15 )
<b>รวม</b>	<b>93</b> <b>( 100.00 )</b>	<b>132</b> <b>( 100.00 )</b>	<b>85</b> <b>( 100.00 )</b>	<b>63</b> <b>( 100.00 )</b>	<b>27</b> <b>( 100.00 )</b>

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก ไม่แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 37.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 30.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 30.55

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีกไม่แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 33.33



ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ มากกว่า 30,001 บาท มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก ไม่แน่นอน มากที่สุด ร้อยละ 48.15

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกรายได้ มีความถี่ในการมาใช้บริการร้านค้าปลีก ไม่แน่นอน มากที่สุด เหมือนกัน

**ตารางที่ 64** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้บริการที่ร้านค้าปลีกในอำเภอโพธาราม ที่ชอบไปใช้บริการบ่อยที่สุด จำแนกตามรายได้

การใช้บริการร้านค้าปลีกที่ชอบใช้บริการบ่อยที่สุด	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บ.	10,001 – 20,000บ.	20,001 – 30,000บ.	มากกว่า 30,001 บ.
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ร้านโพธารามสโตร์ รวมถึงสาขา	28 ( 30.05 )	48 ( 36.35 )	21 ( 24.65 )	18 ( 28.50 )	10 ( 37.04 )
ร้านซีเจ.รวมถึง สาขา	40 ( 43.00 )	42 ( 31.75 )	28 ( 32.85 )	24 ( 38.05 )	8 ( 29.63 )
ร้านค้าอื่นๆทั่วไป	25 ( 26.85 )	42 ( 31.75 )	36 ( 42.35 )	21 ( 33.35 )	9 ( 33.33 )
<b>รวม</b>	<b>93</b> <b>( 100.00 )</b>	<b>132</b> <b>( 100.00 )</b>	<b>85</b> <b>( 100.00 )</b>	<b>63</b> <b>( 100.00 )</b>	<b>27</b> <b>( 100.00 )</b>

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านซีเจ.รวมถึงสาขา มากที่สุด ร้อยละ 43.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขามากที่สุด ร้อยละ 36.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านค้าอื่นๆทั่วไป มากที่สุดร้อยละ 42.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านซีเจ.รวมถึงสาขา มากที่สุด ร้อยละ 38.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ มากกว่า 30,001 บาท ชอบมาใช้บริการร้านค้าปลีกบ่อยที่สุด คือ ร้านโพธารามสโตร์รวมถึงสาขา มากที่สุด ร้อยละ 37.04

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเหตุผลที่ชอบไปใช้บริการที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามรายได้

ร้านค้าปลีกที่ชอบไปใช้ บริการ บ่อยที่สุดเพราะ	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บ.	5,001- 10,000 บ.	10,001- 20,000บ.	20,001- 30,000บ.	มากกว่า 30,001 บ.
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ราคาสินค้าถูก	240 (48.85)	89 (55.97)	44 (44.00)	30 (34.09)	13 (37.14)
มีความเป็นกันเอง	102 (20.82)	27 (16.98)	24 (24.00)	25 (28.41)	11 (31.43)
ความกระตือรือร้นและ การบริการ	25 (5.10)	7 (4.40)	5 (5.00)	8 (9.09)	3 (8.57)
สินค้าใหม่และมีให้ เลือกมาก	77 (15.71)	22 (13.84)	17 (17.00)	17 (19.32)	5 (14.29)
การจัดเรียงสินค้าเป็น ระเบียบ	33 (6.73)	10 (6.29)	6 (6.00)	7 (7.95)	1 (2.86)
อื่นๆ เช่น สะดวก ใกล้ บ้าน เป็นทางผ่าน	13 (2.65)	4 (2.52)	4 (4.00)	1 (1.14)	2 (5.71)
<b>รวม</b>	<b>490</b> <b>(100.00)</b>	<b>159</b> <b>(100.00)</b>	<b>100</b> <b>(100.00)</b>	<b>88</b> <b>(100.00)</b>	<b>35</b> <b>(100.00)</b>

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ราย

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีเหตุผลที่  
ชอบไปใช้บริการที่ร้านค้าปลีกคือ ราคาสินค้าถูก มากที่สุด ร้อยละ 48.85

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีเหตุผลที่ชอบไปใช้บริการที่  
ร้านค้าปลีกคือ ราคาสินค้าถูก ร้อยละ 55.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีเหตุผลที่ชอบไปใช้บริการที่  
ร้านค้าปลีกคือ ราคาสินค้าถูก ร้อยละ 44.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีเหตุผลที่ชอบไปใช้บริการที่  
ร้านค้าปลีกคือ ราคาสินค้าถูก ร้อยละ 34.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ มากกว่า 30,001 บาท มีเหตุผลที่ชอบไปใช้บริการที่  
ร้านค้าปลีกคือ ราคาสินค้าถูก ร้อยละ 37.14



สรุป ผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกระดับรายได้ มีเหตุผลที่ชอบไปใช้บริการที่ร้านค้าปลีก คือ ราคาสินค้าถูก

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามต่อจำนวนที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง จำแนกตามรายได้

จำนวนที่ซื้อสินค้าที่ ร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บ.	5,001 – 10,000 บ.	10,001- 20,000 บ.	20,001– 30,000 บ.	มากกว่า 30,001บ.
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ไม่เกิน 100 บาท	38 (40.75)	14 (10.61)	6 (7.06)	5 (7.94)	1 (3.70)
101 – 500 บาท	47 (50.54)	88 (66.67)	50 (58.82)	33 (52.38)	15 (55.56)
501 – 800 บาท	3 (3.23)	18 (13.64)	15 (17.65)	9 (14.29)	5 (18.52)
801 – 1,000 บาท	2 (2.15)	7 (5.30)	6 (7.06)	8 (12.70)	2 (7.41)
1,001 บาทขึ้นไป	3 (3.23)	5 (3.79)	8 (9.41)	8 (12.70)	4 (14.81)
<b>รวม</b>	<b>93</b> <b>(100.00)</b>	<b>132</b> <b>(100.00)</b>	<b>85</b> <b>(100.00)</b>	<b>63</b> <b>(100.00)</b>	<b>27</b> <b>(100.00)</b>

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท มีจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 50.54

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 66.67

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาทมากที่สุด ร้อยละ 58.82

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 52.38

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,001 บาท จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาท มากที่สุด ร้อยละ 55.56

สรุปผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก ต่อการซื้อ 1 ครั้ง 101 – 500 บาท มากที่สุด

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเมื่อมีการส่งเสริมการขายกับการสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีก จำแนกตามรายได้

เมื่อมีการส่งเสริมการขาย จะสนใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกหรือไม่	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บ.	5,001 – 10,000 บ.	10,001 – 20,000 บ.	20,001 – 30,000 บ.	มากกว่า 30,001 บ.
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สนใจซื้อ	76 (81.72)	120 (90.91)	73 (85.88)	48 (76.19)	20 (74.07)
ไม่สนใจซื้อ	4 (4.30)	3 (2.27)	5 (5.08)	1 (1.59)	0 (0)
อื่นๆ	13 (13.98)	9 (6.82)	7 (8.24)	14 (22.22)	7 (25.93)
รวม	93 (100.00)	132 (100.00)	85 (100.00)	63 (100.00)	27 (100.00)

จากตารางที่ 67 พบว่า เมื่อมีการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท จะสนใจซื้อสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 81.72

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท เมื่อมีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 90.91

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 10,001 – 20,000 บาท เมื่อมีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 85.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 20,001 – 30,000 บาท เมื่อมีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 76.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ มากกว่า 30,001 บาท เมื่อมีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 74.07

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เมื่อมีการส่งเสริมการขายจะสนใจซื้อสินค้ามากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ เลือกซื้อสินค้า จากร้านค้าปลีก ในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จำแนกตามรายได้

แหล่งที่ซื้อสินค้าในกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกัน	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000บ.	5,001–10,000บ.	10,001–20,000บ.	20,001–30,000บ.	มากกว่า30,001บ.
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
จากร้านค้าปลีก	23 (24.73)	47 (35.61)	24 (28.24)	24 (38.10)	11 (40.74)
จากร้านดิสเคาน์สโตร์	9 (9.68)	15 (11.36)	10 (11.76)	5 (7.94)	2 (7.41)
แล้วแต่โอกาส	61 (65.59)	70 (53.03)	51 (60.00)	34 (53.97)	14 (51.85)
รวม	93 (100.00)	132 (100.00)	85 (100.00)	63 (100.00)	27 (100.00)

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าจากที่ แล้วแต่โอกาส มากที่สุด ร้อยละ 65.59

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าจากที่ แล้วแต่โอกาส มากที่สุด ร้อยละ 53.03

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าจากที่ แล้วแต่โอกาส มากที่สุด ร้อยละ 60.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าจากที่ แล้วแต่โอกาส มากที่สุด ร้อยละ 53.97

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ มากกว่า 30,001 บาท เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกกรณีที่ราคาสินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสเคาน์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าจากที่ แล้วแต่โอกาส มากที่สุด ร้อยละ 51.85

สรุปผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เลือกซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกกรณีที่เรา  
สินค้าใกล้เคียงกับร้านดิสนีย์สโตร์ จะเลือกซื้อสินค้าจากที่แล้วแต่โอกาสมากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อการให้ความสำคัญด้านการ  
บริการ และราคาสินค้า จำแนกตามรายได้

ความสำคัญด้านบริการ และราคาสินค้า	รายได้				
	ไม่เกิน 5,000 บ.	5,001 – 10,000 บ.	10,001– 20,000 บ.	20,001– 30,000 บ.	มากกว่า 30,001 บ.
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ด้านบริการ	24 ( 25.81 )	39 ( 29.55 )	29 ( 34.12 )	26 ( 41.27 )	11 ( 40.74 )
ด้านราคาสินค้า	69 ( 74.19 )	93 ( 70.45 )	56 ( 65.88 )	37 ( 58.73 )	16 ( 59.26 )
รวม	93 ( 100.00 )	132 ( 100.00 )	85 ( 100.00 )	63 ( 100.00 )	27 ( 100.00 )

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ ไม่เกิน 5,000 บาท ให้  
ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด ร้อยละ 74.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า  
มากที่สุด ร้อยละ 70.45

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า  
มากที่สุด ร้อยละ 65.88

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า  
มากที่สุด ร้อยละ 58.73

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ มากกว่า 30,001 บาท ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า  
มากที่สุด ร้อยละ 59.26

สรุปผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ให้ความสำคัญด้านราคาสินค้า มากที่สุด  
เหมือนกัน

#### ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 ที่ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
อยากให้พนักงานบริการแนะนำสินค้ามาก ๆ และบอกจุดสินค้าไม่ต้องหาเอง	10	2.50
อยากให้มีบริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย ปลอดภัย	7	1.75
อยากให้ราคาสินค้าถูก ๆ และมีคุณภาพสมราคา	5	1.25
อยากให้พนักงานมีการอบรมและการบริการที่ดีกว่านี้ สนใจลูกค้ามากกว่านี้	5	1.25
อยากให้จัดรายการสินค้าราคาถูกทุกวัน มีของแจก ของแถมทุกวัน	3	0.75
อยากให้ใช้บัตรเครดิตได้ทุกสาขา และโดยไม่มีเงื่อนไขจำนวนเงินที่ซื้อ	3	0.75
อยากให้มีสินค้าแปลก ๆ ใหม่ ๆ ให้เลือกมากกว่านี้	2	0.50
อยากให้ร้านค้าปลีกมีขนาดใหญ่ มีที่สำหรับให้นั่งพักผ่อนด้วย	1	0.25
ไม่แสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	364	91.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ร้อยละ 91.00

สำหรับผู้ที่แสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ อยากให้มีพนักงานบริการแนะนำสินค้ามาก ๆ และบอกจุดสินค้าไม่ต้องหาเอง มากที่สุด ร้อยละ 2.50 อยากให้มีบริเวณที่จอดรถสะดวกสบาย ปลอดภัย ร้อยละ 1.75 อยากให้ราคาสินค้าถูก ๆ มีคุณภาพสมราคา ร้อยละ 1.25 อยากให้พนักงานมีการอบรมและการบริการที่ดีกว่านี้ สนใจลูกค้ามากกว่านี้ ร้อยละ 1.25 อยากให้จัดรายการสินค้าราคาถูกทุกวัน มีของแจก ของแถมทุกวัน ร้อยละ 0.75 อยากให้ใช้บัตรเครดิตได้ทุกสาขา โดยไม่มีเงื่อนไขจำนวนเงินที่ซื้อ ร้อยละ 0.75 อยากให้มีสินค้าแปลก ๆ ใหม่ ๆ ให้เลือกมากกว่านี้ ร้อยละ 0.50 และอันดับสุดท้ายคือ อยากให้ร้านค้าปลีกมีขนาดใหญ่ มีที่สำหรับให้นั่งพักผ่อนด้วย ร้อยละ 0.25