

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น: กรณีศึกษาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำนวน 400 คน โดยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการวิเคราะห์ ข้อมูล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของที่ระลึกของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มทางการตลาดของสินค้าของที่ระลึกจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้นคว้า เป็นเพศชาย จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเป็นเพศหญิง จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	210	52.5
หญิง	190	47.5
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้างนี้ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-54 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 ส่วนอายุมากกว่า 54 ปีขึ้นไป จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7 และอายุ ต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยาวญี่ปุ่น จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 15 ปี	16	4.0
15 – 34 ปี	143	35.8
35 – 54 ปี	142	35.5
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	99	24.7
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ด้านอาชีพส่วนใหญ่เกษียณแล้ว จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ พนักงานเอกชน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 แม่บ้าน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 นักเรียน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ครู จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ทำงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คิดเป็นร้อยละ 6.2 นักศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอาชีพอิสระ, ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยาวชู้ปุ่น จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
นักเรียน	41	10.2
นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา	24	6.0
แม่บ้าน	71	17.8
พนักงานเอกชน	78	19.5
พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ	25	6.2
เกษียณอายุ	129	32.3
ครู	28	7.0
อาชีพอิสระ	2	0.5
ธุรกิจส่วนตัว	2	0.5
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ มีรายได้มากกว่า 150,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีรายได้ 25,001-50,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 มีรายได้ 100,001-125,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 มีรายได้ 50,001-75,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และมีรายได้ 75,001-100,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยานยนต์ส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 25,000 บาท	137	34.3
25,001-50,000 บาท	61	15.3
50,001-75,000 บาท	25	6.2
75,001-100,000 บาท	20	5.00
100,001-125,000 บาท	57	14.2
มากกว่า 150,000 บาท	100	25.0
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ พบว่าส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมาคือ เป็นโสด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีสถานภาพหย่า จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และเป็นหม้าย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยานยนต์ส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
สมรส	201	50.3
โสด	150	37.5
หย่า	25	6.2
หม้าย	24	6.0
รวม	400	100.00

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ เลือกซื้อสินค้าประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 เลือกซื้อสินค้าประเภทอาหาร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 เลือกซื้อสินค้าประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 เลือกซื้อสินค้าประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และเลือกซื้อสินค้า ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในด้านประเภทของการซื้อสินค้า

ประเภทของการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ประเภทอาหาร	64	16.0
ประเภทเครื่องดื่ม	44	11.0
ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย	99	24.8
ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง	123	30.8
ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	47	11.7
ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	23	5.7
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้างนี้ พบว่าส่วนใหญ่ใช้จ่ายเงินจำนวน 1,000 – 2,000 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา ใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ใช้จ่ายเงิน 2,001-3,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และใช้จ่ายมากกว่า 3,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการใช้จ่ายเงินต่อครั้ง

การใช้จ่ายเงินต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 1,000 บาท	114	28.5
1,000 – 2,000 บาท	144	36.0
2,001 - 3,000 บาท	80	20.0
มากกว่า 3,000 บาท	62	15.5
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้างนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าต่อครั้งเป็นจำนวน 3 ชิ้น มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมาคือ ซื้อเป็นจำนวน 2 ชิ้น มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ซื้อจำนวน 4 ชิ้นขึ้นไป มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และซื้อจำนวน 1 ชิ้น มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนการซื้อต่อครั้ง

จำนวนการซื้อต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 ชิ้น	73	18.2
2 ชิ้น	126	31.5
3 ชิ้น	127	31.8
4 ชิ้นขึ้นไป	74	18.5
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเพื่อเป็นของที่ระลึกแก่บุคคลอื่น จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ ซื้อเพราะตัวสินค้ามีรูปลักษณะน่าสนใจ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ซื้อเพื่อเป็นรางวัลกับชีวิต จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ซื้อเพื่อสุขภาพส่วนตัว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ซื้อเพราะราคา และมีคนแนะนำ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ซื้อเพราะได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ และโฆษณา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และซื้อเนื่องจากมีสถานที่จำหน่ายที่สะดวกในการซื้อสินค้าของที่ระลึก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อสินค้า

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ราคา	14	3.5
สถานที่จำหน่าย	6	1.5
เพื่อสุขภาพส่วนตัว	41	10.2
เพื่อเป็นรางวัลกับชีวิต	48	12.0
ตัวสินค้ามีรูปลักษณะน่าสนใจ	130	32.5
เพื่อเป็นของที่ระลึกแก่บุคคลอื่น	138	34.5
ได้รับรู้ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ และโฆษณา	9	2.3
มีคนแนะนำ	14	3.5
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้างนี้ พบว่า สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่พึงพอใจปานกลาง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ พึงพอใจมาก จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 พึงพอใจน้อย จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 พึงพอใจมากที่สุด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และพึงพอใจน้อยที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของความพึงพอใจในสินค้า

ความพึงพอใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
พึงพอใจน้อยที่สุด	31	7.8
พึงพอใจน้อย	73	18.2
พึงพอใจปานกลาง	146	36.5
พึงพอใจมาก	116	29.0
พึงพอใจมากที่สุด	34	8.5
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้างนี้ พบว่า ส่วนใหญ่มีการวางแผนในการซื้อสินค้า จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ ไม่มีการวางแผน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการวางแผนซื้อสินค้า

การวางแผนซื้อสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มี	207	51.8
ไม่มี	193	48.2
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ พบว่า ส่วนใหญ่เตรียมเงินสำหรับซื้อสินค้าต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 รองลงมาคือ เตรียมเงิน 10,001-15,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 เตรียมเงินมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 เตรียมเงิน 5,001-10,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และเตรียมเงิน 15,001-20,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการเตรียมเงินสำหรับซื้อสินค้า

การเตรียมเงินซื้อสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 5,000 บาท	113	28.2
5,001-10,000 บาท	69	17.2
10,001-15,000 บาท	79	19.8
15,001-20,000 บาท	62	15.5
มากกว่า 20,000 บาท	77	19.3
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นว่าสินค้าที่น่าซื้อมากที่สุดคือ สินค้าประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ประเภทอาหาร จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ประเภทศิลปะประติมากรรมและของที่ระลึก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ประเภทเครื่องดื่ม จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 17 คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทสินค้าที่น่าซื้อมากที่สุด

สินค้าน่าซื้อมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ประเภทอาหาร	60	15.0
ประเภทเครื่องดื่ม	39	9.7
ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย	137	34.3
ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง	97	24.2
ประเภทศิลปะประติมากรรมและของที่ระลึก	50	12.5
ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	17	4.3
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้างนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อสินค้าทันทีเมื่อเห็นสินค้า จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมาคือ ใช้เวลาตัดสินใจ ภายใน 1 วัน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตัดสินใจมากกว่า 1 วัน แต่ไม่เกิน 2 วัน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และใช้เวลาตัดสินใจมากกว่า 3 วัน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ทันทีเมื่อเห็นสินค้า	223	55.7
ใช้เวลาตัดสินใจ ภายใน 1 วัน	81	20.3
ใช้เวลาตัดสินใจมากกว่า 1 วัน แต่ไม่เกิน 2 วัน	57	14.3
ใช้เวลาตัดสินใจมากกว่า 3 วัน	39	9.7
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้างนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 รองลงมาคือ เพื่อน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ครอบครัว จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 การโฆษณา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และหัวหน้างาน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละ ของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพื่อน	93	23.3
ครอบครัว	75	18.7
โฆษณา	74	18.5
หัวหน้างาน	29	7.3
ไม่มี	129	32.2
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้างนี้ พบว่าส่วนใหญ่จะแนะนำให้ผู้คลอื่นซื้อสินค้า จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ ไม่แนะนำ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของการแนะนำให้ผู้คลอื่นซื้อสินค้า

การแนะนำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
แนะนำ	291	72.7
ไม่แนะนำ	109	27.3
รวม	400	100.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาค้างนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการแนะนำผู้คลอื่นซื้อสินค้า เนื่องด้วยตัวสินค้า/รูปลักษณะมีความสวยงาม จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ การใช้งานมีหลายฟังก์ชัน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ราคาสมเหตุสมผล จำนวน 79 คิดเป็นร้อยละ 19.7 เป็นสินค้าหัตถกรรม จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ราคาถูก จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และสถานที่จำหน่ายสะดวกสบายและเป็นสินค้าตามโฆษณาในนิตยสาร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละ ของเหตุผลในการแนะนำให้ผู้คลอื่นซื้อสินค้า

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ราคาถูก	42	10.5
ราคาสมเหตุสมผล	79	19.7
ตัวสินค้า/รูปลักษณะมีความสวยงาม	131	32.8
การใช้งานมีหลายฟังก์ชัน	82	20.5
สถานที่จำหน่ายสะดวกสบาย	4	1.0
เป็นสินค้าตามโฆษณาในนิตยสาร	4	1.0
เป็นสินค้าหัตถกรรม (Hand made)	58	14.5
รวม	400	100.00

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มทางการตลาดของสินค้าของที่ระลึกจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ผลการศึกษาในเรื่องแนวโน้มทางการตลาดของสินค้าของที่ระลึกจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยภาพรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นในเรื่องแนวโน้มทางการตลาดสินค้าของที่ระลึกที่มีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมในแต่ละด้านแล้วสรุปผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ให้ความพอใจในด้านรูปแบบสินค้าเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.38) รองลงมาคือ ฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ และความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.04) รูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.97) คำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ด้านราคา พบว่า การตั้งราคามีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.24) รองลงมาคือ การให้ความเหมาะสมในด้านการนำเสนอสินค้าและบรรยากาศภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.17) ด้านรูปลักษณ์ภายนอกสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความพอใจในด้านมารยาทในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.29) เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีความพอใจในด้านมีการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.26) รองลงมาคือ ภาษาที่ใช้สื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.26) ได้รับส่วนลดในการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.21) ด้านเครื่องแต่งกาย (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีการอธิบายสินค้าได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.12) มีการเสนอการบรรจุหีบห่อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.10) มีการเสนอความช่วยเหลือ หรือการบริการอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.06) และมีการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.04) และได้รับการแถมสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.93) ตามลำดับดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มทางการตลาดของสินค้า
ที่ระลึกจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับนักท่องเที่ยว
ชาวญี่ปุ่น

แนวโน้มทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์			
1.รูปแบบตัวสินค้า	3.38	0.57	ปานกลาง
2.คำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้	2.92	0.66	ปานกลาง
3.ฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ	3.04	0.64	ปานกลาง
4.รูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า	2.97	0.58	ปานกลาง
5. ความหลากหลายของฟังก์ชันการใช้งาน	3.04	0.59	ปานกลาง
ด้านราคา			
1. การตั้งราคามีความเหมาะสม	3.27	0.65	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. สถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ	3.24	0.57	ปานกลาง
2. การนำเสนอสินค้า	3.17	0.56	ปานกลาง
3. บรรยากาศภายในร้าน	3.17	0.57	ปานกลาง
4. รูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า	3.06	0.61	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. ท่านได้รับส่วนลดในการซื้อ	3.21	0.61	ปานกลาง
2. ท่านได้รับการแถมสินค้า	2.93	0.61	ปานกลาง
3. มีการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ	3.26	0.76	ปานกลาง
4. มีการอธิบายสินค้าได้อย่างดี	3.12	0.62	ปานกลาง
5. มีการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า	3.04	0.61	ปานกลาง
6. มีการเสนอความช่วยเหลือหรือการบริการอื่น	3.06	0.70	ปานกลาง
7. การเสนอการบรรจุหีบห่อสินค้า	3.10	0.62	ปานกลาง
8. ภาษาที่ใช้สื่อสารกับท่านอยู่ในระดับใด	3.26	0.62	ปานกลาง
9. มารยาทในการให้บริการท่าน	3.29	0.61	ปานกลาง
10. เครื่องแต่งกายมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด	3.21	0.53	ปานกลาง

ทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

เนื่องจากผลการตอบแบบสอบถาม พบว่า มีจำนวนผู้ตอบในกลุ่มย่อยน้อยในการทดสอบความสัมพันธ์จึงได้เปลี่ยนแปลงระดับการให้ความสำคัญจากมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มาเป็นมาก ปานกลาง น้อย โดยรวมระดับมากที่สุดกับมาก และระดับน้อยที่สุดกับน้อย เข้าด้วยกัน

ด้านรูปแบบตัวสินค้า

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้า พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้าที่เลือกซื้อ ($\chi^2 = 5.522$, Sig. = 0.063) ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับรูปแบบตัวสินค้า

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	1 (0.5 %)	127 (60.5 %)	82 (39.0 %)	210 (100.0 %)
หญิง	7 (3.7 %)	116 (61.1 %)	67 (35.3 %)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 5.522$, Sig. = 0.063				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้า พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้าที่เลือกซื้อ ($\chi^2 = 22.676$, Sig. = 0.001) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอายุ ยกเว้นช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี มีความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้าในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้าในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับรูปแบบตัวสินค้า

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	-	4 (25.0 %)	12 (75.0 %)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	6 (4.2 %)	98 (68.5 %)	39 (27.3 %)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	-	86 (60.6 %)	56 (39.4 %)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	2 (2.0 %)	55 (55.6 %)	42 (42.4 %)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 22.676$, Sig. = 0.001				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้า พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้าที่เลือกซื้อ ($\chi^2 = 23.085$, Sig. = 0.186) ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับรูปแบบตัวสินค้า

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	1 (2.4%)	18 (43.9 %)	22 (53.7 %)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	-	9 (37.5 %)	15 (62.5 %)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	1 (1.4%)	49 (69 %)	21 (29.6 %)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	2 (2.6 %)	52 (66.7 %)	24 (30.8 %)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	-	14 (56.0%)	11 (44.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	2 (1.6%)	79 (61.2%)	48 (37.2%)	129 (100.0 %)
ครู	2 (7.1%)	18 (64.3%)	8 (28.6%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 23.085$, Sig. = 0.186				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้า พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้าที่เลือกซื้อ ($\chi^2 = 26.987$, Sig. = 0.003) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้าที่เลือกซื้อ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 – 75,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้าที่เลือกซื้อ ในระดับปานกลาง และระดับมากในจำนวนที่เท่ากัน ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับรูปแบบตัวสินค้า

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	4 (2.9%)	80 (58.4 %)	53 (38.7 %)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	-	54 (88.5 %)	7 (11.5 %)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	1 (4.0%)	12 (48.0%)	12 (48.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	-	13 (65.0%)	7 (35.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	1 (1.8%)	29 (50.9%)	27 (47.4%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	2 (2.0%)	55 (55.0%)	43 (43.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 26.987$, Sig. = 0.003				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้า พบว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบตัวสินค้าที่เลือกซื้อ ($\chi^2 = 6.670$, Sig. = 0.226) ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับรูปแบบตัวสินค้า

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	3 (1.5%)	126 (62.7%)	72 (35.8%)	201 (100.0 %)
โสด	3 (2.0%)	93 (62.0%)	54 (36.0 %)	150 (100.0 %)
หย่า	1 (4.0%)	15 (60.0 %)	9 (36.0 %)	25 (100.0 %)
หม้าย	1 (4.2 %)	9 (37.5 %)	14 (58.3%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 6.670$, Sig. = 0.226				

คำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับระดับความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ ($\chi^2 = 1.707$, Sig. = 0.426) ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	50 (23.8 %)	125 (59.5 %)	35 (16.7 %)	210 (100.0 %)
หญิง	54 (28.4 %)	101 (53.2 %)	35 (18.4 %)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 1.707$, Sig. = 0.426				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับระดับความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ ($\chi^2 = 21.962$, Sig. = 0.001) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอายุยกเว้นช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี มีความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ในระดับปานกลางรองลงมาคือในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปีจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีใช้ในระดับปานกลาง รองลงมาคือในระดับมาก ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	-	12 (75.0 %)	4 (25.0 %)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	46 (32.2 %)	62 (43.4 %)	35 (24.5 %)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	36 (25.4 %)	90 (63.4 %)	16 (11.3 %)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	22 (22.2 %)	62 (62.6 %)	15 (15.2 %)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 21.962$, Sig. = 0.001				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ ($\chi^2 = 38.458$, Sig. = 0.001) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้น อาชีพอิสระ, อาชีพธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา มีความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ในระดับปานกลาง รองลงมาคือในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอาชีพอิสระ และอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ในระดับน้อย และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	8 (19.5%)	26 (63.4 %)	7 (17.1 %)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	3 (12.5%)	10 (41.7%)	11 (45.8 %)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	18 (25.4%)	38 (53.5%)	15 (21.1%)	71 (100.0 %)
พจน.เอกชน	23 (29.5%)	41 (52.6 %)	14 (17.9%)	78 (100.0 %)
พจน.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	5 (20.0%)	15 (60.0%)	5 (20.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	30 (23.3%)	82 (63.6%)	17 (13.2%)	129 (100.0 %)
ครู	13 (46.4%)	14 (50.0%)	1 (3.6%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	2 (100.0%)	-	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	2 (100.0%)	-	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 38.458$, Sig. = 0.001				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับระดับความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ ($\chi^2 = 30.440$, Sig. = 0.001) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดที่มีรายได้ 50,001 เยน ขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ในระดับปานกลางรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 50,000 เยน จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ในระดับปานกลางรองลงมาคือในระดับน้อย ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 เยน	51 (37.2%)	68 (49.6%)	18 (13.1%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 เยน	16 (26.2)	29 (47.5%)	16 (26.2%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 เยน	2 (8.0%)	15 (60.0%)	8 (32.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 เยน	4 (20.0%)	11 (55.0%)	5 (25.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 เยน	6 (10.5%)	39 (68.4%)	12 (21.1%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 เยน	25 (25.0%)	64 (64.0%)	11 (11.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 30.440$, Sig. = 0.001				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อ

คำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ ($\chi^2 = 23.733$, Sig. = 0.001) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกสถานภาพ ขกเว้น สถานภาพหม้าย และสถานภาพหย่าร้าง มีความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้างจำนวนมากที่สุด มีระดับความพึงพอใจในระดับน้อยและปานกลางจำนวนที่เท่ากัน และรองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับคำอธิบายสินค้าและวิธีการใช้

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	50 (24.9%)	129 (64.2%)	22 (10.9%)	201 (100.0 %)
โสด	43 (28.7%)	70 (46.7%)	37 (24.7%)	150 (100.0 %)
หย่า	10 (40.0%)	10 (40.0%)	5 (20.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	1 (4.2%)	17 (70.8%)	6 (25.0%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 23.733$, Sig. = 0.001				

ฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับระดับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ ($\chi^2 = 25.132$, Sig. = 0.000) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดที่เป็นเพศชาย มีความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	17 (8.1%)	145 (69.0%)	48 (22.9%)	210 (100.0 %)
หญิง	51 (26.8%)	108 (56.8%)	31 (16.3%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 25.132$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับระดับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ ($\chi^2 = 15.175$, Sig. = 0.019) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในช่วงอายุ 15 – 54 ปี มีความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 15 ปี และมากกว่า 54 ปีขึ้นไปจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	5 (31.3%)	10 (62.5%)	1 (6.3%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	28 (19.6%)	86 (60.1%)	29 (20.3%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	16 (11.3%)	88 (62.0%)	38 (26.8%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	19 (19.2%)	69 (69.7%)	11 (11.1%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 15.175$, Sig. = 0.019				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ ($\chi^2 = 31.627$, Sig. = 0.011) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นอาชีพนักเรียน, แม่บ้าน และครู มีความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการในระดับปานกลางรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน และแม่บ้าน จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพครูจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ ในระดับน้อยและปานกลาง ในจำนวนที่เท่ากัน รองลงมาในระดับมาก ดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	12 (29.3%)	21 (51.2%)	8 (19.5%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	4 (16.7%)	11 (45.8%)	9 (37.5%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	11 (15.5%)	50 (70.4%)	10 (14.1%)	71 (100.0 %)
พจน.เอกชน	8 (10.3%)	52 (66.7%)	18 (23.1%)	78 (100.0 %)
พจน.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	4 (16.0%)	15 (60.0%)	6 (24.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	17 (13.2%)	88 (68.2%)	24 (18.6%)	129 (100.0 %)
ครู	12 (42.9%)	12 (42.9%)	4 (14.3%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 31.627$, Sig. = 0.011				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ ($\chi^2 = 41.437$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกระดับรายได้ ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 50,001 – 75,000 บาท และมากกว่า 100,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 50,001 – 75,000 บาท และมากกว่า 100,001 บาทขึ้นไปจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	32 (23.4%)	78 (56.9%)	27 (19.7%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	6 (9.8%)	50 (82.0%)	5 (8.2%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	2 (8.0%)	12 (48.0%)	11 (44.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	5 (25.0%)	14 (70.0%)	1 (5.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	14 (24.6%)	25 (43.9%)	18 (31.6%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	9 (9.0%)	74 (74.0%)	17 (17.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 41.437$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการ พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ ($\chi^2 = 9.549$, Sig. = 0.145) ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับฟังก์ชันการใช้งานที่ตรงตามความต้องการ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	29 (14.4%)	122 (60.7%)	50 (24.9%)	201 (100.0 %)
โสด	31 (20.7%)	95 (63.3%)	24 (16.0%)	150 (100.0 %)
หย่า	5 (20.0%)	18 (72.0%)	2 (8.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	3 (12.5%)	18 (75.0%)	3 (12.5%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 9.549$, Sig. = 0.145				

รูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้าพบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า ($\chi^2 = 2.181$, Sig. = 0.336) ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	32 (15.2%)	150 (71.4%)	28 (13.3%)	210 (100.0 %)
หญิง	39 (20.5%)	124 (65.3%)	27 (14.2%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 2.181$, Sig. = 0.336				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า ($\chi^2 = 7.506$, Sig. = 0.277) ดังตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	2 (12.5%)	9 (56.3%)	5 (31.3%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	29 (20.3%)	93 (65.0%)	21 (14.7%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	26 (18.3%)	97 (68.3%)	19 (13.4%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	14 (14.1%)	75 (75.8%)	10 (10.1%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 7.506$, Sig. = 0.277				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการ ห่อหุ้มสินค้า พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์ระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า ($\chi^2 = 38.158$, Sig. = 0.001) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกอาชีพ ยกเว้นอาชีพ นักเรียน, นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา, พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้าในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน, นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา และพนักงานรัฐบาล/ รัฐวิสาหกิจจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า ในระดับปานกลาง รองลงมาคือมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวนมากที่สุด มีระดับ ความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้าในระดับน้อย ดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	7 (17.1%)	26 (63.4%)	8 (19.5%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	4 (16.7%)	15 (62.5%)	5 (20.8%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	18 (25.4%)	44 (62.0%)	9 (12.7%)	71 (100.0 %)
พณง.เอกชน	16 (20.5%)	49 (62.8%)	13 (16.7%)	78 (100.0 %)
พณง.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	4 (16.0%)	12 (48.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	15 (11.6%)	105 (81.4%)	9 (7.0%)	129 (100.0 %)
ครู	5 (17.9%)	21 (75.0%)	2 (7.1%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	2 (100.0%)	-	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 38.158$, Sig. = 0.001				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการ ห่อหุ้มสินค้า พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า ($\chi^2 = 25.485$, Sig. = 0.004) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มรายได้ ยกเว้นช่วงรายได้ระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้าในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	33 (24.1%)	85 (62.0%)	19 (13.9%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	7 (11.5%)	48 (78.7%)	6 (9.8%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	4 (16.0%)	13 (52.0%)	8 (32.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	1 (5.0%)	12 (60.0%)	7 (35.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	10 (17.5%)	42 (73.7%)	5 (8.8%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	16 (16.0%)	74 (74.0%)	10 (10.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 25.485$, Sig. = 0.004				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้าพบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า ($\chi^2 = 10.501$, Sig. = 0.105) ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับรูปแบบของการห่อหุ้มสินค้า

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	42 (20.9%)	133 (66.2%)	26 (12.9%)	201 (100.0 %)
โสด	26 (17.3%)	103 (68.7%)	21 (14.0%)	150 (100.0 %)
หย่า	3 (12.0%)	16 (64.0%)	6 (24.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	-	22 (91.7%)	2 (8.3%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 10.501$, Sig. = 0.105				

ความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน ($\chi^2 = 0.116$, Sig. = 0.944) ดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	29 (13.8%)	149 (71.0%)	32 (15.2%)	210 (100.0 %)
หญิง	27 (14.2%)	132 (69.5%)	31 (16.3%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 0.116$, Sig. = 0.944				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน ($\chi^2 = 12.151$, Sig. = 0.059) ดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	3 (18.8%)	8 (50.0%)	5 (31.3%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	13 (9.1%)	113 (79.0%)	17 (11.9%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	22 (15.5%)	93 (65.5%)	27 (19.0%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	18 (18.2%)	67 (67.7%)	14 (14.1%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 12.151$, Sig. = 0.059				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการทำงาน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการทำงาน ($\chi^2 = 31.661$, Sig. = 0.011) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นอาชีพพนักงานเอกชนและ พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการทำงานในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานเอกชนและพนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการทำงานในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับความหลากหลายของฟังก์ชันของการทำงาน

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	7 (17.1%)	25 (61.0%)	9 (22.0%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	-	19 (79.2%)	5 (20.8%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	5 (7.0%)	51 (71.8%)	15 (21.1%)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	19 (24.4%)	52 (66.7%)	7 (9.0%)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	6 (24.0%)	16 (64.0%)	3 (12.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	19 (14.7%)	87 (67.4%)	23 (17.8%)	129 (100.0 %)
ครู	-	27 (96.4%)	1 (3.6%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 31.661$, Sig. = 0.011				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน ($\chi^2 = 30.855$, Sig. = 0.001) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ในทุกช่วงรายได้ยกเว้นผู้ที่มีช่วงรายได้ระหว่าง 25,001 – 100,000 บาท มีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งานในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงรายได้ระหว่าง 25,001 – 100,000 บาท มีความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งานในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	21 (15.3%)	99 (72.3%)	17 (12.4%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	2 (3.3%)	39 (63.9%)	20 (32.8%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	3 (12.0%)	16 (64.0%)	6 (24.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	1 (5.0%)	13 (65.0%)	6 (30.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	11 (19.63%)	39 (68.4%)	7 (12.3%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	18 (18.0%)	75 (75.0%)	7 (7.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 30.855$, Sig. = 0.001				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน ($\chi^2 = 9.367$, Sig. = 0.154) ดังตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับความหลากหลายของฟังก์ชันของการใช้งาน

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	21 (10.4%)	149 (74.1%)	31 (15.4%)	201 (100.0 %)
โสด	30 (20.0%)	98 (65.3%)	22 (14.7%)	150 (100.0 %)
หย่า	4 (16.0%)	16 (64.0%)	5 (20.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	1 (4.2%)	18 (75.0%)	5 (20.8%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 9.367$, Sig. = 0.154				

การตั้งราคามีความเหมาะสม

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม ($\chi^2 = 5.538$, Sig. = 0.063) ดังตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการตั้งราคามีความเหมาะสม

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	14 (6.7%)	120 (57.1%)	76 (36.2%)	210 (100.0 %)
หญิง	26 (13.7%)	98 (51.6%)	66 (34.7%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 5.538$, Sig. = 0.063				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม ($\chi^2 = 19.607$, Sig. = 0.003) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในช่วงอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 15 ปี จำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสมในระดับมาก และรองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการตั้งราคามีความเหมาะสม

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	3 (18.8%)	3 (18.8%)	10 (62.5%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	16 (11.2%)	76 (53.1%)	51 (35.7%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	14 (9.9%)	70 (49.3%)	58 (40.8%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	7 (7.1%)	69 (69.7%)	23 (23.2%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 19.607$, Sig. = 0.003				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม ($\chi^2 = 45.453$, Sig. = 0.000) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา, พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ, ครูและผู้ที่มิอาชีพอิสระ มีความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ที่มิอาชีพนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา, พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ, ครูและผู้ที่มิอาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม ในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการตั้งราคามีความเหมาะสม

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	3 (7.3%)	21 (51.2%)	17 (41.5%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	1 (4.2%)	9 (37.5%)	14 (58.3%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	15 (21.1%)	35 (49.3%)	21 (29.6%)	71 (100.0 %)
พจน.เอกชน	12 (15.4%)	43 (55.1%)	23 (29.5%)	78 (100.0 %)
พจน.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	3 (12.0%)	8 (32.0%)	14 (56.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	6 (4.7%)	87 (67.4%)	36 (27.9%)	129 (100.0 %)
ครู	-	13 (46.4%)	15 (53.6%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	-	2 (100.0%)	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 45.453$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม ($\chi^2 = 25.197$, Sig. = 0.005) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วง รายได้ ยกเว้นผู้มีรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสมในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ที่มีช่วงรายได้ต่ำกว่า 25,000 บาทจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสมในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลางมาก ดังตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการตั้งราคามีความเหมาะสม

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	15 (10.9%)	58 (42.3%)	64 (46.7%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	3 (4.9%)	45 (73.8%)	13 (21.3%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	3 (12.0%)	12 (48.0%)	10 (40.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	2 (10.0%)	11 (55.0%)	7 (35.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	5 (8.8%)	28 (49.1%)	24 (42.1%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	12 (12.0%)	64 (64.0%)	24 (24.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 25.197$, Sig. = 0.005				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม ($\chi^2 = 13.737$, Sig. = 0.033) โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มสถานภาพ ยกเว้นสถานภาพหม้าย มีความพึงพอใจต่อการตั้งราคามีความเหมาะสม ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการตั้งราคาที่เหมาะสมในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการตั้งราคามีความเหมาะสม

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	25 (12.4%)	111 (55.2%)	65 (32.3%)	201 (100.0 %)
โสด	8 (5.3%)	77 (51.3%)	65 (43.3%)	150 (100.0 %)
หย่า	2 (8.0%)	15 (60.0%)	8 (32.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	5 (20.8%)	15 (62.5%)	4 (16.7%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 13.737$, Sig. = 0.033				

สถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ($\chi^2 = 18.753$, Sig. = 0.000) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	5 (204%)	127 (60.5%)	78 (37.1%)	210 (100.0 %)
หญิง	19 (10.0%)	130 (68.4%)	41 (21.6%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 18.753$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ($\chi^2 = 17.131$, Sig. = 0.009) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	1 (6.3%)	8 (50.0%)	7 (43.8%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	8 (5.6%)	104 (72.7%)	31 (21.7%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	7 (4.9%)	77 (54.2%)	58 (40.8%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	8 (8.1%)	68 (68.7%)	23 (23.2%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 17.131$, Sig. = 0.009				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจในสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ($\chi^2 = 26.251$, Sig. = 0.051) ดังตารางที่ 4.51

ตารางที่ 4.51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	2 (4.9%)	26 (63.4%)	13 (31.7%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	2 (8.3%)	9 (37.5%)	13 (54.2%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	5 (7.0%)	53 (74.6%)	13 (18.3%)	71 (100.0 %)
พนง.เอกชน	3 (3.8%)	42 (53.8%)	33 (42.3%)	78 (100.0 %)
พนง.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	1 (4.0%)	14 (56.0%)	10 (40.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	9 (7.0%)	87 (67.4%)	33 (25.6%)	129 (100.0 %)
ครู	2 (7.1%)	22 (78.6%)	4 (14.3%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 26.251$, Sig. = 0.051				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ($\chi^2 = 34.712$, Sig. = 0.000) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้ยกเว้น ช่วงรายได้ระหว่าง 75,001 – 125,000 บาท มีความพึงพอใจในสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ช่วงระหว่าง 75,001 – 100,000 บาท จำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ช่วงระหว่าง 100,001 - 125,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	6 (4.4%)	103 (75.2%)	28 (20.4%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	4 (6.6%)	42 (68.9%)	15 (24.6%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	1 (4.0%)	15 (60.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	4 (20.0%)	15 (75.0%)	1 (5.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	2 (3.5%)	26 (45.6%)	29 (50.9%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	7 (7.0%)	56 (56.0%)	37 (37.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 34.712$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ($\chi^2 = 20.622$, Sig. = 0.002) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกสถานภาพ ยกเว้นสถานภาพหม้าย มีความพึงพอใจต่อสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.53

ตารางที่ 4.53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับสถานที่วางขายสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	10 (5.0%)	140 (69.7%)	51 (25.4%)	201 (100.0 %)
โสด	10 (6.7%)	82 (54.7%)	58 (38.7%)	150 (100.0 %)
หย่า	2 (8.0%)	13 (52.0%)	10 (40.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	2 (8.3%)	22 (91.7%)	-	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 20.622$, Sig. = 0.002				

การนำเสนอสินค้า

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า ($\chi^2 = 4.263$, Sig. = 0.119) ดังตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการนำเสนอสินค้า

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	12 (5.7%)	141 (67.1%)	57 (27.1%)	210 (100.0 %)
หญิง	19 (10.0%)	132 (69.5%)	39 (20.5%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 4.263$, Sig. = 0.119				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า ($\chi^2 = 20.272$, Sig. = 0.002) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุยกเว้น ช่วงอายุต่ำกว่า 15 ปี มีความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในการนำเสนอสินค้า ในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.55

ตารางที่ 4.55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการนำเสนอสินค้า

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	1 (6.3%)	7 (43.8%)	8 (50.0%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	14 (9.8%)	99 (69.2%)	30 (21.0%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	15 (10.6%)	87 (61.3%)	40 (28.2%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	1 (1.0%)	80 (80.8%)	18 (18.2%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 20.272$, Sig. = 0.002				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้าพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า ($\chi^2 = 47.906$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นอาชีพครู มีความพึงพอใจในการนำเสนอสินค้า ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพครู จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการนำเสนอสินค้าในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.56

ตารางที่ 4.56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการนำเสนอสินค้า

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	2 (4.9%)	28 (68.3%)	11 (26.8%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	-	16 (66.7%)	8 (33.3%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	2 (2.8%)	55 (77.5%)	14 (19.7%)	71 (100.0 %)
พณง.เอกชน	5 (6.4%)	49 (62.8%)	24 (30.8%)	78 (100.0 %)
พณง.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	4 (16.0%)	13 (52.0%)	8 (32.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	8 (6.2%)	96 (74.4%)	25 (19.4%)	129 (100.0 %)
ครู	10 (35.7%)	12 (42.9%)	6 (21.7%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 47.906$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า ($\chi^2 = 14.086$, Sig. = 0.169) ดังตารางที่ 4.57

ตารางที่ 4.57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการนำเสนอสินค้า

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	14 (10.2%)	91 (66.4%)	32 (23.4%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	8 (13.1%)	43 (70.5%)	10 (16.4%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	1 (4.0%)	15 (60.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	1 (5.0%)	15 (75.0%)	4 (20.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	4 (7.0%)	34 (59.6%)	19 (33.33%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	3 (3.0%)	75 (75.0%)	22 (22.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 14.086$, Sig. = 0.169				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการนำเสนอสินค้า ($\chi^2 = 27.576$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในการนำเสนอสินค้าในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการนำเสนอสินค้า

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	26 (12.9%)	123 (61.2%)	52 (25.9%)	201 (100.0 %)
โสด	4 (2.7%)	105 (70.0%)	41 (27.3%)	150 (100.0 %)
หย่า	-	24 (96.0%)	1 (4.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	1 (4.2%)	21 (87.5%)	2 (8.3%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 27.576$, Sig. = 0.000				

บรรยากาศภายในร้าน

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจต่อบรรยากาศภายในร้าน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อบรรยากาศภายในร้าน ($\chi^2 = 17.227$, Sig. = 0.000) โดยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในบรรยากาศภายในร้าน ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.59

ตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับบรรยากาศภายในร้าน

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	8 (3.8%)	139 (66.2%)	63 (30.0%)	210 (100.0 %)
หญิง	23 (12.1%)	136 (71.6%)	31 (16.3%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 17.227$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อบรรยากาศภายในร้านพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อบรรยากาศภายในร้าน ($\chi^2 = 17.303$, Sig. = 0.008) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจในบรรยากาศในร้านต่ำ ในระดับปานกลาง และรองลงมาก็คือระดับมาก ดังตารางที่ 4.60

ตารางที่ 4.60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับบรรยากาศภายในร้าน

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	3 (18.8%)	7 (43.8%)	6 (37.5%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	10 (7.0%)	103 (72.0%)	30 (21.0%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	9 (6.3%)	88 (62.0%)	45 (31.7%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	9 (9.1%)	77 (77.8%)	13 (13.1%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 17.303$, Sig. = 0.008				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อบรรยากาศภายในร้านพบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อบรรยากาศภายในร้าน ($\chi^2 = 44.189$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดยกเว้น อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในบรรยากาศภายในร้าน ในระดับปานกลาง และรองลงมาก็คือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในบรรยากาศภายในร้าน ในระดับน้อย ดังตารางที่ 4.61

ตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับบรรยากาศภายในร้าน

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	5 (12.2%)	21 (51.2%)	15 (36.6%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	3 (12.5%)	13 (54.2%)	8 (33.3%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	6 (8.5%)	50 (70.4%)	15 (21.1%)	71 (100.0 %)
พนง.เอกชน	5 (6.4%)	50 (64.1%)	23 (29.5%)	78 (100.0 %)
พนง.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	3 (12.0%)	18 (72.0%)	4 (16.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	6 (4.7%)	96 (74.4%)	27 (20.9%)	129 (100.0 %)
ครู	1 (3.6%)	25 (89.3%)	2 (7.1%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	2 (100.0%)	-	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 44.189$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อบรรยากาศภายในร้าน พบว่ารายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อบรรยากาศภายในร้าน ($\chi^2 = 12.302$, Sig. = 0.265) ดังตารางที่ 4.62

ตารางที่ 4.62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับบรรยากาศภายในร้าน

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	9 (6.6%)	99 (72.3%)	29 (21.2%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	3 (4.9%)	44 (72.1%)	14 (23.0%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	4 (16.0%)	13 (52.0%)	8 (32.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	2 (10.0%)	14 (70.0%)	4 (20.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	8 (14.0%)	32 (56.1%)	17 (29.8%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	5 (5.0%)	73 (73.0%)	22 (22.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 12.302$, Sig. = 0.265				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อ
บรรยากาศภายในร้าน พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อ
บรรยากาศภายในร้าน ($\chi^2 = 16.276$, Sig. = 0.012) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด
ในทุกสถานภาพ มีความพึงพอใจในบรรยากาศภายในร้าน ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับ
มาก ดังตารางที่ 4.63

ตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับบรรยากาศภายในร้าน

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	13 (6.5%)	132 (65.7%)	56 (27.9%)	201 (100.0 %)
โสด	14 (9.3%)	103 (68.7%)	33 (22.0%)	150 (100.0 %)
หย่า	4 (16.0%)	16 (64.0%)	5 (20.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	-	24 (100.0%)	-	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 16.276$, Sig. = 0.012				

รูปลักษณะภายนอกร้านค้า

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อรูปลักษณะภายนอกร้านค้า พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปลักษณะภายนอกร้านค้า ($\chi^2 = 4.560$, Sig. = 0.102) ดังตารางที่ 4.64

ตารางที่ 4.64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับรูปลักษณะภายนอกร้านค้า

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	24 (11.4%)	140 (66.7%)	46 (21.9%)	210 (100.0 %)
หญิง	29 (15.3%)	134 (70.5%)	27 (14.2%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 4.560$, Sig. = 0.102				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อรูปลักษณะภายนอกร้านค้า พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปลักษณะภายนอกร้านค้า ($\chi^2 = 9.406$, Sig. = 0.152) ดังตารางที่ 4.65

ตารางที่ 4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับรูปลักษณะภายนอกร้านค้า

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	5 (31.3%)	7 (43.8%)	4 (25.0%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	17 (11.9%)	102 (71.3%)	24 (16.8%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	21 (14.8%)	91 (64.1%)	30 (64.1%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	10 (10.1%)	74 (74.7%)	15 (15.2%)	99 (100.0 %)
$(\chi^2 = 9.406$, Sig. = 0.152)				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า ($\chi^2 = 47.367$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกอาชีพ ยกเว้น อาชีพแม่บ้าน, พนักงานเอกชน, ครู และธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน, พนักงานเอกชนและครู จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้าในระดับปานกลาง และรองลงมาคือน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้าในระดับน้อย ดังตารางที่ 4.66

ตารางที่ 4.66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	7 (17.1%)	25 (61.0%)	9 (22.0%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	2 (8.3%)	14 (58.3%)	8 (33.3%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	8 (11.3%)	58 (81.7%)	5 (7.0%)	71 (100.0 %)
พนง.เอกชน	12 (15.4%)	55 (70.5%)	11 (14.1%)	78 (100.0 %)
พนง.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	3 (12.0%)	16 (64.0%)	6 (64.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	9 (7.0%)	88 (68.2%)	32 (24.8%)	129 (100.0 %)
ครู	10 (35.7%)	16 (57.1%)	2 (7.1%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	2 (100.0%)	-	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 47.367$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า ($\chi^2 = 22.764$, Sig. = 0.012) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้ ยกเว้น ช่วงรายได้ระหว่าง เยน 25,001 – 50,000 เยน และ 100,001 – 125,000 เยน มีความพึงพอใจต่อรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้าในระดับปานกลาง และรองลงมาก็คือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงรายได้ระหว่าง 25,001 – 50,000 เยน และ 100,001 – 125,000 เยน จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้าในระดับปานกลาง รองลงมาก็คือระดับมาก ดังตารางที่ 4.67

ตารางที่ 4.67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 เยน	24 (17.5%)	94 (68.6%)	19 (13.9%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 เยน	3 (4.9%)	43 (70.5%)	15 (24.6%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 เยน	5 (20.0%)	16 (64.0%)	4 (16.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 เยน	3 (15.0%)	15 (75.0%)	2 (10.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 เยน	5 (8.8%)	32 (56.1%)	20 (35.1%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 เยน	13 (13.0%)	74 (74.0%)	13 (13.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 22.764$, Sig. = 0.012				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อ
รูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อ
รูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า ($\chi^2 = 4.226$, Sig. = 0.646) ดังตารางที่ 4.68

ตารางที่ 4.68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับรูปลักษณ์ภายนอกร้านค้า

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	31 (15.4%)	134 (66.7%)	36 (17.9%)	201 (100.0 %)
โสด	18 (12.0%)	105 (70.0%)	27 (18.0%)	150 (100.0 %)
หย่า	2 (8.0%)	16 (64.0%)	7 (28.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	2 (8.3%)	19 (79.2%)	3 (12.5%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 4.226$, Sig. = 0.646				

การได้รับส่วนลดในการซื้อ

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ ($\chi^2 = 30.553$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความพึงพอใจในการได้รับส่วนลดในการซื้อ ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.69

ตารางที่ 4.69 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการได้รับส่วนลดในการซื้อ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	9 (4.3%)	116 (55.2%)	85 (40.5%)	210 (100.0 %)
หญิง	25 (13.2%)	132 (69.5%)	33 (17.4%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 30.553$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ ($\chi^2 = 39.338$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุ ยกเว้น ผู้ที่มีอายุมากกว่า 54 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในการได้รับส่วนลดในการซื้อในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 54 ปีขึ้นไปจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในการได้รับส่วนลดในการซื้อในระดับมาก และรองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.70

ตารางที่ 4.70 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการได้รับส่วนลดในการซื้อ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	-	10 (62.5%)	6 (37.5%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	17 (11.9%)	101 (70.6%)	25 (17.5%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	12 (8.5%)	95 (66.9%)	35 (24.6%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	5 (5.1%)	42 (42.4%)	52 (52.5%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 39.338$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับ ส่วนลดในการซื้อ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ ($\chi^2 = 67.160$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นผู้ที่มิอาชีพ นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาและผู้ที่เกี่ยวข้องอายุ มีความพึงพอใจต่อการได้รับ ส่วนลดในการซื้อ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ ใน ระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องอายุจำนวนมากที่สุด มี ความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ ในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.71

ตารางที่ 4.71 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการได้รับส่วนลดในการซื้อ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	-	29 (70.7%)	12 (29.3%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	8 (33.3%)	11 (45.8%)	5 (20.8%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	11 (15.5%)	49 (69.0%)	11 (15.5%)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	7 (9.0%)	52 (66.7%)	19 (24.4%)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	2 (8.0%)	17 (68.0%)	6 (24.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	6 (4.7%)	61 (47.3%)	62 (48.1%)	129 (100.0 %)
ครู	-	25 (89.3%)	3 (10.7%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 67.160$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับ ส่วนลดในการซื้อ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ ($\chi^2 = 26.952$, Sig. = 0.003) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่ม รายได้ มีความพึงพอใจในการได้รับส่วนลดในการซื้อ ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับ มาก ดังตารางที่ 4.72

ตารางที่ 4.72 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการได้รับส่วนลดในการซื้อ

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 เยน	11 (8.0%)	84 (61.3%)	42 (30.7%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 เยน	6 (9.8%)	49 (80.3%)	6 (9.8%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 เยน	4 (16.0%)	13 (52.0%)	8 (32.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 เยน	1 (5.0%)	17 (85.0%)	2 (10.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 เยน	7 (12.3%)	31 (54.4%)	19 (33.3%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 เยน	5 (5.0%)	54 (54.0)	41 (41.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 26.952$, Sig. = 0.003				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับส่วนลดในการซื้อ ($\chi^2 = 7.495$, Sig. = 0.277) ดังตารางที่ 4.73

ตารางที่ 4.73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการได้รับส่วนลดในการซื้อ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	15 (7.5%)	129 (64.2%)	57 (28.4%)	201 (100.0 %)
โสด	13 (8.7%)	94 (62.7%)	43 (28.7%)	150 (100.0 %)
หย่า	4 (16.0%)	15 (60.0%)	6 (24.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	2 (8.3%)	10 (41.7%)	12 (50.0%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 7.495$, Sig. = 0.277				

การได้รับของแถม

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม ($\chi^2 = 14.494$, Sig. = 0.001) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทั้งเพศชายและเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในการได้รับของแถม ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.74

ตารางที่ 4.74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการได้รับของแถม

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	28 (13.3%)	148 (70.5%)	34 (16.2%)	210 (100.0 %)
หญิง	54 (28.4%)	115 (60.5%)	21 (11.1%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 14.494$, Sig. = 0.001				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม ($\chi^2 = 14.133$, Sig. = 0.028) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุ ยกเว้นผู้ที่มีอายุมากกว่า 54 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในการได้รับของแถมในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 54 ปีขึ้นไป จำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในการได้รับของแถมในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.75

ตารางที่ 4.75 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการได้รับของแถม

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	3 (18.8%)	10 (62.5%)	3 (18.8%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	38 (26.6%)	81 (56.6%)	24 (16.8%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	28 (19.7%)	103 (72.5%)	11 (7.7%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	13 (13.1%)	69 (69.7%)	17 (17.2%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 14.133$, Sig. = 0.028				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม ($\chi^2 = 67.647$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกอาชีพ ยกเว้นผู้ที่เกษียณอายุ, ครู และอาชีพอิสระ มีความพึงพอใจในการได้รับของแถม ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ครู และอาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการได้รับของแถม ในระดับน้อย และรองลงมาคือระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่เกษียณอายุแล้วจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในการได้รับของแถม ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.76

ตารางที่ 4.76 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการได้รับของแถม

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	10 (24.4%)	23 (56.1%)	8 (19.5%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	7 (29.2%)	10 (41.7%)	7 (29.2%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	21 (29.6%)	41 (57.7%)	9 (12.7%)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	11 (14.1%)	60 (76.9%)	7 (9.0%)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	3 (12.0%)	19 (76.0%)	3 (12.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	13 (10.1%)	97 (75.2%)	19 (14.7%)	129 (100.0 %)
ครู	15 (53.6%)	13 (46.4%)	-	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	2 (100.0%)	-	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	-	2 (100.0%)	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 67.647$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม พบว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม ($\chi^2 = 44.007$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้ ยกเว้นในช่วงรายได้ระหว่าง 25,001 – 75,000 บาท มีความพึงพอใจในการได้รับของแถมในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 25,001 – 75,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการได้รับของแถม ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.77

ตารางที่ 4.77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการได้รับของแถม

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	46 (33.6%)	65 (47.4%)	26 (19.0%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	8 (13.1%)	41 (67.2%)	12 (19.7%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	1 (4.0%)	20 (80.0%)	4 (16.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	6 (30.0%)	13 (65.0%)	1 (5.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	10 (17.5%)	44 (77.2%)	3 (5.3%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	11 (11.0%)	80 (80.0)	9 (9.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 44.007$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม พบว่าสถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการได้รับของแถม ($\chi^2 = 9.525$, Sig. = 0.146) ดังตารางที่ 4.78

ตารางที่ 4.78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการได้รับของแถม

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	45 (22.4%)	136 (67.7%)	20 (10.0%)	201 (100.0 %)
โสด	26 (17.3%)	96 (64.0%)	28 (18.7%)	150 (100.0 %)
หย่า	8 (32.0%)	13 (52.0%)	4 (16.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	3 (12.5%)	18 (75.0%)	3 (12.5%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 9.525$, Sig. = 0.146				

การให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ ($\chi^2 = 8.325$, Sig. = 0.016) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.79

ตารางที่ 4.79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	16 (7.6%)	114 (54.3%)	80 (38.1%)	210 (100.0 %)
หญิง	26 (13.7%)	114 (60.0%)	50 (26.3%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 8.325$, Sig. = 0.016				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ ($\chi^2 = 13.967$, Sig. = 0.030) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุ มีความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.80

ตารางที่ 4.80 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	1 (6.3%)	9 (56.3%)	6 (37.5%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	18 (12.6%)	73 (51.0%)	52 (36.4%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	16 (11.3%)	74 (52.1%)	52 (36.6%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	7 (7.1%)	72 (72.7%)	20 (20.2%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 13.967$, Sig. = 0.030				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ ($\chi^2 = 50.564$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกอาชีพ ยกเว้น อาชีพแม่บ้าน, ครู, อาชีพอิสระ และธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้านจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ครู, อาชีพอิสระ และธุรกิจส่วนตัว จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อในระดับมาก และรองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.81

ตารางที่ 4.81 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	1 (2.4%)	22 (53.7%)	18 (43.9%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	2 (8.3%)	13 (54.2%)	9 (37.5%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	17 (23.9%)	41 (57.7%)	13 (18.3%)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	11 (14.1%)	40 (51.3%)	27 (34.6%)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	2 (8.0%)	16 (64.0%)	7 (28.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	9 (7.0%)	86 (66.7%)	34 (26.4%)	129 (100.0 %)
ครู	-	10 (35.7%)	18 (64.3%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	-	2 (100.0 %)	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	-	2 (100.0 %)	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 50.564$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ ($\chi^2 = 18.849$, Sig. = 0.042) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้ มีความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.82

ตารางที่ 4.82 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 เยน	13 (9.5%)	71 (51.8%)	53 (38.7%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 เยน	5 (8.2%)	46 (75.4%)	10 (16.4%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 เยน	2 (8.0%)	15 (60.0%)	8 (32.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 เยน	5 (25.0%)	8 (40.0%)	7 (35.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 เยน	9 (15.8%)	30 (52.6%)	18 (31.6%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 เยน	8 (8.0%)	58 (58.0%)	34 (34.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 18.849$, Sig. = 0.042				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ ($\chi^2 = 12.485$, Sig. = 0.052) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกสถานภาพ ยกเว้นสถานภาพหย่า มีความพึงพอใจในการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่า จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.83

ตารางที่ 4.83 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการให้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	21 (10.4%)	115 (57.2%)	65 (32.3%)	201 (100.0 %)
โสด	12 (8.0%)	81 (54.0%)	57 (38.0%)	150 (100.0 %)
หย่า	6 (24.0%)	14 (56.0%)	5 (20.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	3 (12.5%)	18 (75.0%)	3 (12.5%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 12.485$, Sig. = 0.052				

การอธิบายสินค้าได้อย่างดี

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้าได้อย่างดี พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้าได้อย่างดี ($\chi^2 = 7.207$, Sig. = 0.027) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในการอธิบายสินค้าได้อย่างดี ในระดับปานกลาง และรองลงมาก็คือระดับมาก ดังตารางที่ 4.84

ตารางที่ 4.84 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการอธิบายสินค้าได้อย่างดี

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	28 (13.3 %)	118 (56.2 %)	64 (30.5 %)	210 (100.0 %)
หญิง	27 (14.2%)	127 (66.8%)	36 (18.9%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 7.207$, Sig. = 0.027				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้า ได้อย่างดี พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้าได้อย่างดี ($\chi^2 = 14.404$, Sig. = 0.025) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุ ยกเว้นผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี มีความพึงพอใจในการอธิบายสินค้าได้อย่างดี ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในการอธิบายสินค้าได้อย่างดีในระดับมาก และรองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.85

ตารางที่ 4.85 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการอธิบายสินค้าได้อย่างดี

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	1 (6.3%)	7 (43.8 %)	8 (50.0 %)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	22 (15.4%)	97 (67.8%)	24 (16.8%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	15 (10.6%)	84 (59.2%)	43 (30.3%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	17 (17.2%)	57 (57.6%)	25 (25.3%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 14.404$, Sig. = 0.025				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้า ได้อย่างดีพบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้าได้อย่างดี ($\chi^2 = 31.694$, Sig. = 0.011) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นอาชีพ แม่บ้าน มีความพึงพอใจในการอธิบายสินค้าได้อย่างดีในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับ มาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้านจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในการอธิบายสินค้าได้อย่างดีในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.86

ตารางที่ 4.86 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการอธิบายสินค้าได้อย่างดี

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	1 (2.4%)	25 (61.0%)	15 (36.6%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	-	18 (75.0%)	6 (25.0%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	20 (28.2%)	36 (50.7%)	15 (21.1%)	71 (100.0 %)
พณง.เอกชน	12 (15.4%)	47 (60.3%)	19 (24.4%)	78 (100.0 %)
พณง.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	2 (8.0%)	20 (80.0%)	3 (12.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	19 (14.7%)	76 (58.9%)	34 (26.4%)	129 (100.0 %)
ครู	1 (3.6%)	19 (67.9%)	8 (28.6%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 31.694$, Sig. = 0.011				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้า ได้อย่างดี พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้าได้อย่างดี ($\chi^2 = 32.312$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้ ยกเว้นช่วง รายได้ระหว่าง 25,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจในการอธิบายสินค้าได้อย่างดี ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงรายได้ระหว่าง 25,001 – 50,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการอธิบายสินค้าได้อย่างดีในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.87

ตารางที่ 4.87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการอธิบายสินค้าได้อย่างดี

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	19 (13.9%)	72 (52.6 %)	46 (33.6%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	5 (8.2%)	52 (85.2%)	4 (6.6%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	1 (4.0%)	20 (80.0%)	4 (16.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	3 (15.0%)	10 (50.0%)	7 (35.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	7 (12.3%)	31 (54.4%)	19 (33.3%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	20 (20.0%)	60 (60.0%)	20 (20.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 32.312$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้าได้ดี พบว่า สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการอธิบายสินค้าได้ดี ($\chi^2 = 11.026$, Sig. = 0.088) ดังตารางที่ 4.88

ตารางที่ 4.88 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการอธิบายสินค้าได้ดี

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	34 (16.9%)	119 (59.2%)	48 (23.9%)	201 (100.0 %)
โสด	12 (8.0%)	94 (62.7%)	44 (29.3%)	150 (100.0 %)
หย่า	6 (24.0%)	14 (56.0%)	5 (20.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	3 (12.5%)	18 (75.0 %)	3 (12.5%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 11.026$, Sig. = 0.088				

การเชิญชวนให้ซื้อสินค้า

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า ($\chi^2 = 1.961$, Sig. = 0.375) ดังตารางที่ 4.89

ตารางที่ 4.89 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	19 (9.0%)	161 (76.7%)	30 (14.3%)	210 (100.0 %)
หญิง	21 (11.1 %)	134 (70.5%)	35 (18.4 %)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 1.961$, Sig. = 0.375				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า ($\chi^2 = 5.403$, Sig. = 0.493) ดังตารางที่ 4.90

ตารางที่ 4.90 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	1 (6.3 %)	11 (68.8%)	4 (25.0 %)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	14 (9.8%)	101 (70.6%)	28 (19.6%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	18 (12.7%)	105 (73.9%)	19 (13.4%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	6 (6.1%)	78 (78.8%)	14 (14.1%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 5.403$, Sig. = 0.493				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า ($\chi^2 = 54.084$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นอาชีพครู, อาชีพอิสระ และอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า ในระดับปานกลาง และรองลงมาก็ในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพครู, อาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการเชิญชวนให้ซื้อสินค้าในระดับปานกลาง และรองลงมาก็ในระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า ในระดับน้อย ดังตารางที่ 4.91

ตารางที่ 4.91 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	1 (2.4%)	33 (80.5%)	7 (17.5%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	2 (8.3%)	15 (62.5%)	7 (29.2%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	14 (19.7%)	43 (60.6%)	14 (19.7%)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	10 (12.8%)	56 (71.8%)	12 (15.4%)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	3 (12.0%)	13 (52.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	6 (4.7%)	107 (82.9%)	16 (12.4%)	129 (100.0 %)
ครู	2 (7.1%)	26 (92.9%)	-	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	2 (100.0%)	-	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 54.084$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า พบว่า รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า ($\chi^2 = 13.845$, Sig. = 0.080) ดังตารางที่ 4.92

ตารางที่ 4.92 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	13 (9.5%)	102 (74.5%)	22 (16.1%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	4 (6.6%)	49 (80.3%)	8 (13.1%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	2 (8.0%)	14 (56.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	3 (15.0%)	14 (70.0%)	3 (15.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	3 (5.3%)	44 (77.2%)	10 (17.5%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	15 (15.0%)	72 (72.0%)	13 (13.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 13.845$, Sig. = 0.080				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า ($\chi^2 = 5.708$, Sig. = 0.457) ดังตารางที่ 4.93

ตารางที่ 4.93 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการเชิญชวนให้ซื้อสินค้า

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	21 (10.4%)	153 (76.1%)	27 (13.4%)	201 (100.0 %)
โสด	16 (10.7%)	107 (71.3%)	27 (18.0%)	150 (100.0 %)
หย่า	-	19 (76.0%)	6 (24.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	3 (12.5%)	16 (66.7%)	5 (20.8%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 5.708$, Sig. = 0.457				

การเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่นๆ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่นๆ ($\chi^2 = 0.009$, Sig. = 0.996) ดังตารางที่ 4.94

ตารางที่ 4.94 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	41 (19.5%)	119 (56.7%)	50 (23.8%)	210 (100.0 %)
หญิง	37 (19.5%)	107 (56.3%)	46 (24.2%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 0.009$, Sig. = 0.996				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ($\chi^2 = 24.986$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุ ยกเว้นช่วงอายุระหว่าง 35 – 54 ปี และช่วงอายุที่ต่ำกว่า 15 ปี มีความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 35 – 54 ปี จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุที่ต่ำกว่า 15 ปี จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับปานกลางและมาก ในจำนวนเท่ากันและรองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.95

ตารางที่ 4.95 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	2 (12.5%)	7 (43.8%)	7 (43.8%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	19 (13.3%)	86 (60.1%)	38 (26.6%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	31 (21.8%)	92 (64.8%)	19 (13.4%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	26 (26.3%)	41 (41.4%)	32 (32.3%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 24.986$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ($\chi^2 = 51.753$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ในทุกกลุ่มอาชีพยกเว้นอาชีพ นักเรียน, พนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ, เกษียณอายุ และ ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน และเกษียณอายุแล้ว จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับปานกลาง และ รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐบาล/รัฐวิสาหกิจ จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับมาก และรองลงมาคือระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือในระดับน้อย ดังตารางที่ 4.96

ตารางที่ 4.96 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	4 (9.8%)	21 (51.2%)	16 (39.0%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	6 (25.0%)	13 (54.2%)	5 (20.8%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	15 (21.1%)	45 (63.4%)	11 (15.5%)	71 (100.0 %)
พจน.เอกชน	21 (26.9%)	41 (52.6%)	16 (20.5%)	78 (100.0 %)
พจน.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	2 (8.0%)	9 (36.0%)	14 (56.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	27 (20.9%)	69 (53.5%)	33 (25.6%)	129 (100.0 %)
ครู	1 (3.6%)	26 (92.9%)	1 (3.6%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	2 (100.0%)	-	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 51.753$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ($\chi^2 = 57.055$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้ ยกเว้นช่วงรายได้ระหว่าง 50,001-75,000 บาท และมากกว่า 150,000 บาท มีความพึงพอใจในการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ช่วงระหว่าง 50,001 – 75,000 บาท จำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 150,000 บาท จำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจในการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับน้อย รองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.97

ตารางที่ 4.97 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	18 (13.1%)	84 (61.3%)	35 (25.5%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	8 (13.1%)	45 (73.8%)	8 (13.1%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	3 (12.0%)	10 (40.0%)	12 (48.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	2 (10.0%)	13 (65.0%)	5 (25.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	5 (8.8%)	36 (63.2%)	16 (28.1%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	42 (42.0%)	38 (38.0%)	20 (20.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 57.055$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับระดับ

ความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ($\chi^2 = 18.524$, Sig. = 0.005) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกสถานภาพ ยกเว้นผู้ที่แต่งงานแล้วมีระดับความพึงพอใจในการเสนอความช่วยเหลือในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่แต่งงานแล้วจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่น ๆ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.98

ตารางที่ 4.98 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการเสนอความช่วยเหลือหรือบริการอื่นๆ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	50 (24.9%)	117 (58.2%)	34 (16.9%)	201 (100.0 %)
โสด	23 (15.3%)	82 (54.7%)	45 (30.0%)	150 (100.0 %)
หย่า	3 (12.0%)	11 (44.0%)	11 (44.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	2 (8.3%)	16 (66.7%)	6 (25.0%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 18.524$, Sig. = 0.005				

การเสนอการบรรจุหีบห่อสินค้า

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อ ($\chi^2 = 0.192$, Sig. = 0.909) ดังตารางที่ 4.99

ตารางที่ 4.99 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับการเสนอการบรรจุหีบห่อ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	31 (14.8%)	126 (60.0%)	53 (25.2%)	210 (100.0 %)
หญิง	27 (14.2%)	118 (62.1%)	45 (23.7%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 0.192$, Sig. = 0.909				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเสนอการบรรจุหีบห่อ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการเสนอการบรรจุหีบห่อ ($\chi^2 = 12.703$, Sig. = 0.048) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุ ยกเว้นช่วงอายุระหว่าง 35 – 54 ปี มีความพึงพอใจในการบรรจุหีบห่อเสนอความช่วยเหลือในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 35 – 54 ปี จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อยและมากในจำนวนที่เท่ากัน ดังตารางที่ 4.100

ตารางที่ 4.100 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับการเสนอการบรรจุหีบห่อ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	2 (12.5%)	7 (43.8%)	7 (43.8%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	16 (11.2%)	83 (58.0%)	44 (30.8%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	23 (16.2%)	96 (67.6%)	23 (16.2%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	17 (17.2%)	58 (58.6%)	24 (24.2%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 12.703$, Sig. = 0.048				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อ ($\chi^2 = 37.205$, Sig. = 0.002) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา และผู้เกษียณอายุแล้ว มีความพึงพอใจในการเสนอการบรรจุหีบห่อในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการเสนอการบรรจุหีบห่อในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เกษียณอายุแล้วมีความพึงพอใจในการเสนอการบรรจุหีบห่อในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.101

ตารางที่ 4.101 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับการเสนอการบรรจุหีบห่อ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	4 (9.8%)	20 (48.8%)	17 (41.5%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	2 (8.3%)	10 (41.7%)	12 (50.0%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	12 (16.9%)	46 (64.8%)	13 (18.3%)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	15 (19.2%)	41 (52.6%)	22 (28.2%)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	2 (8.0%)	13 (52.0%)	10 (40.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	22 (17.1%)	86 (66.7%)	21 (16.3%)	129 (100.0 %)
ครู	1 (3.6%)	24 (85.7%)	3 (10.7%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 37.205$, Sig. = 0.002				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อ ($\chi^2 = 28.562$, Sig. = 0.001) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้ ยกเว้นช่วงรายได้ระหว่าง 25,001-50,000 บาท และมากกว่า 150,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ระหว่าง 25,001-50,000 บาท และมากกว่า 150,000 บาทขึ้นไปจำนวนมากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.102

ตารางที่ 4.102 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับการเสนอการบรรจุหีบห่อ

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	15 (10.9%)	76 (55.5%)	46 (33.6%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	9 (14.8%)	44 (72.1%)	8 (13.1%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	2 (8.0%)	13 (52.0%)	10 (40.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	1 (5.0%)	15 (75.0%)	4 (20.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	6 (10.5%)	36 (63.2%)	15 (26.3%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	25 (25.0%)	60 (60.0%)	15 (15.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 28.562$, Sig. = 0.001				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อ พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเสนอการบรรจุหีบห่อ ($\chi^2 = 34.255$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกสถานภาพ ยกเว้นสถานภาพโสดและหย่าร้าง มีความพึงพอใจในการเสนอการบรรจุหีบห่อในระดับปานกลาง และรองลงมาก็คือระดับน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดและหย่าร้างจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในการเสนอการบรรจุหีบห่อในระดับปานกลาง และรองลงมาก็คือระดับมาก ดังตารางที่ 4.103

ตารางที่ 4.103 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับการเสนอการบรรจุหีบห่อ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	35 (17.4%)	134 (66.7%)	32 (15.9%)	201 (100.0 %)
โสด	10 (6.7%)	86 (57.3%)	54 (36.0%)	150 (100.0 %)
หย่า	4 (16.0%)	13 (52.0%)	8 (32.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	9 (37.5%)	11 (45.8%)	4 (16.7%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 34.255$, Sig. = 0.000				

ภาษาที่ใช้สื่อสาร

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร ($\chi^2 = 7.320$, Sig. = 0.026) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจในภาษาที่ใช้สื่อสารในระดับปานกลาง และลดลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.104

ตารางที่ 4.104 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับภาษาที่ใช้สื่อสาร

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	13 (6.2%)	118 (56.2%)	79 (37.6%)	210 (100.0 %)
หญิง	17 (8.9%)	125 (65.8%)	48 (25.3%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 7.320$, Sig. = 0.026				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร ($\chi^2 = 24.403$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุมีความพึงพอใจในภาษาที่ใช้สื่อสารในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.105

ตารางที่ 4.105 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับภาษาที่ใช้สื่อสาร

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	2 (12.5%)	10 (62.5%)	4 (25.0%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	6 (4.2%)	93 (65.0%)	44 (30.8%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	4 (2.8%)	88 (62.0%)	50 (35.2%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	18 (18.2%)	52 (52.5%)	29 (29.3%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 24.403$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร ($\chi^2 = 22.214$, Sig. = 0.136) ดังตารางที่ 4.106

ตารางที่ 4.106 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับภาษาที่ใช้สื่อสาร

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	3 (7.3%)	25 (61.0%)	13 (31.7%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	1 (4.2%)	14 (58.3%)	9 (37.5%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	4 (5.6%)	49 (69.0%)	18 (25.4%)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	4 (5.1%)	45 (57.7%)	29 (37.2%)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	3 (12.0%)	13 (52.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	15 (11.6%)	71 (55.0%)	43 (33.3%)	129 (100.0 %)
ครู	-	24 (85.7%)	4 (14.3%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	-	2 (100.0%)	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 22.214$, Sig. = 0.136				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร ($\chi^2 = 24.291$, Sig. = 0.007) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้ ยกเว้นช่วงรายได้ระหว่าง 100,001 – 125,000 บาท มีความพึงพอใจในภาษาที่ใช้สื่อสาร ในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 100,001 – 125,000 บาท จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในภาษาที่ใช้สื่อสารในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.107

ตารางที่ 4.107 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับภาษาที่ใช้สื่อสาร

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	5 (3.6%)	86 (62.8%)	46 (33.6%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	2 (3.3%)	44 (72.1%)	15 (24.6%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	1 (4.0%)	15 (60.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	1 (5.0%)	15 (75.0%)	4 (20.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	8 (14.0%)	23 (40.4%)	26 (45.6%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	13 (13.0%)	60 (60.0%)	27 (27.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 24.291$, Sig. = 0.007				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อภาษาที่ใช้สื่อสาร ($\chi^2 = 30.633, \text{Sig.} = 0.000$) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มสถานภาพ ยกเว้นสถานภาพหม้าย มีความพึงพอใจในภาษาที่ใช้สื่อสารในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในภาษาที่ใช้สื่อสารในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.108

ตารางที่ 4.108 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับภาษาที่ใช้สื่อสาร

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	11 (5.5%)	124 (61.7%)	66 (32.8%)	201 (100.0 %)
โสด	6 (4.0%)	94 (62.7%)	50 (33.3%)	150 (100.0 %)
หย่า	6 (24.0%)	12 (48.0%)	7 (28.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	7 (29.2%)	13 (54.2%)	4 (16.7%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 30.633, \text{Sig.} = 0.000$				

มารยาทในการให้บริการ

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อมารยาทในการให้บริการ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อมารยาทในการให้บริการ ($\chi^2 = 11.308$, Sig. = 0.004) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจในมารยาทในการให้บริการ ในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.109

ตารางที่ 4.109 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับมารยาทในการให้บริการ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	9 (4.3%)	118 (56.2%)	83 (39.5%)	210 (100.0 %)
หญิง	14 (7.4%)	130 (68.4%)	46 (24.2%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 11.308$, Sig. = 0.004				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อมารยาทในการให้บริการ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อมารยาทในการให้บริการ ($\chi^2 = 29.922$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงอายุ ยกเว้นช่วงอายุระหว่าง 35 – 54 ปีมีความพึงพอใจในมารยาทในการให้บริการในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุระหว่าง 35 – 54 ปีจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในมารยาทในการให้บริการในระดับมาก รองลงมาคือระดับปานกลาง ดังตารางที่ 4.110

ตารางที่ 4.110 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับมารยาทในการให้บริการ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	1 (6.3%)	12 (75.0%)	3 (18.8%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	9 (6.3%)	104 (72.7%)	30 (21.0%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	10 (7.0%)	64 (45.1%)	68 (47.9%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	3 (3.0%)	68 (68.7%)	28 (28.3%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 29.922$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อมารยาทในการให้บริการ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อมารยาทในการให้บริการ ($\chi^2 = 62.164$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นอาชีพอิสระและอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในมารยาทในการให้บริการในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ จำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในมารยาทในการให้บริการในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในมารยาทในการให้บริการในระดับน้อย ดังตารางที่ 4.111

ตารางที่ 4.111 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับมารยาทในการให้บริการ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	2 (4.9%)	27 (65.9%)	12 (29.3%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	1 (4.2%)	16 (66.7%)	7 (29.2%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	2 (2.8%)	47 (66.2%)	22 (31.0%)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	9 (11.5%)	46 (59.0%)	23 (29.5%)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	5 (20.0%)	10 (40.0%)	10 (40.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	2 (1.6%)	81 (62.8%)	46 (35.7%)	129 (100.0 %)
ครู	-	21 (75.0%)	7 (25.0%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	-	2 (100.0%)	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	2 (100.0%)	-	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 62.164$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อมารยาทในการให้บริการ พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อมารยาทในการให้บริการ ($\chi^2 = 18.389$, Sig. = 0.049) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้มีความพึงพอใจในมารยาทในการให้บริการในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.112

ตารางที่ 4.112 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับมารยาทในการให้บริการ

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 เยน	2 (1.5%)	97 (70.8%)	38 (27.7%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 เยน	2 (3.3%)	35 (57.4%)	24 (39.3%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 เยน	2 (8.0%)	15 (60.0%)	8 (32.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 เยน	2 (10.0%)	13 (65.0%)	5 (25.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 เยน	8 (14.0%)	30 (52.6%)	19 (33.3%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 เยน	7 (7.0%)	58 (58.0%)	35 (35.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 18.389$, Sig. = 0.049				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อ
 มารยาทในการให้บริการ พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อ
 มารยาทในการให้บริการ ($\chi^2 = 5.434$, Sig. = 0.489) ดังตารางที่ 4.113

ตารางที่ 4.113 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับมารยาทในการให้บริการ

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	12 (6.0%)	119 (59.2%)	70 (34.8%)	201 (100.0 %)
โสด	7 (4.7%)	98 (65.3%)	45 (30.0%)	150 (100.0 %)
หย่า	3 (12.0%)	13 (52.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	1 (4.2%)	18 (75.0%)	5 (20.8%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 5.434$, Sig. = 0.489				

เครื่องแต่งกายที่เหมาะสม

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม ($\chi^2 = 13.434$, Sig. = 0.001) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความพึงพอใจในเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ดังตารางที่ 4.114

ตารางที่ 4.114 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง เพศกับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม

เพศ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ชาย	4 (1.9%)	143 (68.1%)	63 (30.0%)	210 (100.0 %)
หญิง	15 (7.9%)	140 (73.7%)	35 (18.4%)	190 (100.0 %)
$\chi^2 = 13.434$, Sig. = 0.001				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม ($\chi^2 = 11.614$, Sig. = 0.071) ดังตารางที่ 4.115

ตารางที่ 4.115 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อายุกับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 15 ปี	1 (6.3%)	14 (87.5%)	1 (6.3%)	16 (100.0 %)
15-34 ปี	5 (3.5%)	108 (75.5%)	30 (21.0%)	143 (100.0 %)
35-54 ปี	7 (4.9%)	88 (62.0%)	47 (33.1%)	142 (100.0 %)
มากกว่า 54 ปีขึ้นไป	6 (6.1%)	73 (73.7%)	20 (20.2%)	99 (100.0 %)
$\chi^2 = 11.614$, Sig. = 0.071				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม ($\chi^2 = 28.281$, Sig. = 0.029) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้น อาชีพอิสระ มีความพึงพอใจในเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระจำนวนมากที่สุดมีความพึงพอใจในเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมในระดับมาก ดังตารางที่ 4.116

ตารางที่ 4.116 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพกับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
นักเรียน	1 (2.4%)	32 (78.0%)	8 (19.5%)	41 (100.0 %)
นศ.ในสถาบันฯ	2 (8.3%)	14 (58.3%)	8 (33.3%)	24 (100.0 %)
แม่บ้าน	7 (9.9%)	53 (74.6%)	11 (15.5%)	71 (100.0 %)
พณ.เอกชน	2 (2.6%)	52 (66.7%)	24 (30.8%)	78 (100.0 %)
พณ.รัฐ รัฐวิสาหกิจ	3 (12.0%)	13 (52.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
เกษียณอายุ	4 (3.1%)	93 (72.1%)	32 (24.8%)	129 (100.0 %)
ครู	-	24 (85.7%)	4 (14.3%)	28 (100.0 %)
อาชีพอิสระ	-	-	2 (100.0%)	2 (100.0 %)
ธุรกิจส่วนตัว	-	2 (100.0%)	-	2 (100.0 %)
$\chi^2 = 28.281$, Sig. = 0.029				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม ($\chi^2 = 36.800$, Sig. = 0.000) โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดในทุกช่วงรายได้ ยกเว้นช่วงรายได้ระหว่าง 75,001-100,000 บาท มีความพึงพอใจในเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมในระดับปานกลาง รองลงมาคือระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงรายได้ระหว่าง 75,001 – 100,000 บาท มีความพึงพอใจในเครื่องแต่งกายในระดับปานกลาง และรองลงมาคือระดับน้อย ดังตารางที่ 4.117

ตารางที่ 4.117 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้กับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม

รายได้	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
ต่ำกว่า 25,000 บาท	1 (0.7%)	107 (78.1%)	29 (21.2%)	137 (100.0 %)
25,001-50,000 บาท	-	52 (85.2%)	9 (14.8%)	61 (100.0 %)
50,001-75,000 บาท	3 (12.0%)	13 (52.0%)	9 (36.0%)	25 (100.0 %)
75,001-100,000 บาท	4 (20.0%)	13 (65.0%)	3 (15.0%)	20 (100.0 %)
100,001-125,000 บาท	5 (8.8%)	32 (56.1%)	20 (35.1%)	57 (100.0 %)
มากกว่า 150,000 บาท	6 (6.0%)	66 (66.0%)	28 (28.0%)	100 (100.0 %)
$\chi^2 = 36.800$, Sig. = 0.000				

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม ($\chi^2 = 5.645$, Sig. = 0.464) ดังตารางที่ 4.118

ตารางที่ 4.118 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง สถานภาพการสมรสกับเครื่องแต่งกายที่เหมาะสม

สถานภาพ	ระดับความพึงพอใจ			รวม
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
สมรส	11 (5.5%)	137 (68.2%)	53 (26.4%)	201 (100.0 %)
โสด	4 (2.7%)	115 (76.7%)	31 (20.7%)	150 (100.0 %)
หย่า	2 (8.0%)	16 (64.0%)	7 (28.0%)	25 (100.0 %)
หม้าย	2 (8.3%)	15 (62.5%)	7 (29.2%)	24 (100.0 %)
$\chi^2 = 5.645$, Sig. = 0.464				

4.4 ปัญหาและอุปสรรคในการซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการซื้อสินค้าของที่ระลึกในโครงการ OTOP นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในครั้งนี้ พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่พบในการซื้อสินค้าของที่ระลึกคือ ไม่รู้จักแหล่งจำหน่ายได้ทั่วถึงเพียงพอ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 รองลงมาคือ ขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ขาดสิ่งกระตุ้น สิ่งจูงใจ และดึงดูดใจในการซื้อ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และตราสินค้าไม่เป็นที่ยอมรับ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2

สำหรับในส่วนของปัญหาที่ไม่ค่อยพบคือ ไม่ไว้วางใจในสินค้าในโครงการ OTOP จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 รองลงมาคือ ค่าอธิบายสินค้าไม่ชัดเจน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และจำนวนร้านค้าและสถานที่จำหน่ายมีน้อย ไม่สะดวก หาซื้อสินค้าลำบาก จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.119

ตารางที่ 4.119 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้าของที่ระลึก
ในโครงการ OTOP นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ปัญหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ไม่มีสินค้าที่ต้องการ	69	8.1
2. สินค้ามีรูปแบบไม่น่าสนใจ หรือล้าสมัย	32	3.8
3. ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	77	9.1
4. ราคาไม่เหมาะสม	61	7.2
5. ราคาเปลี่ยนแปลงบ่อย	66	7.8
6. จำนวนร้านค้าและสถานที่จำหน่ายมีน้อย		
ไม่สะดวก หาซื้อสินค้าลำบาก	38	4.5
7. ไม่รู้จักแหล่งจำหน่ายได้ทั่วถึงเพียงพอ	127	14.9
8. ขาดข้อมูลประกอบการตัดสินใจ	115	13.5
9. ขาดสิ่งกระตุ้น สิ่งจูงใจและดึงดูดใจในการซื้อ	112	13.2
10. ราคาสินค้าไม่เป็นที่ยอมรับ	104	12.2
11. ไม่ไว้วางใจในสินค้าในโครงการ OTOP	14	1.6
12. คำอธิบายสินค้าไม่ชัดเจน	35	4.1
รวม	850**	100.0

**เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการซื้อสินค้าของที่ระลึกในโครงการ OTOP นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ในครั้งนี้ พบว่าอุปสรรคส่วนใหญ่ที่พบในการซื้อสินค้าของที่ระลึกคือ ค่าขนส่งแพง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ ความแตกต่างของสภาพอากาศ อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการเก็บรักษาได้ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และไม่สามารถนำสินค้าเข้าประเทศได้ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.120

ตารางที่ 4.120 แสดงจำนวนและร้อยละ ของอุปสรรคที่พบจากการซื้อสินค้าของที่ระลึก
ในโครงการ OTOP นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ปัญหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1. ไม่สามารถนำสินค้าเข้าประเทศได้	63	25.0
2. ความแตกต่างของสภาพอากาศ อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการเก็บรักษาได้	89	35.3
3. ค่าขนส่งแพง	100	39.7
รวม	252**	100.0

**เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ