

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะนำเอาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ของการศึกษาในหัวข้อเรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเทปใสในเขตกรุงเทพมหานคร" มาทำการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลชั้นปฐมภูมิตั้งกล่าวนี้ได้มาจากการใช้การสัมภาษณ์โดยพนักงานไปยังบริเวณต่าง ๆ ภายในเขตกรุงเทพมหานครโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Convenience Sampling เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้ง 3 อาชีพ คือ กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ระยะเวลาที่ทำการสำรวจ อยู่ในระหว่างวันที่ 18 กรกฎาคม 2531 ถึงวันที่ 5 สิงหาคม 2531 ในครั้งแรกให้ทำการออกแบบสอบถาม 315 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้แบบสอบถาม 300 ตัวอย่างตามกำหนดการศึกษา

แบบสอบถามที่ส่งให้ผู้ให้สัมภาษณ์จะครอบคลุมวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อเทปใส
2. เพื่อให้ทราบถึงสถานที่จำหน่ายเทปใสและเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ
3. เพื่อให้ทราบถึงยี่ห้อและขนาดของเทปใสที่ผู้ให้สัมภาษณ์ซื้อ
4. เพื่อให้ทราบข้อคิดเห็นทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีต่อเทปใส

ผลการวิจัยตารางข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

<u>ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด</u>	ราย	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	117	39.0
หญิง	183	61.0
<u>อายุ</u>		
น้อยกว่า 20 ปี	47	15.70
20 - 29 ปี	177	59.0
30 - 39 ปี	62	20.70
ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	14	4.60
<u>อาชีพ</u>		
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	97	32.30
ข้าราชการ พนักงานบริษัท	101	33.70
เจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ	102	34.00
<u>รายได้ต่อเดือน</u>		
ต่ำกว่า 2,000 บาท	61	20.30
2,000 - 2,999 บาท	57	19.00
3,000 - 3,999 บาท	61	20.30
4,000 - 4,999 บาท	63	21.00
ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป	58	19.40



การวิเคราะห์ตารางข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ทำการศึกษาขึ้น เป็นการศึกษาลักษณะทั่ว ๆ ไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์อย่างกว้าง ๆ อันเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านข้อคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วยเพศชาย จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด และเพศหญิงจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสิ้น 300 คน

ผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วยผู้ที่มีอายุในระดับน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด ผู้ที่มีอายุระดับ 20-29 ปี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 ผู้ที่มีระดับอายุ 30-39 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และผู้มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 300 คน

ผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วยอาชีพดังนี้คือ

นักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 30 คน ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และห้างร้านต่าง ๆ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 และผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการหรือประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0

ผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วยผู้ที่มีระดับรายได้ดังนี้คือ

ผู้ที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน

จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3

ผู้ที่มีระดับรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน

จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

ผู้ที่มีระดับรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน

จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3

ผู้ที่มีระดับรายได้ 4,000-4,999 บาท/เดือน

จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0

และผู้ที่มีระดับรายได้ตั้งแต่ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป
จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 300 คน

สถานการณ์ผู้พิการเรื้อรังของประเทศไทย

ตารางที่ 1 ก. ตารางแสดงจำนวนของผู้พิการเรื้อรังของประเทศไทยแยกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการซื้อ

การรับรู้การเรื้อรัง ของประเทศไทย	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้					พฤติกรรมการซื้อ	
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของ กิจการผู้ ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000	ซื้อ	ไม่ซื้อ
รวม	300	117	183	47	117	62	14	97	101	102	61	57	61	63	58	241	59
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ผู้โดยการ Unaided	176	73	103	18	119	33	6	44	65	67	28	27	43	40	38	153	23
%	58.7	62.4	56.2	38.3	67.2	53.2	42.9	45.4	64.4	65.7	45.9	47.4	70.5	63.5	65.5	63.5	39.0
ผู้โดยการ Aided	105	39	66	26	45	27	7	47	32	26	29	23	16	20	17	77	28
%	35.0	33.3	36.1	55.3	25.4	43.6	50.0	48.4	31.7	25.5	47.5	40.3	26.2	31.7	29.3	31.9	47.5
ไม่รู้จักเลย	19	5	14	3	13	2	1	6	4	9	4	7	2	3	3	11	8
%	6.3	4.3	7.6	6.4	7.4	3.2	7.1	6.2	3.9	9.8	6.6	12.3	3.3	4.8	5.2	4.6	13.5

วิเคราะห์แยกตามเพศ ในกลุ่มของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศชาย มีสัดส่วนของผู้ที่รู้จักยี่ห้อของเทปใส โดยการ Unaided สูงกว่ากลุ่มที่เป็นเพศหญิงเล็กน้อย โดยมีจำนวนผู้รู้จักเทปใสโดยไม่ต้อง Aided 73 คน คิดเป็นร้อยละ 62.4 ของจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศชาย 117 คน ในขณะที่กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศหญิง มีจำนวนที่รู้จักยี่ห้อของเทปใสโดยไม่ต้อง Aided 103 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 ของกลุ่มที่เป็นเพศหญิง จำนวน 183 คน

วิเคราะห์แยกตามอายุ ในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนของผู้ที่รู้จักยี่ห้อของเทปใสโดยการ Unaided มากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี โดยผู้ที่มีอายุในช่วง 20-29 ปี, 30-39 ปี และตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนของผู้ที่รู้จักยี่ห้อของเทปใสโดยการ Unaided คิดเป็นร้อยละ 67.2, 53.2 และ 42.9 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี และตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป เท่ากับ 177 คน, 62 คน และ 14 คน ตามลำดับ สำหรับกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสัดส่วนของผู้ที่รู้จักยี่ห้อของเทปใสโดยการ Unaided คิดเป็นร้อยละ 38.3 จากจำนวนผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี รวม 47 คน

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มอาชีพ ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และเจ้าของกิจการหรือผู้ที่ประกอบอาชีพอิสระ มีสัดส่วนของผู้ที่รู้จักเทปใสโดยการ Unaided สูงกว่ากลุ่มของนักเรียน นักศึกษา โดยมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 64.4 และ 65.7 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษามีสัดส่วนเพียงร้อยละ 45.4 ของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา จำนวนรวม 97 คน

วิเคราะห์แยกตามรายได้ กลุ่มผู้มีระดับรายได้ตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไป มีสัดส่วนของผู้ที่รู้จักยี่ห้อของเทปใส โดยการ Unaided สูงกว่ากลุ่มที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท/เดือน โดยกลุ่มผู้มีรายได้ระดับ 3,000-3,999 บาท/เดือน, 4,000-4,999 บาท/เดือน และตั้งแต่ 5,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีสัดส่วนของการที่ผู้รู้จักยี่ห้อของเทปใสโดยการ Unaided คิดเป็นร้อยละ 70.5, 63.5 และ 65.5 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน และต่ำกว่า 2,000/เดือน มีสัดส่วนของผู้ที่รู้จักยี่ห้อของเทปใสโดยการ Unaided คิดเป็นร้อยละ 47.4 และ 45.9 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามพฤติกรรมการซื้อ กลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้
เอง ผู้จกตรรายหัวของเทปใสที่มีจำหน่ายในท้องตลาดมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ซื้อเทปใส
ใช้เอง โดยเฉพาะเป็นผู้ที่รู้โดยการ Unaided จำนวน 153 คน คิดเป็น ร้อยละ
63.5 ของกลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อใช้เอง 241 คน ในขณะที่กลุ่มผู้ที่ไม่ได้ซื้อใช้
เอง มีจำนวนผู้ที่รู้จักเทปใสโดยการ Unaided จำนวน 23 คน คิดเป็น ร้อยละ
39.0 จากจำนวนผู้ที่ไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง 59 คน

ตารางที่ 1 ข. ตารางแสดงจำนวนของผู้ให้สัมภาษณ์ที่รู้จักครายี่ห้อของเทปใสโดยการ Unaided แยกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการซื้อ

รู้จักชื่อของเทปใส โดยการ Unaided	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้					พฤติกรรมการซื้อ	
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ- พนักงาน	เจ้าของ กิจการผู้ ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000	ซื้อ	ไม่ซื้อ
รวม	176	73	103	18	119	33	6	44	65	67	28	27	43	40	38	153	23
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
3 M	143	62	81	16	97	24	6	40	57	46	24	21	32	33	33	125	18
%	81.2	84.9	78.6	88.9	81.5	72.7	100	90.9	87.7	68.7	85.7	77.8	74.7	82.5	86.8	81.7	78.3
ยูนิเทป	83	31	52	10	54	17	2	23	23	37	15	14	23	16	15	78	5
%	47.1	42.5	50.5	55.5	45.4	51.5	3.3	52.3	35.4	55.2	53.6	51.8	53.5	40.0	39.5	51.0	21.7
หลุยส์เทป	52	23	29	4	35	13	-	11	18	23	5	9	16	10	12	44	8
%	29.5	31.5	28.1	22.2	29.4	39.4	-	25.0	27.6	34.3	17.8	33.3	37.2	25.0	31.6	28.8	34.8
แพนทิกส์เทป	18	7	11	2	12	4	-	5	4	9	3	6	5	4	2	17	1
%	10.2	9.6	10.7	11.1	10.1	12.2	-	11.4	6.2	13.4	10.7	14.8	11.6	10.0	5.3	11.1	4.3
โกลดาเทป	13	7	6	-	12	-	1	-	6	7	-	-	9	2	2	12	1
%	7.4	9.6	5.8	-	10.1	-	1.7	-	9.2	10.4	-	-	20.9	5.0	5.3	7.8	4.3



วิเคราะห์แยกตามเพศ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศชายและเพศหญิงต่างรู้จักยี่ห้อ 3M มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 สำหรับอันดับที่ 2 ได้แก่ ยี่ห้อยูนิเทป และอันดับที่ 3 ได้แก่ หลุยส์เทป โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เพศชายรู้จักยี่ห้อ 3M ยูนิเทป และ หลุยส์เทป คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 84.9, 42.5 และ 31.5 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศหญิงรู้จักทั้ง 3 ยี่ห้อ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 78.6, 50.5 และ 28.1 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามอายุ ผู้ให้สัมภาษณ์ในช่วงอายุต่าง ๆ กัน คือ น้อยกว่า 20 ปี, 20-29 ปี, 30-39 ปี และตั้งแต่อายุ 40 ปีขึ้นไป ต่างรู้จักยี่ห้อ 3M มากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 88.9, 81.5, 72.7 และ 100 ตามลำดับ สำหรับยี่ห้อที่ผู้ให้สัมภาษณ์รู้จักมากเป็นอันดับ 2 ได้แก่ ยูนิเทป คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 55.5, 45.4, 51.5 และ 3.3 ตามลำดับ สำหรับ ยี่ห้อที่รู้จักเป็นอันดับที่ 3 คือ ยี่ห้อหลุยส์เทป มีผู้สัมภาษณ์ตอบว่ารู้จักคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 22.2, 29.4 และ 39.4 โดยที่กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป รู้จักยี่ห้อโคลาเทปเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 1.7

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ ทุกกลุ่มอาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์รู้จักยี่ห้อ 3M มากที่สุด อันดับ 2 ที่รู้จักคือยี่ห้อยูนิเทป สำหรับอันดับ 3 คือยี่ห้อหลุยส์เทป โดยกลุ่มที่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการและอาชีพอิสระรู้จัก 3M คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 90.9, 87.7 และ 68.7 ตามลำดับ ในขณะที่รู้จักยี่ห้อยูนิเทปคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 52.3, 35.4 และ 55.2 ตามลำดับ ส่วนยี่ห้อหลุยส์เทป รู้จักคิดเป็นร้อยละ 25.0, 27.6 และ 34.3 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ผู้ที่มีรายได้ทุกระดับรู้จักยี่ห้อ 3M มากที่สุด รองลงมาคือยี่ห้อยูนิเทป และหลุยส์เทปตามลำดับ โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท/เดือน กลุ่มที่มีรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน กลุ่มที่มีรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน กลุ่มที่มีรายได้ 4,000-4,999 บาท/เดือน และกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป รู้จักยี่ห้อ 3M คิดเป็นร้อยละ 85.7, 77.8, 74.4, 82.5 และ 86.8 ตามลำดับ รู้จักยูนิเทปคิดเป็นร้อยละ 53.6, 51.8, 53.5, 40.0 และ 39.5 ตามลำดับ รู้จักหลุยส์เทปคิดเป็น ร้อยละ

17.8, 33.3, 37.2, 25.0 และ 31.6 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามพฤติกรรมการซื้อ มีผู้รู้จักตรายี่ห้อของเทปใสโดยการ Unaided จำนวนทั้งสิ้น 176 คน เมื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ซื้อเทปใสใช้เองและไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง ปรากฏว่าทั้ง 2 กลุ่ม ต่างรู้จักยี่ห้อ 3M มากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 81.7 และ 78.3 ตามลำดับ ยี่ห้อที่เป็นที่รู้จักรองลงมา เป็นอันดับสองสำหรับกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เอง ได้แก่ ยี่ห้อ ยูนิเทป คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 51.0 ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง รู้จักยี่ห้อหลุยส์เทปรองลงมาเป็นอันดับสอง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 34.8 สำหรับอันดับที่สาม กลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อใช้เองรู้จักยี่ห้อหลุยส์เทป คิดเป็น อัตราส่วนร้อยละ 28.8 ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ได้ซื้อใช้เองรู้จักยี่ห้อยูนิเทปเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 21.7

ตารางที่ 1 ก. ตารางแสดงจำนวนของผู้ให้สัมภาษณ์ที่รู้จักจำนวนยี่ห้อของแปะใส่โดยการ Unaided แยกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และตามพฤติกรรมการซื้อ

จำนวนยี่ห้อที่รู้จัก	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้					พฤติกรรมการซื้อ	
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของ กิจการผู้ ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000	ซื้อ	ไม่ซื้อ
รวม	176	73	103	18	119	33	6	44	65	67	28	27	43	40	38	153	23
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1 ยี่ห้อ	81	31	50	7	58	12	4	20	35	25	13	15	14	21	18	66	5
%	46.0	42.5	48.5	38.9	48.7	36.4	66.7	45.5	55.4	37.3	46.4	55.6	32.6	52.5	47.4	43.1	65.2
2 ยี่ห้อ	64	31	33	8	38	17	1	15	19	30	11	6	19	14	14	58	6
%	36.4	42.5	32.0	44.4	31.9	51.5	16.6	34.1	29.2	44.8	39.3	22.2	44.2	35.0	36.8	37.9	26.1
3 ยี่ห้อ	25	8	17	3	17	4	1	7	7	11	4	3	8	4	6	23	2
%	14.2	10.9	16.5	16.7	14.3	12.1	16.6	15.9	10.8	16.4	14.3	11.1	18.6	10.0	15.8	15.0	8.7
4 ยี่ห้อ	5	2	3	-	5	-	-	2	2	1	-	3	1	1	-	5	-
%	2.8	2.7	2.9	-	4.2	-	-	4.5	3.1	1.5	-	11.1	2.3	2.5	-	3.7	-
5 ยี่ห้อ	1	1	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	1	-
%	0.6	1.4	-	-	0.8	-	-	-	1.5	-	-	-	2.3	-	-	0.7	-

วิเคราะห์แยกตามเพศ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศชายรู้จักยี่ห้อของเทปใส จำนวน 1 ยี่ห้อ และ 2 ยี่ห้อ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 42.5 เท่ากัน และรู้จัก 3 ยี่ห้อ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 10.9 ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศหญิง รู้จัก 1 ยี่ห้อ, 2 ยี่ห้อ และ 3 ยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 48.5, 32.0 และ 16.5 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามอายุ มีเพียงผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี และ ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปที่รู้จักเพียง 1 ยี่ห้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.7 และ 66.7 ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุในช่วงน้อยกว่า 20 ปี และ 30-39 ปี รู้จัก 2 ยี่ห้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 และ 51.5 สำหรับจำนวนยี่ห้อที่กลุ่มที่มีอายุในช่วงต่าง ๆ รู้จักรองเป็นอันดับ 2 สำหรับกลุ่มที่มีอายุในช่วง 20-29 ปี และตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป คือจำนวน 2 ยี่ห้อ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 31.9 และ 16.6 ซึ่งในกลุ่มนี้อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป รู้จัก 2 ยี่ห้อเท่ากับ 3 ยี่ห้อ ส่วนจำนวนยี่ห้อที่รู้จักมากเป็นอันดับสาม คือ 3 ยี่ห้อ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี, 20-29 ปี และ 30-39 ปี คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 16.7, 14.3 และ 12.1 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มที่มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา และกลุ่มข้าราชการพนักงานบริษัท รู้จักยี่ห้อเทปใสจำนวน 1 ยี่ห้อมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.5 และ 55.4 ตามลำดับ แต่กลุ่มเจ้าของกิจการและผู้ประกอบอาชีพอิสระ รู้จักยี่ห้อเทปใสจำนวน 2 ยี่ห้อมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.8 ในขณะที่กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และกลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัทรู้จัก 2 ยี่ห้อ เพียงร้อยละ 34.1 และ 29.2 กลุ่มเจ้าของกิจการ และผู้ประกอบอาชีพอิสระรู้จัก 1 ยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 37.3 ซึ่งรู้จักเป็นอันดับ 3 สำหรับจำนวนยี่ห้อที่รู้จักเป็นอันดับ 3 คือ 3 ยี่ห้อ ทุกกลุ่มรู้จักไม่แตกต่างกันคือ กลุ่มนิสิต นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัท กลุ่มเจ้าของกิจการและผู้ประกอบอาชีพอิสระ รู้จัก 3 ยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 15.9, 10.8 และ 16.4 ตามลำดับ

แยกวิเคราะห์ตามรายได้ ทุกระดับรายได้ ยกเว้นกลุ่มที่มีรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน รู้จักยี่ห้อของเทปใส 1 ยี่ห้อมากที่สุด โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน, 2,000-2,999 บาท/เดือน, 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาทขึ้นไป รู้จักยี่ห้อของเทปใส 1 ยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 46.4, 55.6, 52.5 และ 47.4 ตามลำดับ โดยที่กลุ่มที่มีรายได้ 3,000-

3,999 บาท/เดือน รู้จัก 1 ยี่ห้อคิดเป็นร้อยละ 32.6 และรู้จัก 2 ยี่ห้อคิดเป็นร้อยละ 44.2 ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน, 2,000-2,999 บาท/เดือน, 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาทขึ้นไป รู้จัก 2 ยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 39.3, 22.2, 35.0 และ 36.8 ตามลำดับ ในขณะที่รู้จัก 3 ยี่ห้อ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 2,000-2,999 บาท/เดือน, 3,000-3,999 บาท/เดือน, 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป รู้จักคิดเป็นร้อยละ 14.3, 11.1, 18.6, 10.0 และ 15.8 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามพฤติกรรมการซื้อ กลุ่มผู้ซื้อเทปใสใช้เอง รู้จักตรายี่ห้อของเทปใส จำนวน 1 ยี่ห้อ 2 ยี่ห้อ และ 3 ยี่ห้อ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 43.1, 37.9 และ 15.0 ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง รู้จักตรายี่ห้อของเทปใส จำนวน 1 ยี่ห้อ 2 ยี่ห้อ และ 3 ยี่ห้อ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 65.2, 26.1 และ 8.7 ตามลำดับ

จำนวนคนจะมากกว่าจำนวนรวม เพราะผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามได้ มากกว่าหนึ่งคำตอบ

ตารางที่ 1 ง. ตารางแสดงของผู้ให้สัมภาษณ์ที่รู้จักชื่อของเทคโนโลยีโดยการ Aided แยกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และตามพฤติกรรมการซื้อ

รู้จักชื่อของเทคโนโลยี โดยการ Aided	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้					พฤติกรรมการซื้อ	
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของ กิจการผู้ ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000	ซื้อ	ไม่ซื้อ
รวม	105	39	66	26	45	27	7	47	32	26	29	23	16	20	17	77	28
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ญุณีไทย	61	23	38	18	27	13	3	31	10	20	19	11	11	15	5	49	12
%	58.0	58.9	57.6	69.2	60.0	48.1	42.8	65.9	31.2	76.9	65.5	47.8	68.8	75.0	29.4	63.6	42.8
3 ม	57	26	31	17	26	11	3	30	19	8	21	12	6	7	11	45	12
%	54.2	66.6	46.9	65.4	57.8	40.7	42.8	63.8	59.4	30.8	73.4	52.2	37.5	35.0	64.7	58.4	42.8
หลุยส์ไทย	50	16	34	13	21	12	4	26	12	12	19	9	6	7	9	38	12
%	47.6	41.0	51.5	50.0	46.7	44.4	57.1	55.3	37.5	46.2	65.5	39.1	37.5	35.0	52.9	49.4	42.8
แพนทิกส์ไทย	48	15	33	9	22	15	2	21	11	16	12	10	6	14	6	41	7
%	45.7	38.4	50.0	34.6	48.9	55.5	28.6	44.7	34.4	61.5	41.4	43.5	37.5	70.0	35.3	53.2	25.0
โกล่าไทย	14	5	9	4	5	4	1	5	6	3	3	4	1	3	3	10	4
%	13.3	12.8	13.6	15.4	11.1	14.8	14.3	10.6	18.7	11.5	10.3	17.4	6.3	15.0	17.6	13.0	14.3

วิเคราะห์แยกตามเพศ กลุ่มเพศชายรู้จักยี่ห้อ 3M มากที่สุดในขณะที่กลุ่มเพศหญิงรู้จักยี่ห้อเทปมากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 66.6 และ 57.6 ตามลำดับ รองลงมาในกลุ่มเพศชายรู้จักยี่ห้อเทปคิดเป็นร้อยละ 58.9 ในขณะที่กลุ่มเพศหญิงรู้จักหุ่ยส์เทปคิดเป็นร้อยละ 51.5 ตามลำดับ สำหรับอันดับ 3 กลุ่มเพศชายรู้จักหุ่ยส์เทป ในขณะที่กลุ่มเพศหญิงรู้จักแพนนิกส์เทป คิดเป็นร้อยละ 41.0 และ 50.0 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามอายุ กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และ 20-29 ปี รู้จักยี่ห้อยี่ห้อเทปมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 69.2 และ 60.0 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มอายุ 30-39 ปี รู้จักแพนนิกส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.5 กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป รู้จักหุ่ยส์เทปมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 57.1

ยี่ห้อที่รู้จักรองลงมา สำหรับกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และ 20-29 ปี รู้จักยี่ห้อ 3M คิดเป็นร้อยละ 65.4 และ 57.8 ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุ 30-39 ปี และอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปรู้จักยี่ห้อเทป คิดเป็นร้อยละ 48.1 และ 42.8 ตามลำดับ โดยกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป รู้จักยี่ห้อเทปและ 3M คิดเป็นร้อยละ 42.8

สำหรับยี่ห้อที่รู้จักเป็นอันดับ 3 กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และ 30-39 ปี รู้จักยี่ห้อหุ่ยส์เทปคิดเป็นร้อยละ 50.0 และ 44.4 ตามลำดับ โดย กลุ่มอายุ 20-29 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป รู้จักแพนนิกส์คิดเป็นร้อยละ 48.9 และ 28.6 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มอาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ รู้จักยี่ห้อยี่ห้อเทปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.9 และ 76.9 ตามลำดับ โดยกลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัทรู้จักยี่ห้อ 3M มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4

สำหรับยี่ห้อที่รู้จักรองลงมา กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา รู้จัก 3M 63.8 ในขณะที่กลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการและอาชีพอิสระรู้จักแพนนิกส์คิดเป็นร้อยละ 34.4 และ 61.5

สำหรับยี่ห้อที่รู้จักอันดับ 3 กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ รู้จักหุ่ยส์เทป คิดเป็นร้อยละ 55.3 และ 46.2 ตามลำดับ โดยกลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัทรู้จักแพนนิกส์ คิดเป็น



ร้อยละ 34.4

วิเคราะห์แยกตามรายได้ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน กลุ่มที่มีรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน และกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป รู้จักยี่ห้อ 3M มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.4, 52.2 และ 64.7 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน และ 4,000-4,999 บาท/เดือน รู้จักยี่ห้อยูนีเทปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.8 และ 75.0 ตามลำดับ

สำหรับยี่ห้อที่รู้จักเป็นอันดับ 2 กลุ่มที่มีรายได้ 2,000 บาท/เดือน และ 2,000-2,999 บาท/เดือน รู้จักยูนีเทปคิดเป็นร้อยละ 65.5 และ 47.8 ตามลำดับ โดยที่กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน รู้จักยี่ห้อหลุยส์เทปเท่ากับยูนีเทป คิดเป็นร้อยละ 65.5 เท่ากัน สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน และ 4,000-4,999 บาท/เดือน รู้จักยี่ห้อแพนนิคส์เทปคิดเป็นร้อยละ 37.5 และ 70.0 ตามลำดับ โดยกลุ่มผู้มีรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน รู้จักยี่ห้อหลุยส์เทป และ 3M เท่ากับยี่ห้อแพนนิคส์เทป คิดเป็นร้อยละ 37.5 กลุ่มผู้มีรายได้ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป รู้จักยี่ห้อหลุยส์เทปคิดเป็นร้อยละ 52.9

ยี่ห้อที่รู้จักอันดับที่ 3 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน และ 2,000-2,999 บาท/เดือน รู้จักยี่ห้อแพนนิคส์เทป คิดเป็นร้อยละ 41.4 และ 43.5 กลุ่มที่มีรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน และ 4,000-4,999 บาท/เดือน รู้จักโคลาเทปเป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 6.3 และ 15.0 สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ 5,000 บาทขึ้นไป รู้จักแพนนิคส์เทป คิดเป็นร้อยละ 35.3

วิเคราะห์แยกตามพฤติกรรมการซื้อ ทั้งกลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใส่ใช้ด้วยตัวเองและไม่ได้ซื้อใช้ด้วยตัวเอง รู้จักยี่ห้อยูนีเทปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6 และ 42.8 ตามลำดับ โดยในกลุ่มที่ไม่ได้ซื้อใช้ด้วยตัวเองรู้จัก 2 ยี่ห้อ คือ 3M และหลุยส์เทปในอัตราส่วนที่เท่ากับยูนีเทปคือร้อยละ 42.8 สำหรับกลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใส่ใช้เองรู้จัก 3M และแพนนิคส์มากกว่ารองลงมาคิดเป็นร้อยละ 58.4 และ 53.2 ตามลำดับ

คำถามการจรรักษ์ภักดีตราयीห่อ

ตารางที่ 2 ก. ตารางแสดงจำนวนของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการซื้อเพื่อใช้เองและไม่ใช้เอง แยกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้

พฤติกรรมการซื้อ	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้				
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของกิจการผู้ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000
รวม	300	117	183	47	177	62	14	97	101	102	61	57	61	63	58
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ซื้อเพื่อใช้เอง	241	91	150	38	142	51	10	74	74	93	48	43	50	51	49
%	80.3	77.8	82.0	80.9	80.2	82.3	71.4	76.3	73.3	91.2	78.7	75.4	82.0	81.0	84.5
ไม่ใช้เอง	59	26	33	9	35	11	4	23	27	9	13	14	11	12	9
%	19.7	22.2	18.0	19.1	19.8	17.7	28.6	23.7	26.7	8.8	21.3	24.6	18.0	19.0	15.5

วิเคราะห์แยกตามเพศ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศชายมีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เองต่ำกว่าเพศหญิงเล็กน้อย มีสัดส่วนของการซื้อเทปใสใช้เองคิดเป็นร้อยละ 77.8 ในขณะที่เพศหญิงมีอัตราส่วนร้อยละ 82.0 สำหรับกลุ่มที่ไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง เพศชายและเพศหญิงมีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 22.2 และ 18.0 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามอายุ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี, 20-29 ปี, 30-39 ปี และตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เอง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 80.9, 80.2, 82.3 และ 71.4 ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ที่ไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 19.1, 19.8, 17.7 และ 28.6 ตามลำดับ

สมมุติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เอง และไม่ได้ซื้อใช้เองของผู้ให้สัมภาษณ์ แต่ละอาชีพ

H_1 : มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เอง และไม่ได้ซื้อใช้เองของผู้ให้สัมภาษณ์ แต่ละอาชีพ

X^2 จากการคำนวณ = 11.787

X^2 จากตาราง = 3.84 ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $df = 2$

Accept H_0 นั่นคือ แต่ละกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เองและไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เองแตกต่างกัน

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ ทุกกลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา นิสิต กลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการและอาชีพอิสระ มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เองเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 76.3, 73.3 และ 91.2 ตามลำดับ แต่กลุ่มที่มีอัตราส่วนของพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เองสูงสุด คือกลุ่มเจ้าของกิจการ และผู้ประกอบการอาชีพอิสระมีอัตราส่วนร้อยละ 91.2 สำหรับผู้ที่ไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง มีอัตราส่วนคิดเป็นร้อยละ 23.7, 26.7 และ 8.8 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ กลุ่มผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน, 2,000-2,999 บาท/เดือน, 3,000-3,999 บาท/เดือน, 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เองคิดเป็นร้อยละ 78.7, 75.4, 82.0, 81.0 และ 84.5 ตามลำดับ สำหรับพฤติ

กรรมที่ไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 21.3, 24.6, 18.0, 19.0 และ 15.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ข. ตารางแสดงจำนวนของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใส่ใช้เอง และระบุยี่ห้อเวลาซื้อหรือไม่ แยกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้

พฤติกรรมการซื้อเทปใส่ใช้เอง	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้				
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ- พนักงาน	เจ้าของ กิจการผู้ ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000
รวม	241	91	150	38	142	51	10	74	74	93	48	43	50	51	49
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ไม่ระบุยี่ห้อเวลาซื้อ	190	68	122	37	112	33	8	66	52	72	46	36	41	36	31
%	78.8	74.7	81.3	97.4	78.9	64.7	80.0	89.2	70.3	77.4	95.8	83.7	82.0	70.6	63.3
ระบุยี่ห้อเวลาซื้อ	51	23	28	1	30	18	2	8	22	21	2	7	9	15	18
%	21.2	25.3	18.7	2.6	21.1	35.3	20.0	10.8	29.7	22.6	4.2	16.3	18.0	29.4	36.7

สมมุติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อที่ระบุยี่ห้อและไม่ระบุยี่ห้อของผู้ให้สัมภาษณ์

H_1 : มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อที่ระบุยี่ห้อและไม่ระบุยี่ห้อเพศชายและเพศหญิง

χ^2 จากการคำนวณ = 1.482

χ^2 จากตาราง = 3.841 ณ.ระดับความเชื่อมั่น 95% df = 1

Accept H_0 นั่นคือ ไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศในการซื้อระบุยี่ห้อและไม่ระบุยี่ห้อ

วิเคราะห์แยกตามเพศ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เองที่เป็นเพศชายที่มีพฤติกรรมการซื้อที่ไม่ระบุตรายี่ห้อ คิดเป็นอัตราส่วนน้อยกว่าผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศหญิง คือคิดเป็นอัตราร้อยละ 74.7 ในขณะที่เพศหญิงคิดเป็นอัตราส่วน 81.3 สำหรับกลุ่มที่ระบุยี่ห้อเวลาซื้อ เพศชายและเพศหญิงมีอัตราส่วนคิดเป็นร้อยละ 25.3 และ 18.7 ตามลำดับ

สมมุติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อโดยระบุยี่ห้อหรือไม่ระบุยี่ห้อของผู้ให้สัมภาษณ์

H_1 : มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อโดยระบุยี่ห้อที่มีอายุแตกต่างกัน

χ^2 จากการคำนวณ = 13.93437

χ^2 จากตาราง = 7.815 ณ.ระดับความเชื่อมั่น 95% df = 3

Reject H_0 Accept H_1 นั่นคือ แต่ละกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการซื้อระบุยี่ห้อเวลาซื้อและไม่ระบุยี่ห้อแตกต่างกัน

วิเคราะห์แยกตามอายุ กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี, 20-29 ปี, 30-39 ปี และ 40 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการซื้อที่ไม่ระบุยี่ห้อคิดเป็น 97.4, 78.9, 64.7 และ 80.0 ตามลำดับ ในขณะที่ระบุยี่ห้อเวลาซื้อคิดเป็นร้อยละ 2.6, 21.1, 35.3 และ 20.0 ตามลำดับ

สมมุติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อโดยระบุยี่ห้อและไม่ระบุยี่ห้อของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

H_1 : มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อโดยระบุยี่ห้อและไม่

ระบุชื่อของผู้ให้สัมภาษณ์ ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

X^2 จากการคำนวณ = 8.121

X^2 จากตาราง = 5.991 ณ.ระดับความเชื่อมั่น 95% df = 2

Reject H_0 Accept H_1 นั่นคือ แต่ละกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการซื้อระบุชื่อเวลาซื้อเทปใสและไม่ระบุชื่อแตกต่างกัน

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษา นิสิต กลุ่มอาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ และอาชีพอิสระ มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสโดยไม่ได้ระบุชื่อเวลาซื้อ คิดเป็นร้อยละ 89.2, 70.3 และ 77.4 ตามลำดับ และมีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เองโดยระบุชื่อร้อยละ 10.8, 29.7 และ 22.6 ตามลำดับ

สมมติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อเทปใสโดยระบุชื่อและไม่ระบุชื่อของผู้ให้สัมภาษณ์ ที่มีรายได้แตกต่างกัน

H_1 : มีความแตกต่างในพฤติกรรมการซื้อเทปใสโดยระบุชื่อและไม่ระบุชื่อของผู้ให้สัมภาษณ์ ที่มีรายได้แตกต่างกัน

X^2 จากการคำนวณ = 18.42736

X^2 จากตาราง = 9.488 ณ.ระดับความเชื่อมั่น 95% df = 4

Reject H_0 Accept H_1 นั่นคือแต่ละกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการซื้อ

เทปใสระบุชื่อเวลาซื้อเทปใสและไม่ระบุชื่อแตกต่างกัน

วิเคราะห์แยกตามรายได้ กลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 2,000-2,999 บาท/เดือน, 3,000-3,999 บาท/เดือน, 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป มีพฤติกรรมการซื้อโดยไม่ระบุชื่อ ร้อยละ 95.8, 83.7, 82.0 70.6 และ 63.3 ตามลำดับ โดยที่มีพฤติกรรมการซื้อที่ระบุชื่อเพียงร้อยละ 4.2, 16.3, 18.0, 29.4 และ 36.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ก. ตารางแสดงจำนวนของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการซื้อเภสัชภัณฑ์เองโดยระบุยี่ห้อ เวลาซื้อ แยกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้

กลุ่มผู้ซื้อที่ระบุยี่ห้อที่ระบุ	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้				
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของกิจการผู้ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000
รวม	51	23	28	1	30	17	3	8	22	21	2	7	7	15	20
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
3 M	39	23	16	-	24	12	3	8	17	14	2	6	4	9	18
%	76.5	100	57.1	-	80.0	70.6	100	100	77.3	66.7	100	85.7	44.4	60.0	90.0
ทฤษฎีไทย	7	1	6	1	3	3	-	-	3	4	-	1	2	2	2
%	13.7	4.3	21.4	100	10.0	17.6	-	-	13.6	19.0	-	14.3	22.2	13.3	10.0
ยูนิไทย	7	-	7	-	4	3	-	-	3	4	-	-	3	4	-
%	13.7	-	25.0	-	13.3	17.6	-	-	13.6	19.0	-	-	33.3	26.7	-



วิเคราะห์แยกตามเพศ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศชายและหญิง เลือกซื้อเทปใสโดยระบุยี่ห้อ 3M มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100 และ 57.1 ตามลำดับ สำหรับอันดับ 2 เพศชายเลือกซื้อหุ่ยส์เทปคิดเป็นร้อยละ 4.3 ในขณะที่เพศหญิงเลือกซื้อยูนิเทป คิดเป็นร้อยละ 21.4 ซึ่งเพศชายเลือกซื้อเนียง 2 ยี่ห้อเท่านั้น

วิเคราะห์แยกตามอายุ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกระดับช่วงอายุ ยกเว้นกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ซื้อเทปใสโดยระบุยี่ห้อ 3M สูงที่สุด คือกลุ่ม 20-29 ปี, 30-39 ปี และตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ระบุยี่ห้อ 3M คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 80.0, 70.6 และ 100 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ซึ่งมีผู้ให้สัมภาษณ์เพียงคนเดียว ระบุยี่ห้อหุ่ยส์เทป และกลุ่มอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ให้สัมภาษณ์รวม 3 คน เลือกระบุยี่ห้อ 3M ทั้งหมด

สำหรับอันดับที่ 2 กลุ่มช่วงอายุ 20-29 ปี และ 30-39 ปี ระบุยี่ห้อยูนิเทปเป็นอันดับที่ 2 คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 13.3 และ 17.6 ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มอายุ 30-39 ปี ระบุยี่ห้อยูนิเทปและหุ่ยส์เทปเท่ากัน

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ ทุกกลุ่มอาชีพ ระบุเลือกยี่ห้อ 3M เป็นอันดับแรก โดยกลุ่มนักเรียนนิสิต นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการและผู้ประกอบอาชีพอิสระ เลือก 3M เป็นอัตราส่วนร้อยละ 100, 77.7 และ 66.7 ตามลำดับ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีผู้ให้สัมภาษณ์ 8 คน ระบุยี่ห้อ 3M ทั้งหมด

สำหรับอันดับที่ 2 ปรากฏว่า ทั้งกลุ่มอาชีพข้าราชการ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระระบุยี่ห้อเทปใส และยูนิเทปเท่ากัน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 13.6 และ 19.0 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ทุกกลุ่มระดับรายได้ ระบุเลือกยี่ห้อ 3M เป็นอันดับแรก โดยกลุ่มระดับรายได้ ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน, 2,000-2,999 บาท/เดือน, 3,000-3,999 บาท/เดือน, 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป เลือกระบุยี่ห้อ 3M เป็นอัตราส่วนร้อยละ 100, 85.7, 44.4, 60.0 และ 90.0 ตามลำดับ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน ซึ่งมีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 2 คน เลือกยี่ห้อ 3M ทั้งหมด สำหรับอันดับ 2 กลุ่มระดับรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือน

ขึ้นไป เลือกกระบวยี่ห้อหุลยส์เทบ คิคเป็นอัตราส่วนร้อยละ 14.0 และ 10.0 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มระดับรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน และ 4,000-4,999 บาท/เดือน เลือกยี่ห้อยูนิตเทบ คิคเป็นอัตราส่วนร้อยละ 33.3 และ 26.7 ตามลำดับ

สำหรับอันดับที่ 3 มีเพียงกลุ่มระดับรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน และ 4,000-4,999 บาท/เดือน เท่านั้นที่เลือกยี่ห้อหุลยส์เทบ ซึ่งคิคเป็นอัตราส่วนร้อยละ 22.2 และ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ง. ตารางแสดงจำนวนของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ระบุยี่ห้อเวลาซื้อ และเมื่อยี่ห้อที่ต้องการไม่มีจำหน่ายจะซื้อยี่ห้ออื่นหรือไม่ แยกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้

กลุ่มที่ซื้อเทคโนโลยีเองโดยระบุยี่ห้อ ยี่ห้อที่ต้องการไม่มีจะซื้อยี่ห้ออื่นหรือไม่	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้				
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ-พนักงาน	เจ้าของกิจการผู้ประกอบการ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000
รวม	51	23	28	1	30	17	3	8	22	21	2	7	7	15	20
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ซื้อยี่ห้ออื่น	41	18	23	1	22	15	3	7	17	17	2	7	5	8	19
%	80.4	78.2	82.1	100	73.3	88.2	100	87.5	77.3	80.9	100	100	71.4	53.3	95.0
ไม่ซื้อยี่ห้ออื่น	10	5	5	-	8	2	-	1	5	4	-	-	2	7	1
%	19.6	21.8	17.9	-	26.7	11.8	-	12.5	22.7	19.1	-	-	28.6	46.7	5.0

สมมุติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในการตัดสินใจว่าช้อย์ห้อยหรือ
ไม่ระหว่างผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศชายและเพศหญิง

H_1 : มีความแตกต่างในการตัดสินใจว่าช้อย์ห้อยหรือไม่
ระหว่างผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศชายและเพศหญิง

$$X^2 = 0.043$$

$$X^2 \text{ จากตาราง} = 3.841 \text{ ณ. ระดับความเชื่อมั่น } 95\%$$

$$df = 1$$

Accept H_0 นั่นคือ ไม่มีความแตกต่างระหว่างเพศในการ
ตัดสินใจว่าจะช้อย์ห้อยหรือไม่ เมื่อช้อย์ห้อยที่ระบุไว้ตอนแรกไม่มี

วิเคราะห์แยกตามเพศ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ตัดสินใจ
ที่จะช้อย์ห้อยหรือไม่ เมื่อช้อย์ห้อยที่ต้องการไม่มี คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 78.2 และ 82.1
ตามลำดับ ในขณะที่มีเพียงร้อยละ 21.8 และ 17.9 เท่านั้นที่ตัดสินใจที่จะไม่ช้อย์
ห้อย แต่จะรอย์ห้อยที่ระบุไว้

วิเคราะห์แยกตามอายุ ทุกกลุ่มระดับอายุตัดสินใจเลือกช้อย์ห้อยหรือไม่ เมื่อช้อย์
ห้อยที่ระบุไว้ไม่มี โดยกลุ่มที่มีอายุระดับต่ำกว่า 20 ปี, 20-29 ปี, 30-39 ปี ร้อย
ละ 100.0, 73.3, 88.2 และ 100.0 ตามลำดับ โดยมีกลุ่มระดับอายุ 20-29
ปี และ 30-39 ปี ที่ตัดสินใจไม่ช้อย์ห้อย เมื่อช้อย์ห้อยที่ระบุไม่มีชาย คิดเป็น
อัตราส่วนร้อยละ 26.7 และ 11.8 ตามลำดับ

สมมุติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกช้อย์ห้อย
สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

H_1 : มีความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกช้อย์ห้อย
สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

$$X^2 = 0.396$$

$$X^2_{\text{c}} = 5.991 \text{ ณ. ระดับความเชื่อมั่น } 95\% \text{ } df = 2$$

Accept H_0 นั่นคือ ไม่มีความแตกต่างในการตัดสินใจว่าจะ
เลือกช้อย์ห้อยหรือไม่ ในกลุ่มผู้มีอาชีพแตกต่างกัน

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ ทุกกลุ่มอาชีพตัดสินใจเลือกซื้อเทปใสยี่ห้ออื่น เมื่อยี่ห้อที่ต้องการหรือที่ระบุไว้ไม่มีขายมากที่สุด โดยกลุ่มที่มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 87.5, 77.7 และ 80.9 ตามลำดับ ในขณะที่ตัดสินใจไม่เลือกซื้อยี่ห้ออื่น คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 12.5, 22.7 และ 19.1 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ทุกกลุ่มระดับรายได้ ตัดสินใจเลือกซื้อยี่ห้ออื่น เมื่อยี่ห้อที่ระบุไว้ไม่มีขายมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน และ 2,000-2,999 บาท/เดือน ซึ่งมีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์เพียง 2 คน และ 7 คน ทั้งหมดเลือกซื้อยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 100 ทั้ง 2 กลุ่ม สำหรับกลุ่มระดับรายได้ที่เหลือคือกลุ่มระดับรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน 4,000-4,999 บาท/เดือน และตั้งแต่ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป เลือกซื้อยี่ห้ออื่น เมื่อยี่ห้อที่ต้องการไม่มีขาย คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 71.4, 53.3 และ 95.0 ตามลำดับ และตัดสินใจไม่เลือกซื้อยี่ห้ออื่น คิดเป็นร้อยละ 28.6, 46.7 และ 5.0 ตามลำดับ

แหล่งที่ผู้ให้สัมภาษณ์เลือกชื่อเทปใส

ตารางที่ 3 ตารางแสดงถึงสถานที่ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการใช้เทปใสใช้เอง แยกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้

สถานที่ที่ผู้ให้สัมภาษณ์ใช้เอง	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้				
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของกิจการผู้ประกอบการ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000
		รวม	241	91	150	38	142	51	10	74	74	93	48	43	50
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ร้านค้าเครื่องเขียนทั่วไป	91	42	49	11	59	18	3	23	24	44	17	15	23	23	13
%	37.8	46.2	32.7	28.9	41.5	35.3	30.0	31.1	32.4	47.3	35.4	34.9	46.0	45.1	26.5
ห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์	70	20	50	7	48	11	4	26	34	10	12	16	8	14	20
%	29.0	22.0	33.3	18.4	33.8	21.6	40.0	35.1	45.9	10.8	25.0	37.2	16.0	27.4	40.8
ร้านค้าปลีก	70	25	45	20	32	17	1	25	12	33	19	12	18	10	11
%	29.0	27.5	30.0	52.6	22.5	33.3	10.0	33.8	16.2	35.5	39.6	27.9	36.0	19.6	22.4
อื่น ๆ	10	4	6	-	3	5	2	-	4	6	-	-	1	4	5
%	4.2	4.4	4.0	-	2.1	9.8	20.0	-	5.4	6.5	-	-	2.0	7.8	10.2

วิเคราะห์แยกตามเพศ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นชายเลือกซื้อเทปใสจากร้านเครื่องเขียนทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 46.2 จากผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นชาย 91 คน ที่ซื้อเทปใสใช้เอง ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นหญิง ซื้อเทปใสมาจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์มากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 33.3 ของผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นหญิง ซึ่งซื้อเทปใสใช้เอง

สำหรับอันดับที่ 2 กลุ่มที่เป็นเพศชาย ซื้อเทปใสจากร้านค้าปลีกอื่น ๆ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 27.5 ในขณะที่เพศหญิง เลือกซื้อจากร้านค้าเครื่องเขียนทั่วไป คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 32.7

สำหรับอันดับที่ 3 กลุ่มที่เป็นเพศชาย เลือกซื้อเทปใสจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 22.0 ในขณะที่เพศหญิงเลือกซื้อเทปใสจากร้านค้าปลีกอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 30.0

วิเคราะห์แยกตามอายุ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี ซื้อเทปใสจากร้านค้าปลีกมากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 52.6 ในขณะที่กลุ่มที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี และ 30-39 ปี ซื้อเทปใสจากร้านค้าเครื่องเขียนทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.5 และ 35.3 ตามลำดับ กลุ่มช่วงอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป เลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40

สำหรับอันดับที่ 2 ปรากฏว่า กลุ่มช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี ซื้อเทปใสจากร้านค้าเครื่องเขียนทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 28.9 กลุ่มอายุ 20-29 ปี ซื้อจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 33.8 และกลุ่มอายุ 30-39 ปี ซื้อจากร้านค้าปลีกอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 33.3 และกลุ่มอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ซื้อจากร้านค้าเครื่องเขียนทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 30.0

สำหรับอันดับ 3 กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ซื้อจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 18.4 กลุ่มอายุ 20-29 ปี ซื้อจากร้านค้าปลีกร้อยละ 22.5 กลุ่มอายุ 30-39 ปี ซื้อจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 21.6 กลุ่มอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ซื้อจากที่อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 20.0

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ซื้อเทปใสจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.1 และ 45.9 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่ม

เจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ชื่อจากร้านค้าเครื่องเขียนทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3

สำหรับอันดับ 2 กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ชื่อเทปใสจากร้านค้าปลีกอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 33.8 กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทชื่อจากร้านเครื่องเขียนทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 32.4 สำหรับกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ชื่อจากร้านค้าปลีกทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 35.5

สำหรับอันดับ 3 กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ชื่อจากร้านค้าเครื่องเขียน คิดเป็นร้อยละ 31.1 กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ชื่อจากร้านค้าปลีกคิดเป็นร้อยละ 16.2 และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ชื่อจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 10.8

วิเคราะห์แยกตามรายได้ กลุ่มที่มีระดับรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท/เดือน ชื่อเทปใสจากร้านค้าปลีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.6 ในขณะที่กลุ่มที่มีระดับรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป ชื่อเทปใสจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.2 และ 40.8 ตามลำดับ อันดับ 2 กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 2,000 บาท/เดือน, 2,000-2,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป ชื่อเทปใสจากร้านค้าเครื่องเขียนทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 35.4, 34.9 และ 26.5 ตามลำดับ กลุ่มรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน ชื่อจากร้านค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 36.0 กลุ่มรายได้ 4,000-4,999 บาท/เดือน ชื่อจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 27.4

อันดับ 3 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน, 3,000-3,999 บาท/เดือน ชื่อเทปใสจากห้างสรรพสินค้า/สหกรณ์คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 16.0 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน, 4,000-4,999 บาท/เดือน และตั้งแต่ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป ชื่อจากร้านค้าปลีกคิดเป็นร้อยละ 27.9, 19.6 และ 22.4 ตามลำดับ



ขนาดราคาของเหมาใส่ให้ผู้สัมภาษณ์เลือกซื้อ

ตารางที่ 4 ตารางแสดงถึงระดับราคาเหมาใส่ให้ผู้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมกรซื้อเหมาใส่ตัวเอง แยกตามเพศ อายุ อาชีพ และรายได้

ขนาดราคาเหมาใส่ให้ผู้สัมภาษณ์เลือกซื้อ	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้				
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของกิจการผู้ประกอบการ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000
รวม	241	91	150	38	142	51	10	74	74	93	48	43	50	51	49
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
10 - 20 บาท	104	36	68	11	64	27	2	23	34	47	13	13	34	24	20
%	43.2	39.6	45.3	28.9	45.1	52.9	20.0	31.1	45.9	50.5	27.1	30.2	68.0	47.1	40.8
น้อยกว่า 10 บาท	84	32	52	26	50	8	-	42	22	20	34	17	12	13	8
%	34.9	35.2	34.7	68.4	35.2	15.7	-	56.8	29.7	21.5	70.8	39.6	24.0	25.5	16.3
20 - 30 บาท	36	14	22	1	21	9	5	8	13	15	1	12	4	7	12
%	14.9	15.4	14.7	2.6	14.8	17.6	50.0	10.8	17.6	16.1	2.1	27.9	8.0	13.7	24.5
มากกว่า 30 บาท	17	9	8	-	7	7	3	1	5	11	-	1	-	7	9
%	7.1	9.9	5.3	-	4.9	13.7	30.0	1.4	6.8	11.8	-	2.3	-	13.7	18.4

วิเคราะห์แยกตามเพศ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งชายและหญิง เลือกซื้อเทปใส ขนาดราคา 10-20 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.6 และ 45.3 ตามลำดับ ขนาดราคา que เลือกซื้อรองลงมาคือ ราคาน้อยกว่า 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.2 และ 34.7 อันดับ 3 คือขนาดราคา 20-30 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.4 และ 14.7 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามอายุ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี เลือกซื้อ เทปใสราคาน้อยกว่า 10 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.4 กลุ่มที่มีอายุ 20-29 ปี และ 30-39 ปี เลือกซื้อขนาดราคา 10-20 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.1 และ 52.9 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป เลือกซื้อเทปใสขนาด ราคา 20-29 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50

สำหรับขนาดที่แต่ละกลุ่มอายุเลือกซื้อรองลงมา กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี เลือกซื้อขนาด 10-20 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.9 กลุ่มอายุ 20-29 ปี เลือกซื้อ ขนาดราคาน้อยกว่า 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.2 กลุ่มอายุ 30-39 ปี เลือกซื้อ ขนาดราคา 20-29 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.6 กลุ่มอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป เลือก ซื้อขนาดราคาตั้งแต่ 30 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.0

สำหรับขนาดที่เลือกซื้อเป็นอันดับ 3 กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และ 20-29 ปี เลือกซื้อขนาด 20-29 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.6 และ 14.8 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มอายุ 30-39 ปี เลือกซื้อขนาดราคาน้อยกว่า 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.7 กลุ่มอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป เลือกซื้อขนาดราคา 10-20 บาท คิดเป็นร้อยละ 20

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา เลือกซื้อขนาดราคาน้อย กว่า 10 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.8 ในขณะที่กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิ สาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ เลือกซื้อ ขนาดราคา 10-20 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.9 และ 50.5 ตามลำดับ รองลงมา กลุ่มนักเรียน นักศึกษา เลือกซื้อขนาดราคา 10-20 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.1 กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของ กิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ เลือกซื้อขนาดราคาน้อยกว่า 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.7 และ 21.5 ตามลำดับ

สำหรับอันดับที่ 3 กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ และผู้ประกอบการอาชีพอิสระเลือกซื้อขนาด 21-30 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.8, 17.6 และ 16.1 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ กลุ่มที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน และ 2,000-2,999 บาท/เดือน เลือกซื้อเทปใสขนาดราคาน้อยกว่า 10 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.8 และ 39.6 ในขณะที่กลุ่มที่มีระดับรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป เลือกซื้อเทปใสขนาดราคา 10-20 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.0 47.1 และ 40.8 ตามลำดับ

สำหรับราคาที่เลือกซื้อเป็นอันดับ 2 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน และ 2,000-2,999 บาท/เดือน เลือกซื้อขนาดราคา 10-20 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.1 และ 30.2 กลุ่มรายได้ 3,000-3,999 บาท/เดือน 4,000-4,999 บาท/เดือน เลือกซื้อขนาดราคาต่ำกว่า 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ 25.5 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มระดับรายได้ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป เลือกซื้อขนาดราคา 21-30 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.5

สำหรับอันดับที่ 3 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน, 2,000-2,999 บาท/เดือน, 3,000-3,999 บาท/เดือน, 4,000-4,999 บาท/เดือน เลือกซื้อขนาดราคา 21-30 บาท คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 2.1, 27.9, 8.0 และ 13.7 ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป เลือกซื้อขนาดราคาน้อยกว่า 30 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.4

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 5 ตารางแสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยซื้อ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ตนคิดว่าเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้อ แยกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการซื้อ

ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อเทปใส	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้					พฤติกรรมการซื้อ	
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของ กิจการผู้ ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000	ซื้อไซ เอง	ไม่ได้ซื้อ ไซเอง
รวม	300	117	183	47	177	62	14	97	101	102	61	57	61	63	58	241	59
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ความสะดวกในการซื้อ	119	50	69	18	71	23	7	42	33	44	26	23	26	20	24	95	24
%	39.7	42.7	37.7	38.3	40.3	37.1	50.0	43.3	32.7	43.1	42.6	40.4	42.6	31.7	41.4	39.4	40.7
คุณภาพของเทปใส	111	39	72	18	57	30	6	37	43	31	22	15	21	28	25	87	24
%	37.0	33.3	39.3	38.3	32.4	48.4	42.9	38.1	42.6	30.4	36.1	26.3	34.3	44.4	43.1	36.1	40.7
ราคา	60	24	36	11	42	6	1	16	20	24	12	18	14	10	6	51	9
%	20.0	20.5	19.7	23.4	23.3	9.7	7.1	16.5	19.8	23.5	19.7	31.6	23.0	15.9	10.3	21.2	15.2
คราวยี่ห้อ	10	4	6	-	7	3	-	2	5	3	1	1	-	5	3	8	2
%	3.3	3.4	3.3	-	4.0	4.8	-	2.1	4.9	2.9	1.6	1.8	-	7.9	5.2	3.3	3.4

ทดสอบสมมติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในความคิดเห็นเรื่องปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อเทปใสของผู้ให้สัมภาษณ์ ที่เป็นเพศชายและเพศหญิง

H_1 : มีความแตกต่างในความคิดเห็นเรื่องปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อเทปใสของผู้ให้สัมภาษณ์ ที่เป็นเพศชายและเพศหญิง

$$X^2 = 1.182$$

$$X^2 \text{ จากตาราง} = 7.815 \text{ ณ. ระดับความเชื่อมั่น } 95\% \text{ df} = 3$$

Accept H_0 นั่นคือ ไม่มีความแตกต่างกันในความคิดเห็นเรื่องปัจจัยสำคัญในการซื้อเทปใส ระหว่างผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นหญิงและชาย

วิเคราะห์แยกตามเพศ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นชายให้ความสำคัญถึงความสะดวกในการซื้อเทปใสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.7 ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นหญิงให้ความสำคัญกับคุณภาพของเทปใสมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.3 อันดับรองลงมาชายให้ความสำคัญกับเรื่องคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 33.3 ในขณะที่หญิงให้ความสำคัญในความสะดวกในการซื้อคิดเป็นร้อยละ 37.7 อันดับ 3 ทั้งชายและหญิงให้ความสำคัญกับราคาคิดเป็นร้อยละ 20.5 และ 19.7 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามอายุ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์อายุน้อยกว่า 20 ปี 20-29 ปี และตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป คิดว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกซื้อเทปใสคือ ความสะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 38.3, 40.3 และ 50.0 ตามลำดับ โดยเฉพาะกลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องคุณภาพและความสะดวกในการซื้อเท่ากันคือร้อยละ 38.3 ในขณะที่กลุ่มอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 48.4

สำหรับอันดับที่ 2 ที่เป็นปัจจัยสำคัญ กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี และ 20-29 ปี คือปัจจัยด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 23.4 และ 23.3 ตามลำดับ โดยกลุ่มอายุ 30-39 ปี ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 37.1 กลุ่มอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 42.9

สำหรับอันดับที่ 3 กลุ่มอายุ 20-29 ปี คิดถึงปัจจัยเรื่องคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 32.4 ในขณะที่กลุ่มอายุ 30-39 ปี และตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ

กับปัจจัยราคา คิดเป็นร้อยละ 9.7 และ 7.1 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยความสะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.3 และ 43.1 ตามลำดับ กลุ่มข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.6

อันดับ 2 กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มเจ้าของกิจการและผู้ประกอบอาชีพอิสระให้ความสำคัญกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 38.1 และ 30.4 โดยกลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัทให้ความสำคัญกับความสะดวก ในการซื้อคิดเป็นร้อยละ 32.7

อันดับ 3 กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องราคาเหมือนกันทั้ง 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 16.5, 19.8 และ 23.5 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 2,000-2,999 บาท/เดือน และ 3,000-3,999 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องความสะดวกในการซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.6 40.4 และ 42.0 ตามลำดับ และกลุ่มที่มีรายได้ 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 และ 43.1

อันดับ 2 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 3,000-3,999 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 36.1 และ 34.3 กลุ่มรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน ให้ความสำคัญเรื่องราคา คิดเป็นร้อยละ 31.6 กลุ่มระดับรายได้ 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการซื้อคิดเป็นร้อยละ 31.7 และ 41.4

อันดับ 3 กลุ่มระดับรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 3,000-3,999 บาท/เดือน 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาคิดเป็นร้อยละ 19.7 23.0 15.9 และ 10.3 ในขณะที่กลุ่มรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน ให้ความสำคัญกับคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 26.3

วิเคราะห์แยกตามพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยสำคัญที่ผู้ซื้อเทปใสใช้เอง คิดว่าเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้ออันดับที่ 1 ที่สำคัญที่สุดคือ ความสะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 39.4 ในขณะที่อันดับ 2 คือคุณภาพของเทปใส คิดเป็น ร้อยละ 36.1 สำหรับอันดับที่ 3 คือราคาของเทปใส คิดเป็นร้อยละ 21.2

ปัจจัยสำคัญที่ผู้ไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง คิดว่าเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ความสะดวกในการซื้อและคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 40.7 เท่ากัน อันดับที่ 3 คือราคาคิดเป็นร้อยละ 15.2

ความคิดเห็นเรื่องคุณภาพของเว็บไซต์ที่มีจำหน่ายในท้องตลาด

ตารางที่ 6 ตารางแสดงจำนวนของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์แยกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และตามพฤติกรรมการซื้อ

ความคิดเห็นเรื่อง คุณภาพของเว็บไซต์ที่มี ในท้องตลาด	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้					พฤติกรรมการซื้อ	
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของ กิจการผู้ ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000	ซื้อใช้ เอง	ไม่ใช้ ใช้เอง
รวม	300	117	183	47	117	62	14	97	101	102	61	57	61	63	58	241	59
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
คุณภาพแตกต่างกัน	183	66	117	24	114	39	6	48	60	75	27	34	46	41	35	156	27
%	61.0	56.4	63.9	51.1	64.4	62.9	42.8	49.5	59.4	73.5	44.3	59.6	75.4	65.1	60.3	64.7	45.8
คุณภาพไม่แตกต่างกัน	117	51	66	23	63	23	8	49	41	27	34	23	15	22	23	85	32
%	39.0	43.6	36.1	48.9	35.6	37.1	57.2	50.5	40.6	26.5	55.7	40.4	24.6	34.9	39.7	35.5	54.2



วิเคราะห์แยกตามเพศ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นชายและหญิง มีความเห็นคล้ายกันคือส่วนใหญ่คิดว่าคุณภาพเทปใสที่อยู่ในท้องตลาดไม่แตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 56.4 และ 63.9 ตามลำดับ ในขณะที่มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันคิดเป็นร้อยละ 43.6 และ 36.1

วิเคราะห์แยกตามอายุ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี 20-29 ปี และ 30-39 ปี มีความเห็นว่าเทปใสที่อยู่ในท้องตลาดมีคุณภาพแตกต่างกันเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 51.1 64.4 และ 62.9 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป มีความเห็นดังกล่าวเพียงร้อยละ 42.8 เท่านั้น สำหรับความคิดเห็นเรื่องคุณภาพเทปใสว่าไม่แตกต่างกัน กลุ่มช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี 20-29 ปี และ 30-39 ปี มีความคิดเห็นคิดเป็นร้อยละ 48.9 35.6 และ 37.1 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่าคุณภาพของเทปใสไม่แตกต่างกันคิดเป็นร้อยละ 57.2

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเทปใสในท้องตลาดมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 50.5 และมีความคิดเห็นว่าคุณภาพแตกต่างกันร้อยละ 49.5 สำหรับกลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระมีความเห็นว่าเทปใสในท้องตลาดมีคุณภาพแตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 59.4 และ 73.5 ในขณะที่มีความเห็นว่าคุณภาพไม่แตกต่างกันคิดเป็นร้อยละ 40.6 และ 26.5 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ทุกกลุ่มระดับรายได้ยกเว้นกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน มีความเห็นว่า เทปใสในท้องตลาดมีคุณภาพแตกต่างกันเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มที่มีรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน 3,000-3,999 บาท/เดือน 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป มีความเห็นดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 59.6 75.4 65.1 และ 60.3 ตามลำดับ โดยกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน มีความเห็นดังกล่าวเพียงร้อยละ 44.3

สำหรับความเห็นว่าคุณภาพเทปใสไม่แตกต่างกัน กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน มีอัตราส่วนคิดเป็นร้อยละ 55.7 ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน 3,000-3,999 บาท/เดือน 4,000-4,999 บาท/เดือน

เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป มีความเห็นดังกล่าวคิดเป็นร้อยละ 40.4
24.6 34.9 และ 39.7 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามพฤติกรรมการซื้อ กลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เอง
มีความเห็นว่าคุณภาพของเทปใสที่มีอยู่ในท้องตลาดแตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 64.7
และมีความเห็นไม่แตกต่าง คิดเป็นร้อยละ 35.3 ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ได้ซื้อเทปใสใช้
เอง มีความเห็นว่าคุณภาพของเทปใสในท้องตลาดแตกต่างกันเพียงร้อยละ 45.8
ในขณะที่เห็นว่าคุณภาพของเทปใสในท้องตลาดไม่แตกต่างกันถึงร้อยละ 54.2

ความคิดเห็นเรื่องคุณภาพของเทคโนโลยีที่ผลิตจากต่างประเทศเปรียบเทียบกับที่ผลิตภายในประเทศ

ตารางที่ 7 ตารางแสดงจำนวนของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ความคิดเห็นถึงคุณภาพของเทคโนโลยีที่ผลิตจากต่างประเทศ เปรียบเทียบกับที่ผลิตภายในประเทศ แยกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และคามพฤติกรรมการซื้อ

ความคิดเห็นเรื่องคุณภาพของเทคโนโลยีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศเปรียบเทียบกับที่ผลิตในประเทศ	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้					พฤติกรรมการซื้อ	
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของกิจการผู้ประกอบการ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000	ซื้อใช้เอง	ไม่ได้ซื้อใช้เอง
รวม	300	117	183	47	177	62	14	97	101	102	61	57	61	63	58	241	59
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
คุณภาพดีกว่า	185	74	111	25	113	40	7	54	54	77	29	38	42	40	36	156	29
%	61.7	63.2	60.7	53.2	63.8	64.5	50.0	55.7	53.5	75.5	47.5	66.7	68.9	63.5	62.1	64.7	49.2
คุณภาพเท่ากัน	113	42	71	22	62	22	7	42	46	25	32	18	19	22	22	83	30
%	37.6	35.9	38.8	46.8	35.0	35.5	50.0	43.3	45.5	24.5	52.5	31.6	31.1	34.9	37.9	34.4	50.8
คุณภาพด้อยกว่า	2	1	1	-	2	-	-	1	1	-	-	1	-	1	-	2	-
%	0.7	0.9	0.5	-	1.1	-	-	1.0	1.0	-	-	1.8	-	1.6	-	0.8	-

วิเคราะห์แยกตามเพศ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งชายและหญิง มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันคือ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเทปใสที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าเทปใสที่ผลิตภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 63.2 และ 60.7 ตามลำดับ ในขณะที่คิดว่ามีคุณภาพเท่าเทียมกัน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และ 38.8 และมีเพียงร้อยละ 0.9 และ 0.5 เท่านั้นที่คิดว่าเทปใสที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีคุณภาพด้อยกว่าเทปใสที่ผลิตในประเทศ

วิเคราะห์แยกตามอายุ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทุกระดับอายุ ยกเว้นกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่าเทปใสที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าเทปใสที่ผลิตในประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี 20-29 ปี และ 30-39 ปี มีความคิดเห็นเป็นร้อยละ 53.2 63.8 และ 64.5 ตามลำดับ และเป็นผู้ที่มีความเห็นว่าคุณภาพเท่าเทียมกัน คิดเป็นร้อยละ 46.8, 35.0 และ 35.5 และมีเพียงกลุ่มที่มีอายุ 20-29 ปี ที่คิดว่ามีคุณภาพด้อยกว่าคิดเป็นร้อยละเพียง 1.1

สำหรับกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 14 คน มีจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความเห็นว่าเทปใสที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าเทปใสที่ผลิตในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากับจำนวนผู้มีความคิดเห็นว่ามีคุณภาพเท่ากัน

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทุกอาชีพมีความเห็นคล้ายกันคือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ มีความเห็นว่าเทปใสที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าเทปใสที่ผลิตในประเทศ ส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 55.7 53.5 และ 75.5 ตามลำดับ ในขณะที่มีเพียงร้อยละ 43.3 45.5 และ 24.5 ที่มีความเห็นว่ามีความคุณภาพเท่าเทียมกัน และมีเพียงกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัท ที่คิดว่ามีคุณภาพด้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 1.0 และ 1.0 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ทุกกลุ่มระดับรายได้ ยกเว้นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน มีความเห็นว่าเทปใสที่นำเข้ามาจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าเทปใสที่ผลิตในประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มที่มีรายได้ 2,000-2,999 บาท

/เดือน 3,000-3,999 บาท/เดือน 4,000-4,999 บาท/เดือน และตั้งแต่ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป มีอัตราส่วนคิดเป็นร้อยละ 66.7 68.9 63.5 และ 62.1 ตามลำดับ และมีความเห็นว่าคุณภาพเท่าเทียมกัน คิดเป็นร้อยละ 31.6 31.1 34.9 และ 37.9 และมีเพียงกลุ่มที่มีรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน และ 4,000-4,999 บาท/เดือน ที่คิดว่ากลุ่มคุณภาพด้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 1.8 และ 1.6 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน มีความเห็นว่าเทศบาลที่นำเข้าจากต่างประเทศมีคุณภาพเท่าเทียมกับที่ผลิตในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 52.5 และอีกร้อยละ 47.5 คิดว่ามีคุณภาพดีกว่า

วิเคราะห์แยกตามพฤติกรรมการซื้อ กลุ่มผู้ที่มีพฤติกรรมการซื้อเทศบาลใช้เอง มีความเห็นว่าเทศบาลที่นำเข้าจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าเทศบาลที่ผลิตภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 64.7 และอีกร้อยละ 34.4 คิดว่าคุณภาพเท่ากัน และมีเพียงร้อยละ 0.8 ที่คิดว่าคุณภาพด้อยกว่า ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ได้ซื้อเทศบาลใช้เองมีความคิดเห็นว่าเทศบาลที่นำเข้าจากต่างประเทศมีคุณภาพเท่าเทียมกับเทศบาลที่ผลิตภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 50.8 อีกร้อยละ 49.2 มีความเห็นว่าเทศบาลที่นำเข้าจากต่างประเทศมีคุณภาพดีกว่าเทศบาลที่ผลิตภายในประเทศ

การตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีหรือกา สำหรับงานที่ใช้ทดแทนกันไว้ของผู้สัมภาษณ์

ตารางที่ 8 ตารางแสดงจำนวนของผู้สัมภาษณ์ที่ตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีหรือกาในลักษณะงานที่เลือกใช้ทั้งเทคโนโลยีและกา แยกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการซื้อ

การตัดสินใจเลือกใช้ เทคโนโลยีหรือกาในลักษณะ งานที่ใช้ได้เหมือนกัน	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้					พฤติกรรมการซื้อ	
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของ กิจการผู้ ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	รายได้			ตั้งแต่ 5,000	ซื้อใช้ เอง	ไม่ได้ซื้อ ใช้เอง
												2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999			
รวม	300	117	183	47	177	62	14	17	101	102	61	57	61	63	58	241	59
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ใช้เทคโนโลยี	231	91	140	34	136	51	10	71	84	76	43	45	52	47	44	185	46
%	77.0	77.8	76.5	72.3	76.8	82.3	71.4	73.2	83.2	74.5	70.5	78.9	85.2	74.6	75.9	76.8	78.0
ตอบไม่ได้/ยังไม่แน่ใจ	39	15	24	7	25	6	1	13	12	14	8	6	6	12	7	35	4
%	13.0	12.8	13.1	14.9	14.1	9.7	7.1	13.4	11.9	13.7	13.1	10.5	9.8	19.0	12.1	14.5	6.8
ใช้กา	30	11	19	6	16	5	3	13	5	12	10	6	3	4	7	21	9
%	10.0	9.4	10.4	12.8	9.0	8.1	21.4	13.4	5.0	11.6	16.4	10.5	4.9	6.3	12.1	8.7	15.3



ทดสอบสมมติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจในงานเทปใสหรือ
กาวในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นชายและหญิง

H_1 : มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจในงานเทปใสหรือ
กาวในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นชายและหญิง

จากการคำนวณ $\chi^2 = 0.08848$

จากตาราง $\chi^2_{\alpha} = 5.991$ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%
 $df = 2$

Accept H_0 นั่นคือ ไม่มีความแตกต่างกันในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งชายและหญิงในการตัดสินใจเลือกใช้เทปใสและกาว

วิเคราะห์แยกตามเพศ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งชายและหญิง มีความเห็นทำนองเดียวกัน คือ มีความเห็นส่วนใหญ่ว่าจะใช้เทปใสคิดเป็นร้อยละ 77.8 และ 76.5 และอีกร้อยละ 12.8 และ 13.1 ที่มีคำตอบว่า ตอบไม่ได้ หรือไม่แน่ใจ สำหรับผู้ที่คิดว่าจะใช้กาว คิดเป็นร้อยละ 9.4 และ 10.4 ตามลำดับ

ทดสอบสมมติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในการตัดสินใจใช้งานเทปใสหรือกาวในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีช่วงอายุต่างกัน

H_1 : มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจใช้งานเทปใสหรือกาวในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีช่วงอายุต่างกัน

จากการคำนวณ $\chi^2 = 4.1935$

จากตาราง $\chi^2_{\alpha} = 12.592$ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $df=6$

Accept H_0 นั่นคือ ไม่มีความแตกต่างในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีช่วงอายุต่าง ๆ ในการตัดสินใจใช้เทปใสหรือกาว

วิเคราะห์แยกตามอายุ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทุกช่วงอายุ ยกเว้นกลุ่มอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีความเห็นคล้ายกันส่วนใหญ่ คือ ตัดสินใจใช้เทปใส โดยกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี 20-29 ปี 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 72.3 76.8 และ 82.3 ตามลำดับ และมีผู้ตอบว่า ตอบไม่ได้หรือไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 14.9 14.1 และ 9.7 ตามลำดับ และมีผู้ตอบว่า ใช้กาวคิดเป็นร้อยละ 12.8 9.0 และ 78.1

สำหรับกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ตอบว่าเลือกใช้เทปใส คิดเป็นร้อยละ

ละ 71.4 และร้อยละ 21.4 ตอบว่าใช้กาบ และอีกร้อยละ 7.1 ตอบว่าตอบไม่ได้ หรือไม่แน่ใจ

ทดสอบสมมติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในการตัดสินใจเลือกใช้กาบหรือเทปใสของแต่ละกลุ่มอาชีพ

H_1 : มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจเลือกใช้กาบหรือเทปใสของแต่ละกลุ่มอาชีพ

จากการคำนวณ $\chi^2 = 4.930$

จากตาราง $\chi^2_{\alpha} = 9.488$ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $df = 4$

Accept H_0 นั่นคือ ไม่มีความแตกต่างในการเลือกใช้กาบหรือเทปใสของผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละอาชีพ

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทุกอาชีพมีความเห็นคล้ายกันคือ ส่วนใหญ่เลือกใช้เทปใส โดยกลุ่มอาชีพนักเรียน นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานบริษัท กลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 73.2 33.2 และ 74.5 โดยผู้ที่เลือกใช้กาบเพียงร้อยละ 13.4 5.0 และ 11.8 ตามลำดับ และมีผู้ตอบว่าไม่แน่ใจหรือยังตัดสินใจไม่ได้อีกเพียงร้อยละ 13.4 11.9 และ 13.7

ทดสอบสมมติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในการเลือกใช้กาบหรือเทปใสของผู้ให้สัมภาษณ์ของกลุ่มระดับรายได้ต่าง ๆ

H_1 : มีความแตกต่างในการเลือกใช้กาบหรือเทปใสของผู้ให้สัมภาษณ์ของกลุ่มระดับรายได้ต่าง ๆ

จากการคำนวณ $\chi^2 = 8.68$

จากตาราง $\chi^2_{\alpha} = 15.507$ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $df = 8$

Accept H_0 นั่นคือ ไม่มีความแตกต่างในการเลือกใช้กาบหรือเทปใสของกลุ่มระดับรายได้ต่าง ๆ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ทุกกลุ่มระดับรายได้มีความเห็นคล้ายคลึงกันคือ ส่วนใหญ่เลือกใช้เทปใสโดยกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 2,000-2,999 บาท/เดือน 3,000-3,999 บาท/เดือน 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป เลือกใช้เทปใสคิดเป็นร้อยละ 70.5 78.9

85.2 74.6 และ 75.9 ตามลำดับ

รองลงมา กลุ่มระดับรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 2,000-2,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป เลือกใช้การคิดเป็นร้อยละ 16.4 10.5 และ 12.1 โดยกลุ่มรายได้ 2,000-2,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือน ตอบว่าตัดสินใจไม่ได้หรือยังไม่แน่ใจกับผู้ตอบว่าเลือกใช้การเท่ากับร้อยละ 10.5 และ 12.1

ทดสอบสมมติฐาน H_0 : ไม่มีความแตกต่างในการตัดสินใจใช้งานเทปใสหรือกาวยในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เอง และไม่ได้ซื้อใช้เอง

H_1 : มีความแตกต่างกันในการตัดสินใจใช้งานเทปใสหรือกาวยในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เอง และไม่ได้ซื้อใช้เอง

ค่าจากการคำนวณ $\chi^2 = 2.195$

ค่าจากตาราง $\chi^2_{\alpha} = 5.991$ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% $df = 2$

Accept H_0 นั่นคือ ไม่มีความแตกต่างในการตัดสินใจใช้เทปใสหรือกาวยในกลุ่มที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เองและไม่ได้ซื้อใช้เอง

วิเคราะห์แยกตามพฤติกรรมการซื้อ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการซื้อเทปใสใช้เองและไม่ได้ซื้อใช้เอง มีความเห็นส่วนใหญ่ว่าจะใช้เทปใสคิดเป็นร้อยละ 76.8 และ 78.0 และมีผู้ตัดสินใจว่าจะใช้กาวย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และ 15.3 และผู้ตอบว่ายังไม่แน่ใจคิดเป็นร้อยละ 14.5 และ 6.8

ความคิดเห็นเรื่องการปรับปรุงเทปใสของผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 9 ตารางแสดงจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเทปใส แยกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และตามพฤติกรรมการซื้อ

ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อ คิดเห็นว่าเทปใสควร ปรับปรุงด้านใด	รวม	เพศ		อายุ				อาชีพ			รายได้					พฤติกรรมการซื้อ	
		ชาย	หญิง	ต่ำกว่า 20 ปี	20 ถึง 29 ปี	30 ถึง 39 ปี	ตั้งแต่ 40 ขึ้นไป	นร./ นศ.	ข้าราชการ พนักงาน	เจ้าของ กิจการผู้ ประกอบ	ต่ำกว่า 2,000	2,000 ถึง 2,999	3,000 ถึง 3,999	4,000 ถึง 4,999	ตั้งแต่ 5,000	ซื้อใช้ เอง	ไม่ใช้ ใช้เอง
รวม	300	117	183	47	177	62	14	97	101	102	61	57	61	63	58	241	59
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ด้านคุณภาพ	209	89	120	39	119	42	9	71	60	78	47	36	49	44	33	177	32
%	69.7	76.1	65.6	82.9	67.2	67.7	64.3	73.2	59.4	76.5	77.0	63.2	80.3	69.8	56.9	73.3	54.2
ด้านราคา	96	40	56	18	54	18	6	34	27	35	23	18	17	17	21	82	14
%	32.0	34.2	30.6	38.2	30.5	29.0	42.8	35.1	26.7	34.3	37.7	31.6	27.9	27.0	36.2	34.0	23.7
ด้านขนาด	52	24	28	13	30	8	1	24	14	14	15	11	9	11	6	41	11
%	17.3	20.5	15.3	27.7	16.9	12.9	7.1	24.7	13.9	13.7	24.6	19.3	14.8	17.5	10.3	17.0	18.6
ด้านการบรรจุหีบห่อ	46	12	34	3	30	10	3	15	26	5	5	10	7	12	12	38	8
%	15.3	10.3	18.6	6.4	16.9	16.1	21.4	15.5	25.7	4.9	8.2	17.5	11.5	19.0	20.7	15.7	13.5

วิเคราะห์แยกตามเพศ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ชายและหญิง ส่วนใหญ่เห็นควรปรับปรุงด้านคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 76.1 และ 65.6 รองลงมาเห็นควรปรับปรุงราคาร้อยละ 34.2 และ 30.6 สำหรับอันดับ 3 กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นชายเห็นควรปรับปรุงด้านขนาด คิดเป็นร้อยละ 20.5 ในขณะที่กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นหญิงเห็นควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อ 18.6 ในขณะที่อันดับ 4 กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ชาย เห็นควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อร้อยละ 10.3 ในขณะที่กลุ่มเพศหญิงเห็นควรปรับปรุงด้านขนาดคิดเป็นร้อยละ 15.3

วิเคราะห์แยกตามอายุ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทุกช่วงอายุมีความเห็นควรให้ปรับปรุงด้านคุณภาพเป็นส่วนใหญ่ โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี 20-25 ปี 30-35 ปี และ 40 ปีขึ้นไป เห็นควรปรับปรุงด้านคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 82.9 67.2 67.7 และ 64.3 ตามลำดับ และเห็นควรปรับปรุงด้านราคา รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 38.2 30.0 29.0 และ 42.8 สำหรับอันดับที่ 3 มีความแตกต่างกันคือ กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี และ 20-29 ปี เห็นควรปรับปรุงด้านขนาด คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ 16.9 ในขณะที่กลุ่มอายุ 30-39 ปี และ 40 ปีขึ้นไป เห็นควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อ คิดเป็นร้อยละ 16.1 และ 21.4 อันดับ 4 กลุ่มอายุน้อยกว่า 20 ปี และ 20-29 ปี เห็นควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อคิด เป็นร้อยละ 6.4 และ 16.9 ในขณะที่กลุ่มอายุ 30-39 ปี และ 40 ปีขึ้นไปเห็น ควรปรับปรุงด้านขนาดคิดเป็นร้อยละ 12.9 และ 7.1

วิเคราะห์แยกตามอาชีพ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอาชีพต่างๆ มีความเห็นเกี่ยวกับเรื่องการปรับปรุงด้านคุณภาพและราคาลำบากกัน คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ เห็นควรปรับปรุงด้านคุณภาพเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 73.2 59.4 และ 76.5 ตามลำดับ อันดับที่ 2 เห็นควรปรับปรุงด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 35.1 26.7 และ 34.3 สำหรับอันดับ 3 กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มเจ้าของกิจการ ผู้ประกอบอาชีพอิสระ เห็นควรปรับปรุงด้านขนาดคิดเป็นร้อยละ 24.7 และ 13.7 ในขณะที่กลุ่มข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เห็นควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อ คิดเป็นร้อยละ 25.7 อันดับ 4 กลุ่มนักเรียน นัก

ศึกษา กลุ่มเจ้าของกิจการ เห็นควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อ คิดเป็นร้อยละ 15.5 และ 4.9 ในขณะที่กลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เห็นควรปรับปรุงด้านขนาดคิดเป็นร้อยละ 13.9

วิเคราะห์แยกตามรายได้ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีระดับรายได้ต่าง ๆ มีความเห็นควรปรับปรุงด้านคุณภาพและราคาล้ำยคลึงกัน คือ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 20,000-2,999 บาท/เดือน 3,000-3,999 บาท/เดือน 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป เห็นควรปรับปรุงด้านคุณภาพเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 77.0 63.2 80.3 69.8 และ 56.9 ตามลำดับและเห็นควรปรับปรุงด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 37.6 31.6 27.9 27.0 และ 36.2 ตามลำดับ

สำหรับอันดับ 3 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 2,000-2,999 บาท/เดือน และ 3,000-3,999 บาท/เดือน เห็นควรปรับปรุงด้านขนาดคิดเป็นร้อยละ 24.6 19.3 และ 14.8 ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไป เห็นควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อ คิดเป็นร้อยละ 19.0 และ 27.0

สำหรับอันดับ 4 กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท/เดือน 2,000-2,999 บาท/เดือน และ 3,000-3,999 บาท/เดือน เห็นควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อ คิดเป็นร้อยละ 8.2 17.5 และ 11.5 ในขณะที่กลุ่มที่มีรายได้ 4,000-4,999 บาท/เดือน และ 5,000 บาท/เดือนขึ้นไปเห็นควรปรับปรุงด้านขนาดคิดเป็นร้อยละ 17.5 และ 10.3

วิเคราะห์แยกตามพฤติกรรมการซื้อ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีพฤติกรรมการซื้อ เทปใสใช้เองและไม่ได้ซื้อเทปใสใช้เอง มีความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงเทปใสในด้านต่าง ๆ คล้ายกัน เห็นควรปรับปรุงด้านคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.3 และ 54.2 และเห็นควรปรับปรุงด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 34.0 และ 23.7 เห็นควรปรับปรุงด้านขนาดคิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 18.6 และเห็นควรปรับปรุงด้านการบรรจุหีบห่อ คิดเป็นร้อยละ 15.7 และ 13.5 ตามลำดับ