

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้าย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษานำเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 6) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลักและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยจะแยกนำเสนอผลการศึกษารูปแบบร้อยละจำแนกตามเพศ อายุและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 7 ถึงตารางที่ 37)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยจะแยกนำเสนอผลการศึกษารูปแบบร้อยละจำแนกตามเพศ อายุและจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 38 ถึงตารางที่ 62)

ส่วนที่ 4 ปัญหาต่างๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด (ตารางที่ 63 ถึงตารางที่ 66)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	142	35.50
หญิง	258	64.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาเป็นเพศชายร้อยละ 35.50

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	88	22.00
21-30 ปี	100	25.00
31-40 ปี	118	29.50
41-50 ปี	67	16.75
51-60 ปี	20	5.00
60 ปีขึ้นไป	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 29.50 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 25.00 อายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 22.00 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 16.75 อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 5.00 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	161	40.25
สมรส	207	51.75
หม้าย/หย่าร้าง	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 51.75 รองลงมาอยู่ในสถานภาพโสด ร้อยละ 40.25 และเป็นหม้ายหรือ หย่าร้าง ร้อยละ 8.00

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถม	35	8.75
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย	139	34.75
อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	63	15.75
ปริญญาตรี	137	34.25
ปริญญาโท	25	6.25
อื่นๆ	1	0.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ คือ ปริญญาเอก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย ร้อยละ 34.75 ซึ่งใกล้เคียงกับระดับปริญญาตรี คือ ร้อยละ 34.25 รองลงมาได้แก่ระดับอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ร้อยละ 15.75 ระดับประถม ร้อยละ 8.75 ระดับปริญญาโท ร้อยละ 6.25 และอื่นๆ คือ ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 0.25

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	62	15.50
ลูกจ้าง/พนักงาน	125	31.25
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	73	18.25
นักเรียน/นักศึกษา	74	18.50
อาชีพอิสระ	66	16.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงาน ร้อยละ 31.25 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 18.50 ใกล้เคียงกับอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ ร้อยละ 18.25 ประกอบอาชีพอิสระ ร้อยละ 16.50 และอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 15.50

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	212	53.00
10,001-20,000 บาท	82	20.50
20,001-30,000 บาท	75	18.75
30,001-40,000 บาท	22	5.50
40,001-50,000 บาท	5	1.25
สูงกว่า 50,000 บาท	4	1.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.50 ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.75 ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง

30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.50 ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 40,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.25 และใกล้เคียงกับผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท คือร้อยละ 1.00

ส่วนที่ 2 ความต้องการและพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	228	57.00
รูปแบบ	167	41.75
ราคา	181	45.25
สีสันทันและลวดลาย	175	43.75
อื่นๆ	3	0.75

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย และประโยชน์ใช้สอย

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 57.00 รองลงมาคือ ราคา ร้อยละ 45.25 สีสันทันและลวดลาย ร้อยละ 43.75 รูปแบบ ร้อยละ 41.75 และอื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย และประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 0.75

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ

เหตุผลที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อใช้เอง	276	69.00
เพื่อเป็นของฝาก	144	36.00
เพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ	113	28.25

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด ร้อยละ 69.00 รองลงมาซื้อเพื่อเป็นของฝาก ร้อยละ 36.00 และซื้อเพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ ร้อยละ 28.25

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อ	304	76.00
กระโปรง	123	30.75
กางเกง	133	33.25

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายประเภทเสื้อเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือ กางเกง ร้อยละ 33.25 และซื้อกระโปรงเป็นอันดับสุดท้ายคือ ร้อยละ 30.75

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกสีข้อม

สีข้อม	จำนวน	ร้อยละ
สีเคมี	94	23.50
สีธรรมชาติ	306	76.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ข้อมด้วยสีธรรมชาติ (ร้อยละ 76.50) มากกว่าข้อมด้วยสีเคมี (ร้อยละ 23.50)

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการทอลาย

ลักษณะการทอลาย	จำนวน	ร้อยละ
ทอแบบธรรมดา	250	62.50
ทอแบบยกดอก	125	37.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอลายแบบธรรมดามากกว่าทอแบบยกดอก คือ ร้อยละ 62.50 และ ร้อยละ 37.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจาก
ผ้าฝ้ายโดยเฉลี่ย

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี	76	19.00
1 ครั้ง / ปี	130	32.50
2 ครั้ง / ปี	114	28.50
มากกว่า 2 ครั้ง / ปี	80	20.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายมีความถี่โดยเฉลี่ยมากที่สุดคือ 1 ครั้ง / ปี ร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ 2 ครั้ง / ปี ร้อยละ 28.50 ซื้อมากกว่า 2 ครั้ง / ปี ร้อยละ 20.00 และความถี่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ครั้ง / ปี ร้อยละ 19.00

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเฉลี่ยในการซื้อเสื้อผ้า
สำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

งบประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	176	44.00
500 – 1,000 บาท	148	37.00
1,001 – 1,500 บาท	45	11.25
1,501 – 2,000 บาท	21	5.25
สูงกว่า 2,000 บาท	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า มูลค่าเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย
ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่มีมูลค่าที่ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 44.00 รองลงมา คือ ซื้อมี

มูลค่าเฉลี่ยประมาณ 500 – 1,000 บาท ร้อยละ 37.00 ซึ่งที่มูลค่าเฉลี่ยประมาณ 1,001 – 1,500 บาท ร้อยละ 11.25 ซึ่งที่มูลค่าเฉลี่ยประมาณ 1,501 – 2,000 บาท ร้อยละ 5.25 และซึ่งที่มูลค่าเฉลี่ยสูงกว่า 2,000 บาท น้อยที่สุด ร้อยละ 2.50

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

บุคคลที่มีอิทธิพล	จำนวน	ร้อยละ
บิดา/มารดา	62	15.50
ญาติ / พี่น้อง	35	8.75
เพื่อน	102	25.50
สามี / ภรรยา	51	12.75
ตนเอง	149	37.25
อื่นๆ	1	0.25
รวม	400	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ คือ บุตร

จากตารางที่ 14 พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตนเอง ร้อยละ 37.20 รองลงมา คือ เพื่อน ร้อยละ 25.50 บิดาหรือมารดา ร้อยละ 15.50 สามีหรือภรรยา ร้อยละ 12.75 ญาติหรือพี่น้อง ร้อยละ 8.75 และอื่นๆที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด คือ บุตร ร้อยละ 0.25

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

แหล่งข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายโฆษณา	108	27.00
การบอกต่อของบุคคลอื่น	165	41.25
ไกด์นำทาง	37	9.25
เพื่อนร่วมเดินทาง	76	19.00
อินเทอร์เน็ต	21	5.25
การออกงานแสดงสินค้า / นิทรรศการ	90	22.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 15 พบว่า แหล่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ การบอกต่อของบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมาคือ ทราบข่าวสารจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 27.00 ทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 22.50 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 19.00 ทราบจากไกด์นำทาง ร้อยละ 9.25 และแหล่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับจำหน่ายร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบน้อยที่สุดคือ ทราบจากอินเทอร์เน็ตมีเพียงร้อยละ 5.25

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้าย

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ร้านในแหล่งท่องเที่ยว	162	40.50
ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป	176	44.00
ผู้ผลิต / แหล่งผลิต	60	15.00
งานแสดงสินค้า / นิทรรศการ	85	21.25
ร้านในห้างสรรพสินค้า	31	7.75

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 พบว่า สถานที่ส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย คือร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ เลือกซื้อจากร้านในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 40.50 เลือกซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 21.25 เลือกซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 15.00 และเลือกซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้าน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 7.75

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามเพศ

ความสำคัญ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	77	54.23	151	58.53
รูปแบบ	50	35.21	117	45.35
ราคา	65	45.77	116	44.96
สีสันทันและลวดลาย	58	40.85	117	45.35
อื่นๆ	3	2.13	0	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย และประโยชน์ใช้สอย

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 54.23 รองลงมา คือ ราคา ร้อยละ 45.85 สีสันทันและลวดลาย ร้อยละ 40.85 รูปแบบ ร้อยละ 35.21 และอื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยและประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 2.13

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบว่า เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 58.53 รองลงมาคือรูปแบบและสีสันทัน ลวดลาย มีความสำคัญเท่ากันเท่ากับ ร้อยละ 45.35 และราคา ร้อยละ 44.96

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามเพศ

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อใช้เอง	85	59.86	191	74.03
เพื่อเป็นของฝาก	51	35.92	93	36.05
เป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ	50	35.21	63	24.42

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด ร้อยละ 59.86 และ 74.03 ตามลำดับ รองลงมาซื้อเพื่อเป็นของฝากร้อยละ 35.92 และ 36.05 ตามลำดับใกล้เคียงกับ เลือกซื้อเพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ คือ ร้อยละ 35.21 และ 24.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามเพศ

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อ	98	69.01	206	79.84
กระโปรง	32	22.54	91	35.27
กางเกง	57	40.14	76	29.46

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายประเภทเสื้อเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 69.01 รองลงมาเลือกซื้อกางเกง ร้อยละ 40.14 และเลือกซื้อกระโปรงเป็นลำดับสุดท้าย ร้อยละ 22.54

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเลือกซื้อประเภทเสื้อเป็นอันดับที่ 1 เช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 79.84 รองลงมาเลือกซื้อกระโปรง ร้อยละ 35.27 และเลือกซื้อกางเกงเป็นลำดับสุดท้าย ร้อยละ 29.46

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสีที่ใช้ย้อม จำแนกตามเพศ

สีที่ใช้ย้อม	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สีเคมี	32	22.54	62	24.03
สีธรรมชาติ	110	77.46	196	75.97

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี คือ สีธรรมชาติร้อยละ 77.46 และ ร้อยละ 75.97 ตามลำดับ สีเคมีร้อยละ 22.54 และ 24.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะการทอ จำแนกตามเพศ

ลักษณะการทอ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทอแบบธรรมดา	97	68.31	153	59.30
ทอแบบยกดอก	45	31.69	105	40.70

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอหลายแบบธรรมดามากกว่าการทอหลายแบบยกดอก คือ ทอหลายแบบธรรมดา ร้อยละ 68.31 และ 59.30 ตามลำดับ ทอหลายแบบยกดอก ร้อยละ 31.69 และ 40.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่าย
เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายโฆษณา	38	26.76	70	27.13
การบอกต่อของบุคคลอื่น	57	40.14	108	41.86
ไกด์นำทาง	16	11.27	21	8.14
เพื่อนร่วมเดินทาง	28	19.72	48	18.60
อินเทอร์เน็ต	8	5.63	13	5.04
การออกงานแสดงสินค้า / นิทรรศการ	26	18.31	64	24.81

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 22 พบว่า แหล่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ คือ การบอกต่อของบุคคลอื่น ร้อยละ 40.14 รองลงมาทราบจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 26.76 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 19.72 ทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 18.31 ทราบจากไกด์นำทาง ร้อยละ 11.27 และทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 5.63

สำหรับเพศหญิงแหล่งข่าวสารข้อมูลส่วนใหญ่ คือ การบอกต่อของบุคคลอื่น ร้อยละ 41.86 รองลงมา คือ ทราบจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 27.13 ทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 24.81 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 18.60 ทราบจากไกด์นำทาง ร้อยละ 8.14 และทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 5.04

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้าย จำแนกตามเพศ

สถานที่	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านในแหล่งท่องเที่ยว	54	38.03	108	41.86
ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป	71	50.00	105	40.70
ผู้ผลิต / แหล่งผลิต	21	14.79	39	15.12
งานแสดงสินค้า / นิทรรศการ	31	21.83	54	20.93
ร้านในห้างสรรพสินค้า	12	8.45	19	7.36

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 23 พบว่า สถานที่ส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย คือร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ร้อยละ 50.00 รองลงมา คือ ร้านในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 38.03 งานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 21.83 ผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 14.79 และร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 8.45

สำหรับเพศหญิงพบว่าสถานที่ส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อ คือ ร้านในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 41.86 รองลงมาคือ ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ร้อยละ 40.70 งานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 20.93 ผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 15.12 และร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ

7.36

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามอายุ

ความสำคัญ	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คุณภาพ	35 (39.77)	59 (59.00)	77 (65.25)	38 (56.72)	14 (70.00)	5 (71.43)
รูปแบบ	26 (29.55)	44 (44.00)	57 (48.31)	29 (43.28)	11 (55.00)	0 (0.00)
ราคา	34 (38.64)	50 (50.00)	54 (45.76)	33 (49.25)	10 (50.00)	0 (0.00)
สีสันทและลวดลาย	52 (59.09)	32 (32.00)	54 (45.76)	22 (32.84)	11 (55.00)	4 (57.14)
อื่นๆ	0 (0.00)	2 (2.00)	1 (0.85)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยและประโยชน์ใช้สอย

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากสีสันทและลวดลายมากที่สุด ร้อยละ 59.09 รองลงมา พิจารณาจากคุณภาพ ร้อยละ 39.77 ราคา ร้อยละ 38.64 และพิจารณาจากรูปแบบ ร้อยละ 29.55

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี เลือกซื้อโดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 59.00 รองลงมาพิจารณาจากราคา ร้อยละ 50.00 รูปแบบ ร้อยละ 44.00 สีสันทและลวดลาย ร้อยละ 32.00 และอื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยและประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 2.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 65.25 รองลงมาพิจารณาจากรูปแบบ ร้อยละ 48.31 พิจารณาจากราคาและสีสันทลวดลายเท่ากันคือ ร้อยละ 45.76 และอื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ร้อยละ 0.85

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 56.72 รองลงมาพิจารณาจากราคา ร้อยละ 49.35 รูปแบบ ร้อยละ 43.28 และพิจารณาสีสันทและลวดลายเป็นลำดับสุดท้าย ร้อยละ 32.84

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 70.00 รองลงมาพิจารณาจากรูปแบบ เท่ากันกับสีสันทและลวดลาย คือ ร้อยละ 55.00 และพิจารณาราคาเป็นลำดับสุดท้าย คือ ร้อยละ 50.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ > 60 ปี ขึ้นไป เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพและสีสันทและลวดลายเท่านั้น คือ ร้อยละ 71.43 และ ร้อยละ 57.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามอายุ

เหตุผล	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพื่อใช้เอง	41 (46.59)	73 (73.00)	95 (80.51)	44 (65.67)	18 (90.00)	5 (71.43)
เพื่อเป็นของฝาก	39 (44.32)	38 (38.00)	33 (27.97)	25 (37.31)	8 (40.00)	1 (14.29)
เป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ	35 (39.77)	24 (24.00)	32 (27.12)	16 (23.88)	4 (20.00)	2 (28.57)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี และอายุระหว่าง 51-60 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด ร้อยละ 46.59, 73.00, 80.51, 65.67 และ 90.00 ตามลำดับ รองลงมาเลือกซื้อเพื่อใช้เป็นของฝาก ร้อยละ 44.32, 38.00, 27.97, 37.31 และ 40.00 ตามลำดับและเลือกซื้อเพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆเป็นลำดับสุดท้าย ร้อยละ 39.77, 24.00, 27.12, 23.88 และ 20.00 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด คือ ร้อยละ 71.43 รองลงมา ซื้อเพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ ร้อยละ 28.57 และ เลือกซื้อเพื่อเป็นของฝากเป็นลำดับสุดท้าย คือ ร้อยละ 14.29

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามอายุ

ประเภท	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เสื้อ	53 (60.23)	77 (77.00)	96 (81.36)	57 (85.07)	16 (80.00)	5 (71.43)
กระโปรง	26 (29.55)	29 (29.00)	35 (29.66)	22 (32.84)	9 (45.00)	2 (28.57)
กางเกง	34 (38.64)	35 (35.00)	36 (30.51)	13 (19.40)	10 (50.00)	5 (71.43)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 51-60 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายประเภทเสื้อเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 60.23, 77.00, 81.36 และ 80.07 ตามลำดับ รองลงมาเลือกซื้อประเภทกางเกง ร้อยละ 38.64, 35.00, 30.51 และ 50.00 ตามลำดับ และเลือกซื้อกระโปรงเป็นอันดับสุดท้าย ร้อยละ 29.55, 29.00, 29.66 และ 45.00 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายประเภทเสื้อเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 85.07 รองลงมาเลือกซื้อกระโปรง ร้อยละ 32.84 และเลือกซื้อกางเกงเป็นอันดับสุดท้าย ร้อยละ 19.40 และกลุ่มผู้ที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายประเภทเสื้อและกางเกงเป็นอันดับที่ 1 เท่ากัน คือ ร้อยละ 71.43 และเลือกซื้อกระโปรงเป็นอันดับสุดท้าย ร้อยละ 28.57

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสีกที่ใช้ย้อม จำแนกตามอายุ

สีกที่ใช้ย้อม	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สีเคมี	19 (21.59)	24 (24.00)	28 (23.73)	16 (23.88)	4 (20.00)	3 (42.86)
สีธรรมชาติ	69 (78.41)	76 (76.00)	90 (76.27)	51 (76.12)	16 (80.00)	4 (57.14)

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี อายุระหว่าง 51-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี คือ เลือกซื้อที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ ร้อยละ 78.41, 76.00, 76.27, 76.12, 80.00 และ 57.14 ตามลำดับ และเลือกซื้อที่ย้อมด้วยสีเคมี ร้อยละ 21.59, 24.00, 23.73, 23.88, 20.00 และ 42.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะการทอ จำแนกตามอายุ

ลักษณะการทอ	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ทอแบบธรรมดา	56 (63.64)	67 (67.00)	70 (59.32)	39 (58.21)	13 (65.00)	5 (71.43)
ทอแบบยกดอก	32 (36.36)	33 (33.00)	48 (40.68)	28 (41.79)	7 (35.00)	2 (28.57)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี อายุระหว่าง 51-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอแบบธรรมดามากกว่าการทอแบบยกดอก คือ เลือกซื้อที่ทอแบบธรรมดา ร้อยละ 63.64, 67.00, 59.32, 58.21, 65.00 และ 71.43 ตามลำดับ และเลือกซื้อที่ทอแบบยกดอก ร้อยละ 36.36, 33.00, 40.68, 41.79, 35.00 และ 28.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่าย
เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามอายุ

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ป้ายโฆษณา	37 (42.05)	14 (14.00)	31 (26.27)	17 (25.37)	9 (45.00)	0 (0.00)
การบอกต่อของบุคคล อื่น	35 (39.77)	50 (50.00)	54 (45.76)	20 (29.85)	4 (20.00)	2 (28.57)
ไกด์นำทาง	7 (7.95)	5 (5.00)	12 (10.17)	10 (14.93)	3 (15.00)	0 (0.00)
เพื่อนร่วมเดินทาง	10 (11.36)	20 (20.00)	20 (16.95)	14 (20.90)	9 (45.00)	3 (42.86)
อินเทอร์เน็ต	7 (7.95)	1 (1.00)	6 (5.08)	2 (2.99)	3 (15.00)	2 (28.57)
การออกงานแสดง สินค้า / นิทรรศการ	10 (11.36)	30 (30.00)	34 (28.81)	12 (17.91)	4 (20.00)	0 (0.00)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากป้ายโฆษณามากที่สุด ร้อยละ 42.05 รองลงมาทราบจากการบอกต่อของบุคคลอื่น ร้อยละ 39.77 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทางและการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการเท่ากัน คือ ร้อยละ 11.36 และทราบจากไกด์นำทางและอินเทอร์เน็ตเท่ากัน คือ ร้อยละ 7.95

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมากที่สุด ร้อยละ 50.00 รองลงมาทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 30.00 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 20.00 ทราบจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 14.00 ทราบจากไกด์นำทาง ร้อยละ 5.00 และทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 1.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี トラบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมากที่สุด ร้อยละ 45.76 รองลงมาทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 28.81 ทราบจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 26.27 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 16.95 ทราบจากไกด์นำทาง ร้อยละ 10.17 และทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 5.08

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี トラบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมากที่สุด ร้อยละ 29.85 รองลงมาทราบจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 25.37 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 20.90 ทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 17.91 ทราบจากไกด์นำทาง ร้อยละ 14.93 และทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 2.99

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี トラบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายมากที่สุด คือ ทราบจากป้ายโฆษณาและเท่ากันกับทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 45.00 รองลงมาทราบจากการบอกต่อของบุคคลอื่นเท่ากันกับทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 20.00 และทราบจากไกด์นำทางเท่ากันกับทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 15.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป トラบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากเพื่อนร่วมเดินทางมากที่สุด ร้อยละ 42.86 รองลงมาทราบจากการบอกต่อของบุคคลอื่นเท่ากันกับทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 28.57

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป
จากผ้าฝ้าย จำแนกตามอายุ

สถานที่	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ร้านในแหล่ง ท่องเที่ยว	47 (53.41)	41 (41.00)	35 (29.66)	27 (40.30)	8 (40.00)	4 (57.14)
ร้านขายเสื้อผ้า สำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ทั่วไป	29 (32.95)	54 (54.00)	58 (49.15)	23 (34.33)	9 (45.00)	3 (42.86)
ผู้ผลิต / แหล่งผลิต	20 (22.73)	12 (12.00)	15 (12.71)	9 (13.43)	2 (10.00)	2 (28.57)
งานแสดงสินค้า/ นิทรรศการ	9 (10.23)	17 (17.00)	33 (27.97)	18 (26.87)	8 (40.00)	0 (0.00)
ร้านใน ห้างสรรพสินค้า	3 (3.41)	2 (2.00)	11 (9.32)	10 (14.93)	2 (10.00)	3 (42.86)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 53.41 รองลงมาเลือกซื้อจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ร้อยละ 32.95 เลือกซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 22.73 เลือกซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 10.23 และเลือกซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 3.41

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 54.00 รองลงมาเลือกซื้อจากร้านในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 41.00 เลือกซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 17.00 เลือกซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 12.00 และเลือกซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 2.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 49.15 รองลงมาเลือกซื้อจากร้านในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 29.66 เลือกซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 27.97 เลือกซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 12.71 และเลือกซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 9.32

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 40.30 รองลงมาเลือกซื้อจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ร้อยละ 34.33 เลือกซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 26.87 เลือกซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 14.93 และเลือกซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 13.43

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 45.00 รองลงมาเลือกซื้อจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวเท่ากับงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 40.00 และเลือกซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิตเท่ากับเลือกซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 10.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไปเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 57.14 รองลงมาเลือกซื้อจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปเท่ากับเลือกซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 42.86 และเลือกซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต 28.57

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามรายได้

ความสำคัญ	รายได้ (บาท)					
	น้อยกว่า10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า50,000
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
คุณภาพ	110 (51.89)	55 (67.07)	44 (58.67)	13 (59.09)	2 (40.00)	4 (100.00)
รูปแบบ	83 (39.15)	38 (46.34)	32 (42.67)	7 (31.82)	5 (100.00)	2 (50.00)
ราคา	83 (39.15)	39 (47.56)	45 (60.00)	10 (45.45)	1 (20.00)	3 (75.00)
สีสันทและ ลวดลาย	103 (48.58)	27 (32.93)	28 (37.33)	12 (54.55)	2 (40.00)	3 (75.00)
อื่นๆ	1 (0.47)	2 (0.71)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยและประโยชน์ใช้สอย

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 51.89 รองลงมาพิจารณาจาก สีสันทและลวดลาย ร้อยละ 48.58 เลือกซื้อโดยพิจารณาจากรูปแบบเท่ากับกับราคา ร้อยละ 39.15 และอื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ร้อยละ 0.47

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 67.07 รองลงมาพิจารณาจากราคา ร้อยละ 47.56 รูปแบบ ร้อยละ 46.34 และพิจารณาจากสีสันทและลวดลาย ร้อยละ 32.93 และอื่นๆ คือ ต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยและประโยชน์ใช้สอย ร้อยละ 0.71

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากราคามากที่สุด 60.00 รองลงมาพิจารณาจากคุณภาพ ร้อยละ 58.67 รูปแบบ ร้อยละ 42.70 และพิจารณาจากสีสันทันและลวดลาย ร้อยละ 37.33

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 59.09 รองลงมาพิจารณาจากสีสันทันและลวดลาย ร้อยละ 54.55 ราคา ร้อยละ 45.45 และพิจารณาจากรูปแบบ ร้อยละ 31.82

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากรูปแบบมากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาพิจารณาจากคุณภาพเท่ากับสีสันทันและลวดลาย ร้อยละ 40.00 และพิจารณาจากราคา ร้อยละ 20.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาพิจารณาจากราคาเท่ากับสีสันทันและลวดลาย ร้อยละ 75.00 และพิจารณาจากรูปแบบ ร้อยละ 50.00

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามรายได้

เหตุผล	รายได้ (บาท)					
	น้อยกว่า10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า50,000
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เพื่อใช้เอง	145 (68.40)	68 (82.93)	44 (58.67)	12 (54.55)	3 (60.00)	4 (100.00)
เพื่อเป็นของ ฝาก	75 (35.38)	25 (30.49)	31 (41.33)	11 (50.00)	1 (20.00)	1 (25.00)
เป็นของขวัญ เนื่องในโอกาส ต่างๆ	63 (29.72)	15 (18.29)	24 (32.00)	7 (31.82)	2 (40.00)	2 (50.00)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ได้น้อยกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด ร้อยละ 68.40, 82.93, 58.67, และ 54.55 ตามลำดับ รองลงมาซื้อเพื่อเป็นของฝาก ร้อยละ 35.38, 30.49, 41.33, และ 50.00 ตามลำดับ และซื้อเพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ เป็นลำดับสุดท้าย ร้อยละ 29.72, 18.29, 32.00 และ 31.82 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท และรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด ร้อยละ 60.00 และ 100.00 ตามลำดับ รองลงมาซื้อเพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ ร้อยละ 40.00 และ 50.00 ตามลำดับ และซื้อเพื่อเป็นของฝากเป็นลำดับสุดท้าย ร้อยละ 20.00 และ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามรายได้

ประเภท	รายได้ (บาท)					
	น้อยกว่า10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า50,000
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เสื้อ	160 (75.47)	73 (89.02)	47 (62.67)	17 (77.27)	3 (60.00)	4 (100.00)
กระโปรง	65 (30.66)	16 (19.51)	31 (41.33)	8 (36.36)	1 (20.00)	2 (50.00)
กางเกง	64 (30.19)	19 (23.17)	35 (46.67)	11 (50.00)	2 (40.00)	2 (50.00)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายประเภทเสื้อมากที่สุด ร้อยละ 75.47 รองลงมาซื้อกระโปรง ร้อยละ 30.66 และซื้อกางเกง ร้อยละ 30.19

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาท ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายประเภทเสื้อมากที่สุด ร้อยละ 89.02, 62.67, 77.27 และ 60.00 ตามลำดับ รองลงมาซื้อกางเกง ร้อยละ 23.17, 46.6, 50.00 และ 40.00 ตามลำดับ และซื้อกระโปรงเป็นลำดับสุดท้าย ร้อยละ 19.51, 41.33, 36.36 และ 20.00 ตามลำดับ

สำหรับกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายประเภทเสื้อมากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาซื้อกระโปรงเท่ากับกางเกง คือ ร้อยละ 50.00

ตารางที่ 34 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสีที่ใช้ย้อม จำแนกตามรายได้

สีที่ใช้	รายได้ (บาท)					
	น้อยกว่า10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า50,000
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
สีเคมี	41 (19.34)	21 (25.61)	22 (29.33)	9 (40.91)	0 (0.00)	1 (25.00)
สีธรรมชาติ	171 (80.66)	61 (74.39)	53 (70.67)	13 (59.09)	5 (100.00)	3 (75.00)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท รายได้ 30,001 – 40,000 บาท รายได้ 40,001 – 50,000 บาท และรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ มากกว่าสีเคมี โดยเลือกซื้อที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ ร้อยละ 80.66, 74.39, 70.67, 59.09, 100.00 และ 75.00 ตามลำดับ และเลือกซื้อที่ย้อมด้วยสีเคมี ร้อยละ 19.34, 25.61, 29.33, 40.91, 0.00 และ 25.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการทอ จำแนกตามรายได้

ลักษณะการทอ	รายได้ (บาท)					
	น้อยกว่า10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า50,000
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ทอแบบ ธรรมดา	137 (64.62)	57 (69.51)	41 (54.67)	11 (50.00)	2 (40.00)	2 (50.00)
ทอแบบยกดอก	75 (35.38)	25 (30.49)	34 (45.33)	11 (50.00)	3 (60.00)	2 (50.00)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอแบบธรรมดา มากกว่าทอแบบยกดอก โดยเลือกซื้อที่ทอแบบธรรมดา ร้อยละ 64.62, 69.51 และ 54.67 ตามลำดับ และเลือกซื้อที่ทอแบบยกดอก ร้อยละ 35.38, 30.49 และ 45.33 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท และรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ข้อมด้วยสีธรรมชาติและสีเคมีเท่ากัน คือ ร้อยละ 50.00 ทั้ง 2 กลุ่ม

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอแบบยกดอกมากกว่าทอแบบธรรมดา โดยเลือกซื้อที่ทอแบบยกดอกร้อยละ 60.00 และเลือกซื้อที่ทอแบบธรรมดาร้อยละ 40.00

ตารางที่ 36 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามรายได้

แหล่งข้อมูล	รายได้ (บาท)					
	น้อยกว่า10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า 50,000
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ป้ายโฆษณา	58 (27.36)	24 (29.27)	17 (22.67)	4 (18.18)	2 (40.00)	3 (75.00)
การบอกต่อ ของบุคคลอื่น	101 (47.64)	32 (39.02)	23 (30.67)	6 (27.27)	2 (40.00)	1 (25.00)
ไกด์นำทาง	14 (6.60)	6 (7.30)	10 (13.33)	6 (27.27)	1 (20.00)	0 (0.00)
เพื่อนร่วม เดินทาง	29 (13.68)	15 (18.29)	25 (33.33)	5 (22.73)	2 (40.00)	0 (0.00)
อินเทอร์เน็ต	8 (3.77)	5 (6.10)	6 (8.00)	0 (0.00)	2 (40.00)	0 (0.00)
การออกงาน แสดงสินค้า / นิทรรศการ	52 (24.53)	13 (15.85)	17 (22.70)	8 (36.46)	0 (0.00)	0 (0.00)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมากที่สุด ร้อยละ 47.64 รองลงมาทราบจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 27.36 ทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 24.53 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 13.68 ทราบจากไกด์นำทาง ร้อยละ 6.60 และทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 3.77

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมากที่สุด ร้อยละ 39.02 รองลงมาทราบจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 29.27 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 18.29 ทราบจากการออก

งานแสดงสินค้าหรือ นิทรรศการ ร้อยละ 15.85 ทราบจากไคด์นำทาง ร้อยละ 7.30 และทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 6.10

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากเพื่อนร่วมเดินทางมากที่สุด ร้อยละ 33.33 รองลงมาทราบจากการบอกต่อของบุคคลอื่น ร้อยละ 30.67 ทราบจากป้ายโฆษณาเท่ากันกับทราบจากงานแสดงสินค้าหรือ นิทรรศการ ร้อยละ 22.67 ทราบจากไคด์นำทาง 13.33 และทราบจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 8.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือ นิทรรศการมากที่สุด ร้อยละ 36.46 รองลงมาทราบจากการบอกต่อของบุคคลอื่นเท่ากันกับทราบจากไคด์นำทาง ร้อยละ 27.27 ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 22.73 และทราบจากป้ายโฆษณา ร้อยละ 18.18

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากป้ายโฆษณา การบอกต่อของบุคคลอื่น เพื่อนร่วมเดินทาง และอินเทอร์เน็ตเท่ากัน คือ ร้อยละ 40.00 รองลงมาทราบจากไคด์นำทาง ร้อยละ 20.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากป้ายโฆษณามากที่สุด ร้อยละ 75.00 รองลงมาทราบจากการบอกต่อของบุคคลอื่น ร้อยละ 25.00

ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจาก
ผ้าฝ้าย จำแนกตามรายได้

สถานที่	รายได้ (บาท)					
	น้อยกว่า10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า50,000
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ร้านในแหล่ง ท่องเที่ยว	83 (39.15)	35 (42.68)	34 (45.33)	8 (36.36)	2 (40.00)	0 (0.00)
ร้านขายเสื้อผ้า สำเร็จรูปจากผ้า ฝ้าย ทั่วไป	111 (52.36)	26 (31.71)	30 (40.00)	5 (22.73)	3 (60.00)	1 (25.00)
ผู้ผลิต/แหล่ง ผลิต	36 (16.98)	9 (10.98)	9 (12.00)	5 (22.73)	0 (0.00)	1 (25.00)
งานแสดง สินค้า/ นิทรรศการ	31 (14.62)	22 (26.83)	21 (28.00)	8 (36.36)	2 (40.00)	1 (25.00)
ร้านใน ห้างสรรพสินค้า	10 (4.72)	4 (4.88)	10 (13.33)	7 (31.82)	0 (0.00)	0 (0.00)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 52.36 รองลงมาซื้อจากร้านในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 39.15 ซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 16.98 ซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 14.62 และซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 4.72

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 42.68 รองลงมาซื้อจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ทั่วไป ร้อยละ 31.71 ซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 26.83 ซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 10.98 และซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 4.88

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 45.33 รองลงมาซื้อจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ร้อยละ 40.00 ซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 28.00 ซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 13.33 และซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 12.00

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวเท่ากับซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ คือ ร้อยละ 36.36 รองลงมาซื้อจากร้านในห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 31.82 และซื้อจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปเท่ากับซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต ร้อยละ 22.73

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 60.00 รองลงมาซื้อจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวเท่ากับซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ คือ ร้อยละ 40.00

สำหรับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต และซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการเท่ากัน คือ ร้อยละ 25.00

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.84	มาก
ด้านราคา	3.94	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	3.78	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67	มาก

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ตารางที่ 39 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	201 (50.25)	154 (38.50)	43 (10.75)	0 (0.00)	2 (0.50)	4.38 (มาก)
2. ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	96 (24.00)	215 (53.75)	79 (19.75)	8 (2.00)	2 (0.50)	3.99 (มาก)
3. สีสันทและลวดลายที่สวยงาม	154 (38.50)	151 (37.75)	81 (20.25)	12 (3.00)	2 (0.50)	4.11 (มาก)
4. รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่	105 (26.25)	196 (49.00)	77 (19.25)	17 (4.25)	5 (1.25)	3.95 (มาก)
5. มีตราชื่อ	38 (9.50)	117 (29.25)	165 (41.25)	65 (16.25)	15 (3.75)	3.25 (ปานกลาง)
6. ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน	36 (9.00)	135 (33.75)	170 (42.50)	45 (11.25)	14 (3.50)	3.34 (ปานกลาง)
รวม						3.84 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.11) ลวดลายและรูปแบบที่มี เอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.99) และรูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ เลือกร้านเนื่องจากความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.34) และเลือกร้านเนื่องจากสินค้ามีตราชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ตารางที่ 40 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	120 (30.00)	163 (40.75)	106 (26.50)	4 (1.00)	7 (1.75)	3.96 (มาก)
2. สามารถต่อรองราคาได้	105 (26.25)	138 (34.50)	120 (30.00)	31 (7.75)	6 (1.50)	3.76 (มาก)
3. มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	155 (38.75)	144 (36.00)	91 (22.75)	5 (1.25)	5 (1.25)	4.10 (มาก)
4. มีการกำหนดราคาที่แน่นอน	87 (21.75)	216 (54.00)	83 (20.75)	11 (2.75)	3 (0.75)	3.93 (มาก)
รวม						3.94 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.93) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 41 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ	116 (29.00)	162 (40.50)	99 (24.75)	20 (5.00)	3 (0.75)	3.92 (มาก)
2. การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ	82 (20.50)	181 (42.25)	113 (28.25)	17 (4.25)	5 (1.25)	3.95 (มาก)
3. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย	121 (30.25)	151 (37.75)	108 (27.00)	13 (3.25)	7 (1.75)	3.92 (มาก)
4. มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย	84 (21.00)	186 (46.50)	114 (28.50)	11 (2.75)	5 (1.25)	3.83 (มาก)
5. ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล	62 (15.50)	177 (44.25)	133 (33.25)	21 (5.25)	7 (1.75)	3.67 (มาก)
6. สถานที่จอดรถสะดวก	66 (16.50)	137 (34.25)	149 (37.25)	35 (8.75)	13 (3.25)	3.52 (มาก)
7. สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ	70 (17.50)	148 (37.00)	147 (36.75)	30 (7.50)	5 (1.25)	3.62 (มาก)
รวม						3.78 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.95) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อและมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย มีความสำคัญเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย

(ค่าเฉลี่ย 3.83) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาลหรือเทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.67) สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 42 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจ					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. มีการให้ส่วนลด	131 (32.75)	129 (32.25)	99 (24.75)	32 (8.00)	9 (2.25)	3.86 (มาก)
2. มีการให้ของแถม	85 (21.25)	139 (34.75)	94 (23.50)	62 (15.50)	20 (5.00)	3.52 (มาก)
3. การบริการ อีชียาศัย และ กิจกรรมรยาของพนักงานขาย	177 (44.25)	145 (36.25)	72 (18.00)	3 (0.75)	3 (0.75)	4.23 (มาก)
4. การให้ความรู้และคำแนะนำจาก พนักงานขาย	137 (34.25)	148 (37.00)	87 (21.75)	16 (4.00)	12 (3.00)	3.96 (มาก)
5. มีการแนะนำโฆษณาผ่านทาง อินเทอร์เน็ต	57 (14.20)	126 (31.50)	139 (34.80)	66 (16.50)	12 (3.00)	3.38 (ปานกลาง)
6. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ	60 (15.00)	117 (29.25)	153 (38.25)	62 (15.50)	8 (2.00)	3.40 (ปานกลาง)
7. มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน	58 (14.50)	136 (34.00)	159 (39.75)	37 (9.25)	10 (2.50)	3.49 (ปานกลาง)
8. มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน	60 (15.0)	122 (30.50)	157 (39.25)	45 (11.25)	16 (4.00)	3.41 (ปานกลาง)
9. การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อ ปาก	120 (30.00)	135 (33.75)	129 (32.25)	9 (2.25)	7 (1.75)	3.88 (มาก)
10. การจัดงานแสดง / นิทรรศการ	51 (12.75)	160 (40.00)	162 (40.50)	20 (5.00)	7 (1.75)	3.57 (มาก)
รวม						3.67 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ การบริการ อีชยาศัย และ กิริยามารยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.23) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งใกล้เคียงกับการเลือกซื้อ เนื่องจากมีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.86)) การจัดงานแสดงหรือนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.41) ใกล้เคียงกับการมีโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และมีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.38)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 43 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.47 (มาก)	4.33 (มาก)	4.38 (มาก)
2. ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.83 (มาก)	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)
3. สีสันทึและลวดลายที่สวยงาม	4.06 (มาก)	4.14 (มาก)	4.11 (มาก)
4. รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่	3.90 (มาก)	3.97 (มาก)	3.95 (มาก)
5. มีตราหือ	3.21 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
6. ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน	3.30 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
รวม	3.80 (มาก)	3.86 (มาก)	3.84 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80 และ 3.86 ตามลำดับ) เพศชายเห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.47) สีสันทึและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.06) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.83) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.30) และมีตราหือ

(ค่าเฉลี่ย 3.21) เพศหญิงเห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.33) สีสันและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.14) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.07) และรูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ส่วนปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.36) และมีทรายี่ห่อ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ตารางที่ 44 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)
1. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)	3.99 (มาก)	3.96 (มาก)
2. สามารถต่อรองราคาได้	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)
3. มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	4.14 (มาก)	4.07 (มาก)	4.10 (มาก)
4. มีการกำหนดราคาที่แน่นอน	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	3.93 (มาก)
รวม	3.92 (มาก)	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92 และ 3.95 ตามลำดับ) ทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยมีความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับ ดังนี้ การมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ชาย 4.41 และหญิง 4.07 ตามลำดับ) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ชาย

3.92 และหญิง 3.99 ตามลำดับ) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ชาย 3.91 และหญิง 3.95 ตามลำดับ) และสามารถต่อรองราคาได้ (ชาย 3.70 และหญิง 3.80 ตามลำดับ)

ตารางที่ 45 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)
1. สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	3.92 (มาก)
2. การแสดงผลภัณฑ์น่าสนใจ	3.73 (มาก)	4.07 (มาก)	3.95 (มาก)
3. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย	3.84 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)
4. มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.83 (มาก)
5. ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล	3.65 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)
6. สถานที่จอดรถสะดวก	3.55 (มาก)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)
7. สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ	3.68 (มาก)	3.59 (มาก)	3.62 (มาก)
รวม	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการ

ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73 และ 3.81 ตามลำดับ) เพศชายเห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.93) การมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.75) การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.73) สถานที่จัดจรมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.68) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.65) และจอร์จสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ส่วนเพศหญิงเห็นว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.67) และสถานที่จอร์จสะดวกเท่ากันกับสถานที่จอร์จมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		
	ชาย	หญิง	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)
1. มีการให้ส่วนลด	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)
2. มีการให้ของแถม	3.57 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
3. การบริการ อีชช่าย และ กิจกรรมรยทของพนักงานขาย	4.11 (มาก)	4.29 (มาก)	4.23 (มาก)
4. การให้ความรู้และคำแนะนำจาก พนักงานขาย	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)
5. มีการแนะนำโฆษณาผ่านทาง อินเทอร์เน็ต	3.43 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
6. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น นิตยสารท่องเที่ยว	3.46 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)
7. มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน	3.53 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
8. มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน	3.35 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
9. การให้ข้อมูลของลูกค้ำจากปากต่อ ปาก	3.99 (มาก)	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)
10. การจัดงานแสดง/ นิทรรศการ	3.56 (มาก)	3.58 (มาก)	3.57 (มาก)
รวม	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.67) เพศชายเห็นว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉริยะ และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.57) ใกล้เคียงกับการจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.56) และมีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.43) และมีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.35)

สำหรับเพศหญิง ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉริยะ และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.29) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.85) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และการจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ใกล้เคียงกับการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ตารางที่ 47 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ						
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.34 (มาก)	4.31 (มาก)	4.37 (มาก)	4.52	4.40 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)
2. ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.09 (มาก)	3.87 (มาก)	3.95 (มาก)	4.10 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	3.99 (มาก)
3. สีเส้นและลวดลายที่สวยงาม	4.16 (มาก)	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)	4.27 (มาก)	3.90 (มาก)	4.14 (มาก)	4.10 (มาก)
4. รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่	4.02 (มาก)	3.93 (มาก)	3.94 (มาก)	3.94 (มาก)	4.10 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)
5. มีตราที่สื่อ	3.52 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
6. ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน	3.55 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)	3.11 (ปานกลาง)
รวม	3.95 (มาก)	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)	3.68 (มาก)	3.52 (มาก)	3.77 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี อายุระหว่าง 51-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไปเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95, 3.80, 3.80, 3.87, 3.68 และ 3.52 ตามลำดับ)

ตารางที่ 48 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้าน ราคา	อายุ						รวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	
1. ราคาเหมาะสม กับผลิตภัณฑ์	3.98 (มาก)	3.98 (มาก)	4.03 (มาก)	4.01 (มาก)	3.50 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)
2. สามารถต่อรอง ราคาได้	3.93 (มาก)	3.90 (มาก)	3.79 (มาก)	3.61 (มาก)	2.95 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
3. มีป้ายแสดง ราคาที่ชัดเจน	4.26 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	4.19 (มาก)	3.90 (มาก)	4.29 (มาก)	4.11 (มาก)
4. มีการกำหนด ราคาที่แน่นอน	4.01 (มาก)	3.97 (มาก)	3.86 (มาก)	3.99 (มาก)	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)	3.87 (มาก)
รวม	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)	3.91 (มาก)	3.95 (มาก)	3.51 (มาก)	3.57 (มาก)	3.83 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี อายุระหว่าง 51-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05, 3.98, 3.91, 3.95, 3.51 และ 3.57 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.01) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง อายุระหว่าง 21-30 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.08) ใกล้เคียงกับราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) ใกล้เคียงกับการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.97) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.86) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.99) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.70) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.29) มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.29) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ตารางที่ 49 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ						
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1.สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ	4.06 (มาก)	4.06 (มาก)	3.75 (มาก)	3.88 (มาก)	3.65 (มาก)	4.14 (มาก)	3.92 (มาก)
2. การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.99 (มาก)	4.24 (มาก)	3.70 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)
3. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)	3.57 (มาก)	3.85 (มาก)
4. มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย	3.84 (มาก)	3.78 (มาก)	3.90 (มาก)	3.82 (มาก)	3.70 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)
5. ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล	3.76 (มาก)	3.68 (มาก)	3.64 (มาก)	3.61 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	4.71 (มากที่สุด)	3.76 (มาก)
6. สถานที่จอดรถสะดวก	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
7. สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ	3.70 (มาก)	3.68 (มาก)	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)
รวม	3.84 (มาก)	3.82 (มาก)	3.76 (มาก)	3.75 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.71 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง

41-50 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84, 3.82, 3.76, 3.75 และ 3.63 ตามลำดับ) สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 51-60 ปี เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ใกล้เคียงกับมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.76) สถานที่จอร์จมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และสถานที่จอร์จสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) สถานที่จอร์จสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล เท่ากับสถานที่จอร์จมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.84) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล ใกล้เคียงกับสถานที่จอร์จมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.63) และสถานที่จอร์จสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.24) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ใกล้เคียงกับมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.61) และสถานที่จอร์จมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จอร์จสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.85) มี

ปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย เท่ากับการแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.70) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่จอร์ดรามีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.15) และสถานที่จอร์ดรสะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 4.71) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) และมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.29) สถานที่จอร์ดรสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.14) และสถานที่จอร์ดรามีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 2.71)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ						
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปีขึ้นไป	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1. มีการให้ส่วนลด	4.02 (มาก)	3.99 (มาก)	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)	3.50 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)
2. มีการให้ของแถม	3.78 (มาก)	3.51 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	2.57 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)
3. การบริการ อริยาศัย และ กิริยามารยาทของ พนักงานขาย	4.08 (มาก)	4.17 (มาก)	4.19 (มาก)	4.46 (มาก)	4.35 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.33 (มาก)
4. การให้ความรู้และ คำแนะนำจาก พนักงานขาย	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	4.02 (มาก)	4.25 (มาก)	3.85 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)
5. มีการแนะนำ โฆษณาผ่านทาง อินเทอร์เน็ต	3.53 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
6. มีการโฆษณาผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ	3.40 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)
7. มีป้ายโฆษณาที่ เห็นชัดเจน	3.51 (มาก)	3.65 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)	3.51 (มาก)
8. มีป้ายบอกทางร้าน ที่ชัดเจน	3.40 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	4.30 (มาก)	3.53 (มาก)
9. การให้ข้อมูลของ ลูกค้าจากปากต่อ ปาก	4.13 (มาก)	3.89 (มาก)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)	3.90 (มาก)	3.86 (มาก)	3.87 (มาก)
10. การจัดงานแสดง / นิทรรศการ	3.65 (มาก)	3.55 (มาก)	3.52 (มาก)	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
รวม	3.73 (มาก)	3.70 (มาก)	3.59 (มาก)	3.70 (มาก)	3.63 (มาก)	3.56 (มาก)	3.65 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี อายุระหว่าง 51-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73, 3.70, 3.59, 3.70, 3.63 และ 3.56 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) การบริการ อีชยาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการให้ของแถม เท่ากับการให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.78) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.53) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เท่ากับมีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อีชยาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.99) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย เท่ากับการให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีป้ายโฆษณาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.65) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ใกล้เคียงกับการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.44)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อีชยาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.69) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.35) ใกล้เคียงกับการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.30) ใกล้เคียงกับการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.69) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ใกล้เคียงกับการจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีป้ายโฆษณาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.42) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี 51-60 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการให้ของแถมเท่ากับการให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.85) การจัดงานแสดง / นิทรรศการเท่ากับมีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายโฆษณาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.30) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.50) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีป้ายโฆษณาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.40) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการให้ของแถมเท่ากับการให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.30) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.35) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ตารางที่ 51 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา					
	ประถม	มัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย	อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.71 (มาก)	4.29 (มาก)	4.46 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.72 (มากที่สุด)	4.38 (มาก)
2. ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.49 (ปานกลาง)	3.99 (มาก)	3.89 (มาก)	4.09 (มาก)	4.32 (มาก)	3.95 (มาก)
3. สีสันทันและลวดลายที่สวยงาม	3.37 (ปานกลาง)	4.14 (มาก)	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)	4.20 (มาก)	4.02 (มาก)
4. รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่	3.14 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.98 (มาก)	4.15 (มาก)	3.88 (มาก)	3.82 (มาก)
5. มีตราหือ	3.09 (ปานกลาง)	3.37 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)
6. ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน	2.97 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.02 (ปานกลาง)
รวม	3.30 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย และอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่าเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับ

มาก (ค่าเฉลี่ย 3.89 และ 3.78 ตามลำดับ) ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ปริญญาตรี และปริญญาโท เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30, 3.35 และ 3.04 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.49) สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.37) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.14) มีตราขึ้นชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.09) และความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.14) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.99) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ มีตราขึ้นชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษานุปริญญา ปวศ. หรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.46) สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.16) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.89) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีตราขึ้นชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.14) และความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.54) สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.23) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.09) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.35) และมีตราขึ้นชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.72) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.32) สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.20) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ

มีตราयीหื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.04)

ตารางที่ 52 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา					
	ประถม	มัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย	อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)
1. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.43 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	3.52 (มาก)	3.81 (มาก)
2. สามารถต่อรองราคาได้	3.43 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	3.89 (มาก)	3.56 (มาก)	3.67 (มาก)
3. มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	3.57 (มาก)	4.12 (มาก)	4.22 (มาก)	4.18 (มาก)	4.00 (มาก)	4.02 (มาก)
4. มีการกำหนดราคาที่แน่นอน	3.46 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.89 (มาก)	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	3.88 (มาก)
รวม	3.47 (มาก)	3.95 (มาก)	3.95 (มาก)	4.08 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ปริญญาตรี และปริญญาโท เห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.47, 3.95, 3.95, 4.08 และ 3.79 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยด้านราคามี

ความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.46) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เท่ากับสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.12) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.91) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ปวส. หรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.22) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.16) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และมีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ตารางที่ 53 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	ระดับการศึกษา					
	ประถม	มัธยมศึกษา ตอนต้น/ปลาย	อนุปริญญา ปวศ. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1. สถานที่จำหน่าย สะดวกต่อการ ซื้อ	3.11 (ปานกลาง)	4.05 (มาก)	4.05 (มาก)	4.01 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)
2. การแสดง ผลิตภัณฑ์ น่าสนใจ	3.14 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	4.34 (มาก)	3.56 (มาก)	3.75 (มาก)
3. มีผลิตภัณฑ์ให้ เลือกหลากหลาย	3.29 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	4.02 (มาก)	3.88 (มาก)	3.81 (มาก)
4. มีปริมาณ ผลิตภัณฑ์มาก เพียงพอต่อการ จำหน่าย	3.49 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)	3.96 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
5. ผลิตภัณฑ์ เหมาะสมกับ ฤดูกาล / เทศกาล	3.09 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)	3.69 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)
6. สถานที่จอดรถ สะดวก	2.80 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)	3.54 (มาก)	3.63 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
7. สถานที่จอดรถมี ปริมาณเพียงพอ	3.09 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.51 (มาก)	3.70 (มาก)	3.56 (มาก)	3.52 (มาก)
รวม	3.14 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า และปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.77 และ 3.91 ตามลำดับ) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและปริญญาโท เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49 และ 3.14 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.29) การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.14) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.11) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาลเท่ากับสถานที่จอร์แดนมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.09) และสถานที่จอร์แดนสะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษา เห็นว่ามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.79) สถานที่จอร์แดนมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และสถานที่จอร์แดนสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย หรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.71) สถานที่จอร์แดนสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.54) และสถานที่จอร์แดนมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.34) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ใกล้เคียงกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถานที่จอร์แดนมี

ปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ผลិតภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.69) และสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.88) และการแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจเท่ากับสถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อเท่ากับผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.48) และสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.20)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 54 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา					
	ประถม	มัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย	อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)
1. มีการให้ส่วนลด	3.63 (มาก)	3.88 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)
2. มีการให้ของแถม	3.37 (มาก)	3.62 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	2.68 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)
3. การบริการ อธิบาย และกิริยามารยาทของพนักงานขาย	3.71 (มาก)	4.09 (มาก)	4.41 (มาก)	4.42 (มาก)	4.20 (มาก)	4.17 (มาก)
4. การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย	3.63 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	4.27 (มาก)	3.60 (มาก)	3.84 (มาก)
5. มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต	3.11 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)
6. มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ	3.26 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.04 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
7. มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน	3.06 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
8. มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน	3.09 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
9. การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก	3.29 (ปานกลาง)	4.07 (มาก)	4.11 (มาก)	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)
10. การจัดงานแสดง/นิทรรศการ	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.56 (มาก)	3.55 (มาก)
รวม	3.37 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.69 (มาก)	3.75 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 54 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า และปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68, 3.69 และ 3.75 ตามลำดับ) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและปริญญาโท เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37 และ 3.49 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉริยะ และกิจกรรมรยาของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีการให้ส่วนลดเท่ากับการให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.63) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.37) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.29) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.26) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.11) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.09) และมีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉริยะ และกิจกรรมรยาของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.09) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.88) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.62) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.40) และมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย หรือเทียบเท่า เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉริยะ และกิจกรรมรยาของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.41) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.79) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้าย

โฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.49) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.44) ใกล้เคียงกับการให้ของแถม มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน และการจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อธิบาย และกิจกรรมรยาของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.41) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.92) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.64) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆเท่ากับมีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.34)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อธิบาย และกิจกรรมรยาของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.42) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.64) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.60) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.56) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.20) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.04) และมีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 2.68)

ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ					
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพอิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.56 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)	4.36 (มาก)	4.40 (มาก)
2. ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.16 (มาก)	3.92 (มาก)	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	4.02 (มาก)	4.00 (มาก)
3. สีเส้นและลวดลายที่สวยงาม	4.16 (มาก)	4.02 (มาก)	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)	4.11 (มาก)	4.12 (มาก)
4. รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่	4.13 (มาก)	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	4.01 (มาก)	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)
5. มีตราหือ	3.11 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)
6. ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน	3.31 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
รวม	3.91 (มาก)	3.74 (มาก)	3.87 (มาก)	3.87 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงาน ค้าขาย/เจ้าของกิจการ

นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอิสระ เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91, 3.74, 3.87, 3.87 และ 3.88 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.56) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเท่ากับสีสันทันและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.16) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.13) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.31) และมีตราที่ยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงาน เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) สีสันทันและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.02) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.92) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.15) และมีตราที่ยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.59) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สีสันทันและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.15) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.04) และรูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.40) และมีตราที่ยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.18) สีสันทันและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.16) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.01) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.88) และความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ มีตราที่ยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระเห็นว่าการปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) สีสันทันและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.11) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.02) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีตราที่ยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน ราคา	อาชีพ					
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน	ค้าขาย/เจ้าของ กิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพอิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1. ราคา เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์	4.03 (มาก)	3.90 (มาก)	4.10 (มาก)	4.15 (มาก)	3.67 (มาก)	3.97 (มาก)
2. สามารถ ต่อรองราคา ได้	3.92 (มาก)	3.82 (มาก)	3.68 (มาก)	3.99 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
3. มีป้ายแสดง ราคาที่ชัดเจน	4.24 (มาก)	3.90 (มาก)	4.18 (มาก)	4.03 (มาก)	4.32 (มาก)	4.13 (มาก)
4. มีการกำหนด ราคาที่ แน่นอน	4.06 (มาก)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)	4.01 (มาก)	4.05 (มาก)	3.95 (มาก)
รวม	4.06 (มาก)	3.86 (มาก)	3.95 (มาก)	4.05 (มาก)	3.85 (มาก)	3.95 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงาน ค้าขาย/เจ้าของกิจการ นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอิสระ เห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06, 3.86, 3.95, 4.05 และ 3.85 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีการกำหนด

ราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.06) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงาน เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เท่ากับมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.90) และสามารถต่อรองราคาได้เท่ากับมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ค้าขาย/เจ้าของกิจการ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.82) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.01) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.01) และราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	อาชีพ					
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพอิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1.สถานที่จำหน่าย สะดวกต่อการ ซื้อ	4.08 (มาก)	3.79 (มาก)	4.01 (มาก)	4.09 (มาก)	3.71 (มาก)	3.94 (มาก)
2. การแสดง ผลิตภัณฑ์ น่าสนใจ	4.26 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	3.83 (มาก)	3.97 (มาก)
3. มีผลิตภัณฑ์ให้ เลือกหลากหลาย	3.82 (มาก)	3.87 (มาก)	4.04 (มาก)	4.05 (มาก)	3.79 (มาก)	3.91 (มาก)
4. มีปริมาณ ผลิตภัณฑ์มาก เพียงพอต่อการ จำหน่าย	3.84 (มาก)	3.78 (มาก)	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)
5. ผลิตภัณฑ์ เหมาะสมกับ ฤดูกาล / เทศกาล	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)	3.88 (มาก)	3.85 (มาก)	3.53 (มาก)	3.67 (มาก)
6. สถานที่จอดรถ สะดวก	3.81 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
7. สถานที่จอดรถมี ปริมาณเพียงพอ	3.71 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)	3.64 (มาก)
รวม	3.86 (มาก)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)	3.88 (มาก)	3.64 (มาก)	3.79 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงาน ค้าขาย/เจ้าของกิจการ นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอิสระ เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.69, 3.86, 3.88 และ 3.64 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การแสดงผลลักษณ์ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.26) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.82) ใกล้เคียงกับสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.81) สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงาน เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การแสดงผลลักษณ์ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.87) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ใกล้เคียงกับมีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.78) และผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.58) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.49) และสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.95) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.88) การแสดงผลลักษณ์ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ใกล้เคียงกับสถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) การแสดงผลลักษณ์ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.85) สถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.70) สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.73) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.71) สถานที่จอร์รมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จอร์รสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.30)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 58 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ					
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง/ พนักงาน	ค้าขาย/ เจ้าของกิจการ	นักเรียน/ นักศึกษา	อาชีพอิสระ	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1. มีการให้ส่วนลด	3.85 (มาก)	3.72 (มาก)	4.03 (มาก)	3.80 (มาก)	3.97 (มาก)	3.87 (มาก)
2. มีการให้ของแถม	3.32 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.69 (มาก)	3.56 (มาก)	3.52 (มาก)
3. การบริการ อีซซาศัย และกรียามารยาทของ พนักงานขาย	4.45 (มาก)	4.26 (มาก)	4.16 (มาก)	4.19 (มาก)	4.05 (มาก)	4.22 (มาก)
4. การให้ความรู้และ คำแนะนำจาก พนักงานขาย	4.34 (มาก)	3.99 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.79 (มาก)	3.96 (มาก)
5. มีการแนะนำโฆษณา ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	3.40 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)
6. มีการโฆษณาผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์อื่นๆ	3.52 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
7. มีป้ายโฆษณาที่เห็น ชัดเจน	3.45 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.55 (มาก)	3.27 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
8. มีป้ายบอกทางร้านที่ ชัดเจน	3.44 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
9. การให้ข้อมูลของลูกค้า จากปากต่อปาก	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	4.16 (มาก)	3.76 (มาก)	4.09 (มาก)	3.90 (มาก)
10. การจัดงานแสดง/ นิทรรศการ	3.60 (มาก)	3.50 (มาก)	3.58 (มาก)	3.61 (มาก)	3.64 (มาก)	3.59 (มาก)
รวม	3.71 (มาก)	3.59 (มาก)	3.81 (มาก)	3.65 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงานค้าขาย/เจ้าของกิจการ นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอิสระ เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71, 3.59, 3.81, 3.65 และ 3.64 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อีชยาศัย และกิจกรรมการตลาดของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.45) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.34) มีการให้ส่วนลดการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.45) ใกล้เคียงกับมีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงาน เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อีชยาศัย และกิจกรรมการตลาดของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.99) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) มีการให้ส่วนลดการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.39) ใกล้เคียงกับมีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.38) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.26) และมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อีชยาศัย และกิจกรรมการตลาดของพนักงานขายเท่ากับการให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.81) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.74) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.62) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉาศัย และกิจกรรมรยาของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.19) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.80) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.69) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.55) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) การบริการ อัจฉาศัย และกิจกรรมรยาของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.97) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.42) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.27) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 59 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้						
	น้อยกว่า 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)
1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.23 (มาก)	4.43 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)	4.60 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.48 (มาก)
2. ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.95 (มาก)	4.02 (มาก)	4.09 (มาก)	3.86 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)
3. สีและลวดลายที่สวยงาม	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	4.16 (มาก)	4.09 (มาก)	4.40 (มาก)	3.75 (มาก)	4.12 (มาก)
4. รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่	3.91 (มาก)	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	3.64 (มาก)	4.20 (มาก)	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)
5. มีตราที่หือ	3.30 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	4.50 (มากที่สุด)	3.39 (ปานกลาง)
6. ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงร้าน	3.40 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
รวม	3.82 (มาก)	3.84 (มาก)	3.93 (มาก)	3.69 (มาก)	3.87 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มี

ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82, 3.84, 3.93, 3.69, 3.87 และ 4.00 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.10) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.95) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.43) สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.20) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.04) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.91) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.29) มีตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.06)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากที่สุดได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.64) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.16) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.09) ใกล้เคียงกับลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 4.07) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้านเท่ากับมีตราหือ (ค่าเฉลี่ย 3.32)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากที่สุดได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.73) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.09) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.86) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีตราหือ (ค่าเฉลี่ย 2.95) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 2.86)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากที่สุดได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.60) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ สีสันทและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.40) รูปแบบที่ทันสมัย แปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มิตรयीหื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.20) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ มิตรयीหื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.50) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ลวดลายและรูปแบบที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเท่ากับความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) สีสนและลวดลายที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.75) รูปแบบที่ทันสมัยแปลกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.50)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 60 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

ปัจจัยด้านราคา	รายได้						
	น้อยกว่า 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.89 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)	4.32 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.25 (มาก)	3.98 (มาก)
2. สามารถต่อรองราคาได้	3.82 (มาก)	3.77 (มาก)	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
3. มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	4.11 (มาก)	4.01 (มาก)	4.18 (มาก)	3.91 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	3.50 (มาก)	4.09 (มาก)
4. มีการกำหนดราคาที่แน่นอน	3.92 (มาก)	3.84 (มาก)	4.07 (มาก)	4.05 (มาก)	3.80 (มาก)	3.75 (มาก)	3.91 (มาก)
รวม	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94, 3.92, 3.96, 4.01, 3.80 และ 3.88 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 3.92) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.84) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.63)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.32) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.91) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.80) ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการกำหนดราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.75) และมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 61 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้						
	น้อยกว่า 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1.สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ	3.90 (มาก)	3.84 (มาก)	3.89 (มาก)	4.45 (มาก)	4.20 (มาก)	3.75 (มาก)	4.01 (มาก)
2. การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ	3.86 (มาก)	4.02 (มาก)	4.17 (มาก)	3.73 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	3.25 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)
3. มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย	3.96 (มาก)	3.83 (มาก)	4.03 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)
4. มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)	3.93 (มาก)	3.50 (มาก)	4.20 (มาก)	3.75 (มาก)	3.85 (มาก)
5. ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล	3.67 (มาก)	3.62 (มาก)	3.88 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
6. สถานที่จอดรถสะดวก	3.53 (มาก)	3.50 (มาก)	3.65 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)
7. สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)	3.55 (มาก)	3.73 (มาก)	4.20 (มาก)	3.75 (มาก)	3.74 (มาก)
รวม	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)	3.58 (มาก)	3.91 (มาก)	3.64 (มาก)	3.76 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่าน้อยกว่า 10,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้

10,001 – 20,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77, 3.75, 3.87, 3.58, 3.91 และ 3.64 ตามลำดับ)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.90) การแสดงผลภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.86) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.81) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.67) สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.64) สถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ การแสดงผลภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ใกล้เคียงกับมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.62) สถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.57) สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ การแสดงผลภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.93) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.88) สถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.65) สถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.45) การแสดงผลภัณฑ์น่าสนใจเท่ากับสถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.73) มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.36) สถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.18) และผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การแสดงผลลักษณ์ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.60) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อเท่ากับมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย และสถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาล (ค่าเฉลี่ย 3.20) และสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 2.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อเท่ากับมีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย และสถานที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับฤดูกาล / เทศกาลเท่ากับสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยด้านราคามีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ การแสดงผลลักษณ์ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.25)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 62 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้						
	น้อยกว่า 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	40,001-50,000	สูงกว่า 50,000	รวม
	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
1. มีการให้ส่วนลด	3.89 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.95 (มาก)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)
2. มีการให้ของแถม	3.62 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	4.20 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
3. การบริการ อริยาศีล และ กิจกรรมารยาทของ พนักงานขาย	4.14 (มาก)	4.14 (มาก)	4.20 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.13 (มาก)
4. การให้ความรู้และ คำแนะนำจาก พนักงานขาย	3.90 (มาก)	4.17 (มาก)	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	2.80 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.76 (มาก)
5. มีการแนะนำ โฆษณาผ่านทาง อินเทอร์เน็ต	3.36 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.64 (มาก)	3.80 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
6. มีการโฆษณาผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ	3.42 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.55 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
7. มีป้ายโฆษณาที่ เห็นชัดเจน	3.51 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.59 (มาก)	4.20 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
8. มีป้ายบอกทางร้าน ที่ชัดเจน	3.42 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
9. การให้ข้อมูลของ ลูกค้าจากปากต่อ ปาก	3.91 (มาก)	3.68 (มาก)	3.97 (มาก)	3.82 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)
10. การจัดงานแสดง / นิทรรศการ	3.59 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.14 (มาก)	2.40 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)
รวม	3.68 (มาก)	3.52 (มาก)	3.77 (มาก)	3.80 (มาก)	3.73 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=น้อยที่สุด, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68, 3.52, 3.77, 3.80 และ 3.73 ตามลำดับ) ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉริยะ และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ใกล้เคียงกับการให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.90) และใกล้เคียงกับการมีส่วนร่วม (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.62) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.51) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เท่ากับมีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.17) การบริการ อัจฉริยะ และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.17) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีการมีส่วนร่วม (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.30) มีการให้ของแถมเท่ากับมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ใกล้เคียงกับ มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.22) และมีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อัจฉริยะ และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) มีการมีส่วนร่วม (ค่าเฉลี่ย 4.00) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.95) การจัดงานแสดง / นิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีการให้ของแถมเท่ากับมี

การแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย มีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ การบริการ อธิยาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.55) การจัดงานแสดงหรือนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) การให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.95) การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.59) และมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.50) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ และมีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย มีความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.80) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการให้ของแถม และมีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจนเท่ากับมีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 4.20) การบริการ อธิยาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.80) และการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.60) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.20) มีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.00) และการให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 2.80) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับน้อย ได้แก่ การจัดงานแสดงหรือนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 2.40)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับมากเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการให้ส่วนลด เท่ากับการให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) การบริการ อธิยาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขายเท่ากับการให้ความรู้และคำแนะนำจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.75) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ ได้แก่ มีการให้ของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.25) การจัดงานแสดงหรือนิทรรศการ (ค่าเฉลี่ย 3.00) มีการแนะนำโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ตเท่ากับมีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ มีป้ายโฆษณาที่เห็นชัดเจน และมีป้ายบอกทางร้านที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ส่วนที่ 4 ปัญหาต่างๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 63 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ด้านคุณภาพ	160 (40.0)	155 (38.75)	70 (17.50)	15 (3.75)	0 (0.0)	4.15 (มาก)
2. การดูแลและการเก็บรักษา ยาก	80 (20.00)	193 (48.25)	97 (24.25)	23 (5.75)	7 (1.75)	3.79 (มาก)
3. มีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ	81 (20.25)	124 (31.00)	131 (32.75)	58 (14.50)	6 (1.50)	3.54 (มาก)
4. ร้านไม่มีความน่าเชื่อถือ และไม่มีชื่อเสียง	39 (9.75)	101 (25.25)	162 (40.50)	74 (18.50)	24 (6.00)	3.14 (ปานกลาง)
รวม						3.66 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=ไม่มีผล, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัญหาย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในอันดับแรกได้แก่ ด้านคุณภาพ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญเป็นลำดับแรก ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาคือ การดูแลและการเก็บรักษาที่ยาก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) และร้านไม่มีความน่าเชื่อถือและไม่มีชื่อเสียง เป็นปัญหาสุดท้าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ตารางที่ 64 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ราคาไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	84 (21.00)	131 (32.75)	130 (32.50)	46 (11.50)	9 (2.25)	3.59 (มาก)
2. ไม่สามารถต่อรองราคาได้	77 (19.25)	112 (28.00)	138 (34.50)	61 (15.25)	12 (3.00)	3.45 (ปานกลาง)
3. ไม่มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	62 (15.50)	140 (35.00)	123 (30.75)	59 (14.75)	16 (4.00)	3.43 (ปานกลาง)
4. ไม่มีการกำหนดราคาที่แน่นอน	46 (11.50)	136 (34.00)	148 (34.50)	70 (17.50)	10 (2.50)	3.35 (ปานกลาง)
รวม						3.46 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=ไม่มีผล, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ด้านราคาในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัญหาข้อย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในอันดับแรกได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญเป็นลำดับแรก ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมาคือ ไม่สามารถต่อรองราคาได้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45) และไม่มี การกำหนดราคาที่แน่นอน เป็นปัญหาสุดท้าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ตารางที่ 65 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความสำคัญ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. สถานที่จำหน่ายไม่สะดวกต่อการซื้อ	71 (17.75)	120 (30.00)	136 (34.00)	56 (14.00)	17 (4.25)	3.43 (ปานกลาง)
2. บรรยากาศและการตกแต่งภายในร้านไม่น่าสนใจ	52 (13.00)	142 (35.50)	146 (36.50)	42 (10.50)	18 (4.50)	3.42 (ปานกลาง)
3. การแสดงผลิตภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	56 (14.00)	125 (31.25)	144 (36.00)	56 (14.00)	19 (4.75)	3.36 (ปานกลาง)
4. ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	113 (28.25)	130 (32.50)	116 (29.00)	38 (9.50)	3 (0.75)	3.78 (มาก)
5. ผลิตภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับฤดูกาล/เทศกาล	45 (11.25)	144 (36.00)	155 (38.75)	53 (13.25)	3 (0.75)	3.44 (ปานกลาง)
6. มีปริมาณผลิตภัณฑ์น้อย	61 (15.25)	94 (23.50)	179 (44.75)	51 (12.75)	15 (3.75)	3.34 (ปานกลาง)
7. สถานที่จอดรถไม่สะดวก	47 (11.75)	118 (29.50)	149 (37.25)	73 (18.25)	13 (3.25)	3.28 (ปานกลาง)
รวม						3.44 (ปานกลาง)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=ไม่มีผล, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ด้านการจัดจำหน่ายในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัญหาย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในอันดับแรกได้แก่ ไม่มี ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า เป็นปัญหาที่สำคัญเป็นลำดับแรก ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับฤดูกาลหรือเทศกาล ใกล้เคียงกับสถานที่จำหน่ายไม่สะดวกต่อการซื้อ และบรรยากาศและการตกแต่งภายในร้านไม่น่าสนใจ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า เป็นปัญหาที่

สำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44, 3.43 และ 3.42 ตามลำดับ) การแสดงผลผลิตกัญชาไม่น่าสนใจ และมีปริมาณผลิตกัญชาน้อย เป็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสำคัญใกล้เคียงกันเช่นกัน และอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36 และ 3.34 ตามลำดับ) และปัญหาย่อยของด้านการจัดจำหน่าย เป็นปัญหาสุดท้าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า เป็นปัญหาที่สำคัญในระดับปานกลาง คือ สถานที่จอตกรดไม่สะดวก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28

ตารางที่ 66 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความรุนแรงของปัญหา					ค่าเฉลี่ย (ระดับความสำคัญ)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่มีผล	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ไม่มีกรให้ส่วนลด	99 (24.75)	117 (29.25)	119 (29.75)	51 (12.75)	14 (3.50)	3.59 (มาก)
2. ผู้จำหน่ายไม่มีการแนะนำและให้ความรู้	86 (21.50)	148 (37.00)	93 (23.25)	52 (13.00)	21 (5.25)	3.57 (มาก)
3. ไม่ได้รับการบริการจากพนักงานขาย	90 (22.50)	116 (29.00)	118 (29.50)	61 (15.20)	15 (3.75)	3.51 (มาก)
รวม						3.56 (มาก)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49=ไม่มีผล, 1.50-2.49=น้อย, 2.50-3.49=ปานกลาง, 3.50-4.49=มาก, 4.50-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 66 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัญหาย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในอันดับแรกได้แก่ ไม่มีกรให้ส่วนลด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า เป็นปัญหาที่สำคัญเป็นลำดับแรก ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) รองลงมาคือ ผู้จำหน่ายไม่มีการแนะนำและให้ความรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า เป็นปัญหาที่สำคัญ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) และปัญหาย่อยของด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัญหาสุดท้าย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า เป็นปัญหาที่สำคัญในระดับมาก คือ ไม่ได้รับการบริการจากพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.51)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved