

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2 – ตารางที่ 5)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง รวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (ตารางที่ 6 – ตารางที่ 25)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ตารางที่ 26 – ตารางที่ 37)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ จากผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 38)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง แสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยส่วนตัว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ แสดงไว้ในตารางที่ 2 ถึง 5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	147	36.8
31-40 ปี	64	16.0
41-50 ปี	101	25.2
51-60 ปี	86	21.5
61 ปีขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคืออายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.2 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.5 มีอายุ 31-40 ปี และมีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	205	51.2
สมรส	171	42.8
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	24	6.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมามีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 42.8 และมีสถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
อนุปริญญา/ปวส	31	7.8
ปริญญาตรี	264	66.0
สูงกว่าปริญญาตรี	105	26.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.2 และมีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	121	30.0
10,001-15,000 บาท	97	24.0
15,001-20,000 บาท	16	4.0
20,001-25,000 บาท	26	7.0
25,001-30,000 บาท	43	11.0
มากกว่า 30,001 บาท	97	24.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 30,001 บาทเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.0 มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.0 และมีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง รวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง รวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย แสดงไว้ในตารางที่ 6 ถึง 25

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่เคยซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อ	365	91.2
ผ้าถุง	259	64.8
กางเกงสะดอ	210	52.5
กระโปรงประยุกต์	196	49.0
อื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 6 พบว่าประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อคือ เสื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.2 รองลงมาคือ ผ้าถุง คิดเป็นร้อยละ 64.8 กางเกงสะดอ คิดเป็นร้อยละ 52.5 และกระโปรงประยุกต์ คิดเป็นร้อยละ 49.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุด

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ซื้อบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อ	223	55.8
ผ้าถุง	87	21.8
กระโปรงประยุกต์	51	12.7
กางเกงสะดอ	39	9.7
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุดคือ เสื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ ผ้าถุง คิดเป็นร้อยละ 21.8 กระโปรงประยุกต์ คิดเป็นร้อยละ 12.7 และกางเกงสะดอ คิดเป็นร้อยละ 9.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละ 1/ครั้ง	41	10.2
2 เดือน/ครั้ง	41	10.2
3 เดือน/ครั้ง	65	16.3
มากกว่า 3 เดือนครั้ง	253	63.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองมากกว่า 3 เดือน/ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมาคือ 3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.3 เดือนละ 1/ครั้ง และ 2 เดือน/ครั้งเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนของเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อในแต่ละครั้ง

จำนวนซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ตัว	366	91.5
3-4 ตัว	26	6.5
5-6 ตัว	2	0.5
มากกว่า 6 ตัวขึ้นไป	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองจำนวน 1-2 ตัวต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 91.5 ซื้อจำนวน 3-4 ตัวต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.5 ซื้อจำนวนมากกว่า 6 ตัวขึ้นไปต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5 และซื้อจำนวน 5-6 ตัวต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท	117	29.2
301-600 บาท	177	44.3
601-900 บาท	49	12.2
901-1,200 บาท	23	5.8
1,201-1,500 บาท	14	3.5
มากกว่า 1,501 บาท	20	5.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 301-600 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ มีค่าใช้จ่าย ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.2 มีค่าใช้จ่าย 601-900 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.2 มีค่าใช้จ่าย 901-1,200 บาท

คิดเป็นร้อยละ 5.8 มีค่าใช้จ่าย มากกว่า 1,501 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.0 และมีค่าใช้จ่าย 1,201-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อใช้เอง	387	96.8
เพื่อเป็นของฝาก	117	29.2
เพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ	95	23.8
เพื่อเป็นของสะสม	14	3.5
อื่นๆ	0	0.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองคือ เพื่อใช้เอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.8 รองลงมาคือ เพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 29.2 เพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 23.8 และเพื่อเป็นของสะสม คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

เหตุผลในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สวมใส่สบาย	251	62.8
รูปแบบสวยงามถูกใจ	201	50.2
ราคาถูก	146	36.5
ลดทลายสีสันทันถูกใจ	106	26.5
สะดวกรวดเร็วในการซื้อ	74	18.5
อื่นๆ	37	9.2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

: อื่นๆ ได้แก่ อนุรักษ์วัฒนธรรม (11) หน่วยงานกำหนดให้ใส่ (26)

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง เพราะสวมใส่สบาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือ เพราะรูปแบบสวยงามถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 50.2 เพราะราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 36.5 เพราะลวดลายสีสันทูกใจ คิดเป็นร้อยละ 26.5 เพราะสะดวกเร็วในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 18.5 และเพราะอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	324	81.0
เพื่อน	58	14.5
คนในครอบครัว	18	4.5
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และคนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามโอกาสในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

โอกาสในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
วันคล้ายวันเกิด	29	7.2
วันปีใหม่	142	35.5
วันสงกรานต์	319	79.8
วันลอยกระทง	62	15.5
อื่นๆ	30	7.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

: อื่นๆ ได้แก่ ซื้อได้ทุกโอกาสเมื่อพบรูปแบบที่ถูกใจ (15) เมื่อจำเป็นต้องใช้ (14) วันเปิดเทอมใหม่ (1)

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองเนื่องในโอกาส วันสงกรานต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.8 รองลงมาคือ วันปีใหม่ คิดเป็นร้อยละ 35.5 วันลอยกระทง คิดเป็นร้อยละ 15.5 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.5 และวันคล้ายวันเกิด คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

วัน	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์-ศุกร์	73	18.2
เสาร์-อาทิตย์	297	74.3
วันหยุดนักขัตฤกษ์	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในวันเสาร์-อาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.3 รองลงมาคือ วันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 18.2 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

แหล่งจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดวโรรส	238	59.5
ตลาดไนท์บาซ่า	34	8.5
ถนนคนเดินวัวลาย/ราชดำเนิน	237	59.3
ร้านค้าที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า	73	18.2
ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป (Stand alone)	183	45.8
อื่นๆ	38	9.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

: อื่นๆ ได้แก่ งานแสดงสินค้า (20) ตลาดนัด (11) ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 (5)

อินเทอร์เน็ต (2)

จากตารางที่ 16 พบว่าแหล่งที่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตลาดวโรรส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ ถนนคนเดินวัวลายและถนนคนเดินราชดำเนิน คิดเป็นร้อยละ 59.3 ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป (Stand alone) คิดเป็นร้อยละ 45.8 ร้านค้าที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 18.2 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.5 และตลาดไนท์บาซ่า คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุด

แหล่งจำหน่ายที่ซื้อบ่อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดวโรรส	113	28.3
ตลาดไนท์บาซ่า	5	1.2
ถนนคนเดินวัวลาย/ราชดำเนิน	146	36.5
ร้านค้าที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า	22	5.5
ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป (Stand Alone)	82	20.5
อื่นๆ	32	8.0
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ งานแสดงสินค้า (22) ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 (10)

จากตารางที่ 17 พบว่าแหล่งจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุด คือ ถนนคนเดินวัวลายและถนนคนเดินราชดำเนิน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ ตลาดวโรรส คิดเป็นร้อยละ 28.3 ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป (Stand alone) คิดเป็นร้อยละ 20.5 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ร้านค้าที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 5.5 และตลาดไนท์บาซ่า คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับ เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับ เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง	จำนวน	ร้อยละ
คนในครอบครัว	121	30.2
เพื่อน	250	62.5
ใบปลิว	16	4.0
คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย	145	36.2
อินเทอร์เน็ต	25	6.2
วิทยุ	4	1.0
โทรทัศน์	20	5.0
การออกงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ	228	57.0
อื่นๆ	5	1.2

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

: อื่นๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (5)

จากตารางที่ 18 พบว่าแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ จากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ จากการออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 57.0 จากคนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 36.2 จากคนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 30.2 จากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 6.2 จากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 5.0 จากใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 4.0 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.2 และจากวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับ สถานที่จัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับ สถานที่จัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
คนในครอบครัว	130	32.5
เพื่อน	283	70.8
ใบปลิว	26	6.5
คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย	101	25.2
อินเทอร์เน็ต	34	8.5
วิทยุ	14	3.5
โทรทัศน์	16	4.0
การออกงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ	213	53.2
อื่นๆ	6	1.5

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

: อื่นๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (6)

จากตารางที่ 19 พบว่าแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับสถานที่จัดจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ จากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมา คือ จากการออกงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 53.2 จากคนในครอบครัว คิดเป็น ร้อยละ 32.5 จากคนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 25.2 จากอินเทอร์เน็ต คิดเป็น ร้อยละ 8.5 จากใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 6.5 จากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 4.0 จากวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองก่อนตัดสินใจซื้อ

เปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคา	จำนวน	ร้อยละ
เปรียบเทียบ	346	86.5
ไม่เปรียบเทียบ	54	13.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปรียบเทียบคุณภาพ ลักษณะ และราคาของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองก่อนตัดสินใจซื้อ คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาคือ ไม่เปรียบเทียบ คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามหากไม่มีการรณรงค์การสวมเสื้อผ้าพื้นเมืองของรัฐบาล ผู้ตอบแบบสอบถามจะสวมหรือไม่สวม

หากไม่มีการรณรงค์การสวมเสื้อผ้าพื้นเมืองของรัฐบาล จะสวมหรือไม่สวม	จำนวน	ร้อยละ
สวม	275	68.8
ไม่สวม	125	31.2
รวม	400	100.0

หมายเหตุ : สวมเพราะ อนุรักษ์วัฒนธรรมล้านนา (122) สวมใส่สบาย (87) รูปแบบสวยงาม (35) ราคาถูก (28)

สนับสนุนสินค้าไทย (3)

: ไม่สวมเพราะ ไม่คล่องตัวในการทำงาน (86) ดูแลรักษายาก (28) ใส่แล้วร้อน (11)

จากตารางที่ 21 หากไม่มีการรณรงค์การสวมเสื้อผ้าพื้นเมืองของรัฐบาลผู้ตอบแบบสอบถามจะสวมหรือไม่สวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะสวมเสื้อผ้าพื้นเมือง คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาคือ ไม่สวม คิดเป็นร้อยละ 31.2

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ										ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
รูปแบบสวยงาม	250	62.5	113	28.2	35	8.8	2	0.5	0	0.0	4.53	มากที่สุด	1
สีสวยงาม	209	52.2	153	38.2	35	8.8	3	0.8	0	0.0	4.42	มากที่สุด	3
การตัดเย็บปราณีต	149	37.2	162	40.5	87	21.8	2	0.5	0	0.1	4.14	มาก	4
สวมใส่สบาย	227	56.8	136	34.0	31	7.8	4	1.0	2	0.5	4.46	มากที่สุด	2
ดูแลรักษาง่าย	166	41.5	150	37.5	63	15.8	15	3.8	6	1.5	4.14	มาก	4
การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	135	33.8	159	39.8	95	23.8	10	2.5	1	0.2	4.04	มาก	5
มีขนาดให้เลือกหลากหลาย	129	32.2	161	40.2	95	23.8	14	3.5	1	0.2	4.01	มาก	6
ชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตราOTOP	76	19.0	102	25.5	160	40.0	52	13.0	10	2.5	3.46	มาก	9
เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ	122	30.5	137	34.2	123	30.8	18	4.5	0	0.0	3.91	มาก	7
เป็นสินค้าหัตถกรรม	119	29.8	134	33.5	115	28.8	30	7.5	2	0.5	3.84	มาก	8

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ รูปแบบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.53) สวมใส่สบาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) และสีสันทสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.42)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ										ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	234	58.5	130	32.5	36	9.0	0	0.0	0	0.0	4.50	มากที่สุด	1
สามารถต่อรองราคาได้	209	52.2	148	37.0	40	10.0	2	0.5	1	0.2	4.40	มากที่สุด	2
มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	161	40.2	118	29.5	97	24.2	20	5.0	4	1.0	4.03	มาก	5
มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา	168	42.0	137	34.2	90	22.5	5	1.2	0	0.0	4.17	มาก	3
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต	69	17.2	66	16.5	134	33.5	76	19.0	55	13.8	3.04	ปานกลาง	6
ราคาถูก	166	41.5	142	35.5	82	20.5	8	2.0	2	0.5	4.16	มาก	4

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.50) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.40) และมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย 4.17)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ										ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	120	30.0	188	47.0	84	21.0	8	2.0	0	0.0	4.05	มาก	1
การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่ ทำให้หาสินค้าได้ง่าย	124	31.0	164	41.0	105	26.2	7	1.8	0	0.0	4.01	มาก	2
มีสถานที่จอดรถสะดวก	139	34.8	128	32.0	104	26.0	25	6.2	4	1.0	3.93	มาก	3
การตกแต่งร้านได้สวยงาม	83	20.8	133	33.2	163	40.8	17	4.2	4	1.0	3.68	มาก	5
งานแสดงสินค้าของส่วนราชการต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 งานแสดงสินค้า OTOP ของจังหวัดเชียงใหม่	108	27.0	150	37.5	111	27.8	29	7.2	2	0.5	3.83	มาก	4

ตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.05) การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.93)

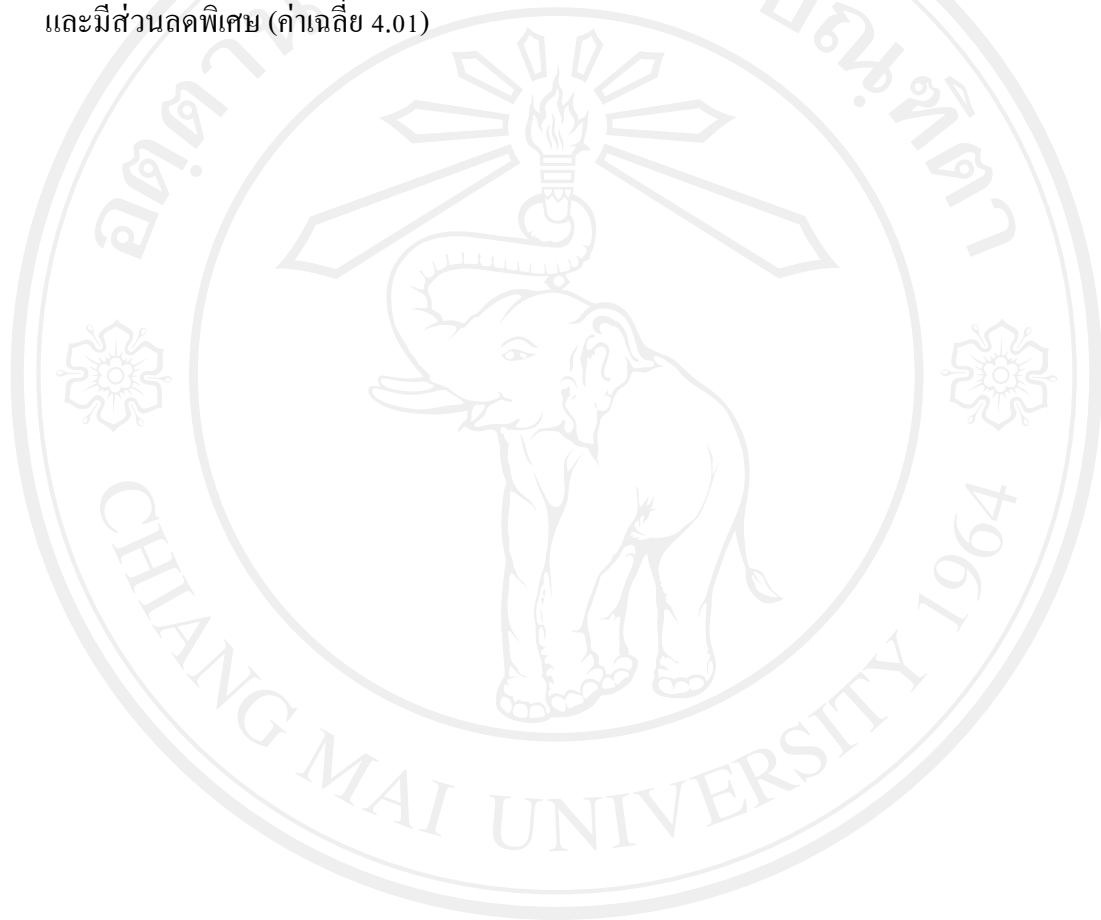


ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ										ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
มีส่วนลดพิเศษ	156	39.0	124	31.0	95	23.8	17	4.2	8	2.0	4.01	มาก	3
เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	180	45.0	161	40.2	53	13.2	2	0.5	4	1.0	4.28	มากที่สุด	1
เจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้า	158	39.5	173	43.2	63	15.8	4	1.0	2	0.5	4.20	มาก	2
การโฆษณาตามสื่อต่างๆให้เป็นที่รู้จัก เช่น วิทยุ ทีวี สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น	59	14.8	127	31.8	168	42.0	34	8.5	12	3.0	3.47	มาก	5
การจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชม	55	13.8	105	26.2	154	38.5	68	17.0	18	4.5	3.28	ปานกลาง	6
มีบริการรับเปลี่ยน-คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนดหรือตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้	130	32.5	132	33.0	86	21.5	37	9.2	15	3.8	3.81	มาก	4

ตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบังคับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี (ค่าเฉลี่ย 4.28) เจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.20) และมีส่วนลดพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 4.01)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย
พื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย แสดงไว้ในตารางที่ 26 ถึง 37



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ											
	20 – 30 ปี		31– 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
รูปแบบสวยงาม	4.54	มากที่สุด	4.52	มากที่สุด	4.55	มากที่สุด	4.49	มากที่สุด	4.00	มาก	4.53	มากที่สุด
สีสวยงาม	4.35	มากที่สุด	4.45	มากที่สุด	4.46	มากที่สุด	4.49	มากที่สุด	4.00	มาก	4.42	มากที่สุด
การตัดเย็บปราณีต	3.99	มาก	4.27	มากที่สุด	4.18	มาก	4.28	มากที่สุด	4.00	มาก	4.14	มาก
สวมใส่สบาย	4.27	มากที่สุด	4.61	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.63	มากที่สุด	4.00	มาก	4.45	มากที่สุด
ดูแลรักษาง่าย	3.97	มาก	4.31	มากที่สุด	4.29	มากที่สุด	4.12	มาก	4.00	มาก	4.14	มาก
การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	4.07	มาก	4.00	มาก	4.13	มาก	3.93	มาก	4.00	มาก	4.04	มาก
มีขนาดให้เลือกหลากหลาย	4.10	มาก	3.98	มาก	3.88	มาก	4.02	มาก	4.00	มาก	4.01	มาก
ชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตราOTOP	3.25	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.44	มาก	3.98	มาก	5.00	มากที่สุด	3.45	มาก
เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ	3.69	มาก	3.67	มาก	3.98	มาก	4.37	มากที่สุด	4.00	มาก	3.91	มาก
เป็นสินค้าหัตถกรรม	3.61	มาก	3.61	มาก	3.91	มาก	4.35	มากที่สุด	4.00	มาก	3.84	มาก
รวม	3.98	มาก	4.06	มาก	4.13	มาก	4.27	มากที่สุด	4.10	มาก	4.09	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงาม สวมใส่สบาย และสีน้ำตาลที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงาม สวมใส่สบายและสีน้ำตาลที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตรา OTOP ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เป็นสินค้าหัตถกรรม และมีขนาดให้เลือกหลากหลายที่ให้ความสำคัญในระดับมาก และปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตรา OTOP ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องสวมใส่สบาย รูปแบบสวยงาม สีน้ำตาล และดูแลรักษาง่ายที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องดูแลรักษาง่าย การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย มีขนาดให้เลือกหลากหลาย และชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตรา OTOP ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตรา OTOP ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ											
	20 – 30 ปี		31– 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.39	มากที่สุด	4.52	มากที่สุด	4.61	มากที่สุด	4.53	มากที่สุด	4.00	มาก	4.50	มากที่สุด
สามารถต่อรองราคาได้	4.33	มากที่สุด	4.47	มากที่สุด	4.43	มากที่สุด	4.44	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.40	มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	4.05	มาก	4.02	มาก	3.93	มาก	4.09	มาก	5.00	มากที่สุด	4.03	มาก
มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา	4.19	มาก	4.19	มาก	4.06	มาก	4.23	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.17	มาก
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต	2.99	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	5.00	มากที่สุด	3.04	ปานกลาง
ราคาถูก	4.35	มากที่สุด	4.20	มาก	4.09	มาก	3.86	มาก	4.00	มาก	4.15	มาก
รวม	4.05	มาก	4.05	มาก	4.03	มาก	4.06	มาก	4.67	มากที่สุด	4.05	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สามารถต่อรองราคาได้ และมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาที่สำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตที่สำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 30 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา และมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนที่ให้ความสำคัญในระดับมาก และปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตที่สำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุ 31 – 40 ปี และมีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถต่อรองราคาได้ที่สำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตที่สำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน และราคาถูกที่สำคัญในระดับมาก และปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตที่สำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาถูกที่สำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ											
	20 – 30 ปี		31– 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	4.07	มาก	4.06	มาก	4.18	มาก	3.86	มาก	4.00	มาก	4.05	มาก
การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หมวดหมู่ทำให้หาสินค้าได้ง่าย	4.02	มาก	3.95	มาก	4.15	มาก	3.88	มาก	4.00	มาก	4.01	มาก
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.84	มาก	4.16	มาก	4.00	มาก	3.84	มาก	4.00	มาก	3.93	มาก
การตกแต่งร้านได้สวยงาม	3.63	มาก	3.69	มาก	3.72	มาก	3.72	มาก	4.00	มาก	3.68	มาก
งานแสดงสินค้าของส่วนราชการต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 งานแสดงสินค้า OTOP ของจังหวัดเชียงใหม่	3.59	มาก	3.66	มาก	3.92	มาก	4.28	มากที่สุด	4.00	มาก	3.83	มาก
รวม	3.83	มาก	3.90	มาก	3.99	มาก	3.92	มาก	4.00	มาก	3.90	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีอายุ 31 – 40 ปี มีอายุ 41 – 50 ปี มีอายุ 51
– 60 ปี และมีอายุ 61 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ											
	20 – 30 ปี		31– 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีส่วนลดพิเศษ	4.01	มาก	4.17	มาก	3.94	มาก	3.95	มาก	4.00	มาก	4.01	มาก
เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	4.30	มากที่สุด	4.39	มากที่สุด	4.24	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด	4.00	มาก	4.28	มากที่สุด
เจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้า	4.14	มาก	4.17	มาก	4.23	มากที่สุด	4.30	มากที่สุด	4.00	มาก	4.20	มาก
การโฆษณาตามสื่อต่างๆให้เป็นที่รู้จัก เช่น วิทยู โบบลิว สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น	3.52	มาก	3.45	มาก	3.25	ปานกลาง	3.63	มาก	4.00	มาก	3.47	มาก
การจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชม	3.37	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	4.00	มาก	3.28	ปานกลาง
มีบริการรับเปลี่ยน-คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนดหรือตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้	3.97	มาก	3.64	มาก	3.77	มาก	3.72	มาก	4.00	มาก	3.81	มาก
รวม	3.89	มาก	3.82	มาก	3.77	มาก	3.86	มาก	4.00	มาก	3.84	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดีที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีอายุ 20 – 30 ปี และมีอายุ 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดีที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี และเจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้าที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก เช่น วิทยุ โบปปลิว สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น และการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 60 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี และเจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้าที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษาสูงสุด							
	อนุปริญญาตรี/ปวส		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
รูปแบบสวยงาม	4.55	มากที่สุด	4.45	มากที่สุด	4.71	มากที่สุด	4.53	มากที่สุด
สีทันสมัย	4.39	ปานกลาง	4.36	มากที่สุด	4.59	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด
การตัดเย็บปราณีต	3.77	มาก	4.08	มาก	4.42	มากที่สุด	4.14	มาก
สวมใส่สบาย	4.35	มากที่สุด	4.45	มากที่สุด	4.49	มากที่สุด	4.45	มากที่สุด
ดูแลรักษาง่าย	3.84	มาก	4.12	มาก	4.27	มากที่สุด	4.14	มาก
การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	3.87	มาก	4.06	มาก	4.06	มาก	4.04	มาก
มีขนาดให้เลือกหลากหลาย	4.03	มาก	4.06	มาก	3.87	มาก	4.01	มาก
ชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตราOTOP	3.55	มาก	3.43	มาก	3.49	มาก	3.45	มาก
เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ	3.84	มาก	3.89	มาก	3.96	มาก	3.91	มาก
เป็นสินค้าหัตถกรรม	3.71	มาก	3.86	มาก	3.86	มาก	3.84	มาก
รวม	3.99	มาก	4.08	มาก	4.17	มาก	4.09	มาก

จากตารางที่ 30 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงาม สวมใส่สบายและสีสนสวยงาม ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาตรี/ปวส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงามและสวมใส่สบายที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องสีสนสวยงามที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงาม สวมใส่สบายและสีสนสวยงามที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงาม สวมใส่สบาย สีสนสวยงาม การตัดเย็บปราณีต และดูแลรักษาง่ายที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษาสูงสุด							
	อนุปริญญาตรี/ปวส		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.52	มากที่สุด	4.41	มากที่สุด	4.70	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
สามารถต่อรองราคาได้	4.35	มากที่สุด	4.41	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด	4.40	มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	3.68	มาก	4.02	มาก	4.16	มาก	4.03	มาก
มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา	4.23	มากที่สุด	4.15	มาก	4.20	มาก	4.17	มาก
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต	3.13	ปานกลาง	2.94	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง
ราคาถูก	4.03	มาก	4.21	มากที่สุด	4.06	มาก	4.15	มาก
รวม	3.99	มาก	4.02	มาก	4.14	มาก	4.05	มาก

จากตารางที่ 31 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถต่อรองราคาได้ ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี/ปวส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สามารถต่อรองราคาได้และมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สามารถต่อรองราคาได้ และราคาถูกที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถต่อรองราคาได้ ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องสามารถชำระด้วยบัตรเครดิตที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษาสูงสุด							
	อนุปริญญาตรี/ปวส		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	3.97	มาก	4.06	มาก	4.04	มาก	4.05	มาก
การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่ทำให้หาสินค้าได้	4.00	มาก	3.98	มาก	4.10	มาก	4.01	มาก
มีสถานที่จอดรถสะดวก	3.77	มาก	3.89	มาก	4.08	มาก	3.93	มาก
การตกแต่งร้านได้สวยงาม	3.77	มาก	3.63	มาก	3.80	มาก	3.68	มาก
งานแสดงสินค้าของส่วนราชการต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 งานแสดงสินค้า OTOP ของจังหวัดเชียงใหม่	3.77	มาก	3.79	มาก	3.95	มาก	3.83	มาก
รวม	3.86	มาก	3.87	มาก	3.99	มาก	3.90	มาก

จากตารางที่ 32 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาตรี/ปวส มีการศึกษาในระดับ
ปริญญาตรี และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัด
จำหน่ายในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษาสูงสุด							
	อนุปริญญาตรี/ปวส		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีส่วนลดพิเศษ	3.68	ปานกลาง	4.02	มาก	4.08	มาก	4.01	มาก
เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	3.97	มาก	4.33	มากที่สุด	4.25	มากที่สุด	4.28	มากที่สุด
เจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้า	3.87	มาก	4.20	มาก	4.30	มากที่สุด	4.20	มาก
การโฆษณาตามสื่อต่างๆให้เป็นที่รู้จัก เช่น วิทยุ ทีวี สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น	3.42	มาก	3.52	มาก	3.36	ปานกลาง	3.47	มาก
การจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชม	3.19	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.28	ปานกลาง
มีบริการรับเปลี่ยน-คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้	3.42	มาก	3.91	มาก	3.69	มาก	3.81	มาก
รวม	3.59	มาก	3.88	มาก	3.82	มาก	3.84	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดีที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาตรี/ปวส ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีส่วนลดพิเศษ และการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดีที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายให้ความสำคัญลูกค้า และเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดีที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการโฆษณาตามสื่อต่างๆให้เป็นที่รู้จัก เช่น วิทยุ ทีวี ไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น และการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และรายได้ส่วนตัว

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ส่วนตัว													
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,001 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
รูปแบบสวยงาม	4.54	มากที่สุด	4.48	มากที่สุด	4.44	มากที่สุด	4.58	มากที่สุด	4.53	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด	4.53	มากที่สุด
ดีทันสมัย	4.33	มากที่สุด	4.38	มากที่สุด	4.19	มาก	4.58	มากที่สุด	4.49	มากที่สุด	4.54	มากที่สุด	4.42	มากที่สุด
การตัดเย็บปราณีต	4.06	มาก	3.97	มาก	3.56	มาก	4.31	มากที่สุด	4.35	มากที่สุด	4.39	มากที่สุด	4.14	มาก
สวมใส่สบาย	4.49	มากที่สุด	4.24	มากที่สุด	4.19	มาก	4.46	มากที่สุด	4.35	มากที่สุด	4.72	มากที่สุด	4.45	มากที่สุด
ดูแลรักษาง่าย	4.20	มาก	3.89	มาก	4.19	มาก	4.08	มาก	4.02	มาก	4.37	มากที่สุด	4.14	มาก
การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	4.18	มาก	3.90	มาก	3.56	มาก	4.00	มาก	4.00	มาก	4.12	มาก	4.04	มาก
มีขนาดให้เลือกหลากหลาย	4.14	มาก	3.97	มาก	3.69	มาก	3.81	มาก	3.84	มาก	4.06	มาก	4.01	มาก
ชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตราOTOP	3.27	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	3.77	มาก	3.88	มาก	3.45	มาก
เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ	3.70	มาก	3.70	มาก	3.69	มาก	3.65	มาก	4.23	มากที่สุด	4.33	มากที่สุด	3.91	มาก
เป็นสินค้าหัตถกรรม	3.64	มาก	3.64	มาก	3.56	มาก	3.73	มาก	4.07	มาก	4.29	มากที่สุด	3.84	มาก
รวม	4.06	มาก	3.95	มาก	3.84	มาก	4.01	มาก	4.17	มาก	4.33	มากที่สุด	4.09	มาก

จากตารางที่ 34 โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงาม สวมใส่สบาย และสีสันทสวยงามที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงาม สวมใส่สบาย และสีสันทสวยงามที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตรา OTOP ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงามที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตรา OTOP ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงาม สวมใส่สบาย สีสันทสวยงาม และการตัดเย็บปราณีตที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตรา OTOP ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องรูปแบบสวยงาม สวมใส่สบาย สีสันทสวยงาม การตัดเย็บปราณีต และเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย มีขนาดให้เลือกหลากหลาย และชื่อเสียงของกลุ่มผู้ผลิต เช่น สินค้าตรา OTOP ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และรายได้ส่วนตัว

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ส่วนตัว													
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,001 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.45	มากที่สุด	4.35	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.53	มากที่สุด	4.62	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด
สามารถต่อรองราคาได้	4.36	มากที่สุด	4.34	มากที่สุด	4.44	มากที่สุด	4.69	มากที่สุด	4.30	มากที่สุด	4.49	มากที่สุด	4.40	มากที่สุด
มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	4.03	มาก	3.90	มาก	3.06	ปานกลาง	4.08	มาก	4.16	มาก	4.25	มากที่สุด	4.03	มาก
มีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา	4.28	มากที่สุด	3.94	มาก	3.44	มาก	4.54	มากที่สุด	4.30	มากที่สุด	4.23	มากที่สุด	4.17	มาก
สามารถชำระด้วยบัตรเครดิต	2.84	ปานกลาง	3.02	ปานกลาง	2.12	น้อย	3.04	ปานกลาง	3.44	มาก	3.30	ปานกลาง	3.04	ปานกลาง
ราคาถูก	4.34	มากที่สุด	4.24	มากที่สุด	3.88	มาก	4.42	มากที่สุด	4.02	มาก	3.88	มาก	4.15	มาก
รวม	4.05	มาก	3.97	มาก	3.58	มาก	4.24	มากที่สุด	4.13	มาก	4.13	มาก	4.05	มาก

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจาก
ผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และรายได้ส่วนตัว

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ส่วนตัว													
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001 – 15,000 บาท		15,001 – 20,000 บาท		20,001 – 25,000 บาท		25,001 – 30,000 บาท		มากกว่า 30,001 บาท		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	แปรผล
ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง	4.17	มาก	3.94	มาก	3.50	มาก	4.00	มาก	4.12	มาก	4.08	มาก	4.05	มาก
การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หมวดยุ่มทำให้หาสินค้าได้ง่าย	4.10	มาก	3.90	มาก	3.88	มาก	3.88	มาก	4.14	มาก	4.02	มาก	4.01	มาก
มีสถานที่จอดรถสะดวก	4.02	มาก	3.76	มาก	3.19	ปานกลาง	3.92	มาก	4.16	มาก	4.02	มาก	3.93	มาก
การตกแต่งร้าน ได้สวยงาม	3.68	มาก	3.61	มาก	2.56	น้อย	3.88	มาก	3.74	มาก	3.88	มาก	3.68	มาก
งานแสดงสินค้าของส่วนราชการต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 งานแสดงสินค้า OTOP ของจังหวัดเชียงใหม่	3.60	มาก	3.61	มาก	3.25	ปานกลาง	4.00	มาก	4.16	มาก	4.25	มากที่สุด	3.83	มาก
รวม	3.91	มาก	3.76	มาก	3.28	ปานกลาง	3.94	มาก	4.06	มาก	4.05	มาก	3.90	มาก

จากตารางที่ 36 โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีสถานที่จอดรถสะดวก และงานแสดงสินค้าของส่วนราชการต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 งานแสดงสินค้า OTOP ของจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยในเรื่องการตกแต่งร้านได้สวยงามที่ให้ความสำคัญในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท และที่มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องงานแสดงสินค้าของส่วนราชการต่างๆ เช่น งานแสดงสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 งานแสดงสินค้า OTOP ของจังหวัดเชียงใหม่ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และรายได้ส่วนตัว

ด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ											
	20 – 30 ปี		31– 40 ปี		41 – 50 ปี		51 – 60 ปี		61 ปีขึ้นไป		รวม	
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
มีส่วนลดพิเศษ	4.01	มาก	4.17	มาก	3.94	มาก	3.95	มาก	4.00	มาก	4.01	มาก
เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี	4.30	มากที่สุด	4.39	มากที่สุด	4.24	มากที่สุด	4.21	มากที่สุด	4.00	มาก	4.28	มากที่สุด
เจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้า	4.14	มาก	4.17	มาก	4.23	มากที่สุด	4.30	มากที่สุด	4.00	มาก	4.20	มาก
การโฆษณาร้านตามสื่อต่างๆให้เป็นที่รู้จัก เช่น วิทยุ โบปลิว สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น	3.52	มาก	3.45	มาก	3.25	ปานกลาง	3.63	มาก	4.00	มาก	3.47	มาก
การจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชม	3.37	ปานกลาง	3.09	ปานกลาง	3.16	ปานกลาง	3.37	ปานกลาง	4.00	มาก	3.28	ปานกลาง
มีบริการปรับเปลี่ยน-คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้	3.97	มาก	3.64	มาก	3.77	มาก	3.72	มาก	4.00	มาก	3.81	มาก
รวม	3.89	มาก	3.82	มาก	3.77	มาก	3.86	มาก	4.00	มาก	3.84	มาก

จากตารางที่ 37 โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดีที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี และเจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้าที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี และเจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้าที่ให้ความสำคัญในระดับมาก และปัจจัยย่อยในเรื่องการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชม และมีบริการปรับเปลี่ยน-คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนดหรือตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ที่ให้ความสำคัญในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 25,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดีที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการโฆษณาร้านตามสื่อต่างๆให้เป็นที่รู้จัก เช่น วิทยุ โบปลิว สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น และการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องการโฆษณาร้านตามสื่อต่างๆให้เป็นที่รู้จัก เช่น วิทยุ โบปลิว สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น และการจัดทำแค็ตตาล็อกสินค้าให้เลือกชมที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องเจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้มและอัธยาศัยดี และเจ้าของและพนักงานขายให้ความสนใจลูกค้าที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองของข้าราชการสตรีในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ปัญหา	ระดับความสำคัญของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง										ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	51	12.80	128	32.00	168	42.00	41	10.20	12	3.00	3.41	มาก	9
ราคาต่อรองไม่ได้	52	13.00	107	26.80	171	42.80	58	14.50	12	3.00	3.32	ปานกลาง	12
สินค้ามีราคาแพง	82	20.50	143	35.80	140	35.00	25	6.20	10	2.50	3.66	มาก	3
ผ้าฝ้ายสีตก	178	44.50	131	32.80	79	19.80	12	3.00	0	0.00	4.19	มาก	1
รูปแบบไม่ทันสมัย	64	16.00	141	35.20	159	39.80	34	8.50	2	0.50	3.58	มาก	4
โอกาสในการใส่น้อย	52	13.00	131	32.80	178	44.50	33	8.20	6	1.50	3.48	มาก	7

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง (ต่อ)

ปัญหา	ระดับความสำคัญของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมือง										ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ลำดับที่
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
ทำเลที่ตั้งร้านไม่สะดวกในการเดินทาง	38	9.50	133	33.20	186	46.50	39	9.80	4	1.00	3.40	ปานกลาง	10
การจัดวางสินค้าภายในร้านไม่เป็นระเบียบ หายาก	26	6.50	100	25.00	205	51.20	61	15.20	8	2.00	3.19	ปานกลาง	11
ความหลากหลายของสินค้าภายในร้านมีน้อย	44	11.00	130	32.50	183	45.80	37	9.20	6	1.50	3.42	มาก	8
ไม่มีที่จอดรถ หรือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก	77	19.20	120	30.00	161	40.20	38	9.50	4	1.00	3.57	มาก	5
ไม่มีการปรับเปลี่ยน – คีนสินค้า	87	21.80	136	34.00	141	35.20	27	6.80	9	2.20	3.66	มาก	3
ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	91	22.80	132	33.00	140	35.00	29	7.20	8	2.00	3.67	มาก	2
ไม่ได้รับการบริการที่ดีจากเจ้าของหรือพนักงาน	94	23.50	79	19.80	166	41.50	50	12.50	11	2.80	3.49	มาก	6

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายพื้นเมืองในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรกคือผ้าฝ้ายสีตก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ไม่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.67) สินค้ามีราคาแพงและไม่มีการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ควรทำการออกแบบแบบเสื้อผ้าให้ทันสมัยหรือร่วมสมัย ทำการตัดเย็บอย่างปราณีต และมีหลายขนาดให้เลือกหลากหลาย (13 ราย)
2. ผู้ขายควรใส่ใจลูกค้าให้บริการที่ดี ถ้าเป็นลูกค้าประจำควรมีส่วนลดพิเศษ (4 ราย)
3. ควรพัฒนาเรื่องเนื้อผ้า ไม่ให้สีตกเวลาซัก (14 ราย)
4. ผู้ขายควรอธิบายหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับลวดลายของผ้าหรือที่มาของผ้า (1 ราย)
5. ร้านค้าควรให้ผู้ซื้อลองเสื้อผ้าได้ เพราะเมื่อซื้อไปแล้วก็ไม่สามารถเปลี่ยนคืนได้ (3 ราย)