

## บทที่ 6

### ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง กับปัจจัยต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ของบทนี้ คือการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง กับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการบริโภค โดยนำเสนอข้อมูลในรูปของตาราง และจัดระดับความสำคัญ โดยได้จัดแบ่งระดับความสำคัญได้เป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ไม่มี	1

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของความสำคัญจะใช้หลักในการวัด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญของปัจจัย
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	ไม่มี

## 6.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จ

รูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์	ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้าย่อย		ลูกค้าส่ง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า	4.62	มากที่สุด	4.62	มากที่สุด
2.คุณภาพของเนื้อผ้า	4.40	มาก	4.32	มาก
3.งานฝีมือ / การตัดเย็บ	4.24	มาก	4.74	มากที่สุด
4.ความมีชื่อเสียงของผ้าฝ้ายจอมทอง	4.20	มาก	4.34	มาก
5.สีสันทันเป็นธรรมชาติ	4.36	มาก	4.62	มากที่สุด
6.ความสะดวกสบายเมื่อสวมใส่	4.50	มากที่สุด	4.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้าย่อย ในระดับปัจจัยมากที่สุด

ได้แก่ปัจจัยที่ 1.ความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า

6.ความสะดวกสบายเมื่อสวมใส่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อลูกค้าส่ง ในระดับปัจจัยมากที่สุด ได้แก่ปัจจัยที่

1.ความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า

3.งานฝีมือ/ การตัดเย็บ

5.สีสันทันเป็นธรรมชาติ

6.ความสะดวกสบายเมื่อสวมใส่

## 6.2 ปัจจัยด้านราคา

**ตารางที่ 20** แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามประเภทผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านราคา	ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้าย่อย		ลูกค้าส่ง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	4.54	มากที่สุด	4.64	มากที่สุด
2.เครื่องนุ่งห่มฯที่มีราคาถูก <sup>2</sup>	3.68	มาก	4.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า

ปัจจัยด้านราคาทั้ง 2 ลักษณะ คือทั้งที่มีราคาสูงหรือราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และที่มีราคาถูก ไม่มีผลต่อผู้บริโภค กล่าวคือ ระดับราคาของสินค้าในตลาด ณ ขณะนี้ ผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่มยอมรับได้

## 6.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

**ตารางที่ 21** แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามประเภทผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้าย่อย		ลูกค้าส่ง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ความสะดวกในการเลือกซื้อ ที่ จอครดสะดวก	4.06	มาก	4.16	มาก
2.หาซื้อได้ไม่ยาก อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	4.68	มากที่สุด	4.18	มาก
3.การจัดแสดงสินค้าทำให้เลือกซื้อ	3.96	มาก	4.50	มาก
4.บริการหีบห่อ / จัดส่ง	3.10	ปานกลาง	4.46	มาก

<sup>2</sup> เครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ที่มีราคาถูก ในที่นี้หมายถึงความถึง เครื่องนุ่งห่มฯ ที่ตัดเย็บจากผ้าฝ้ายจอมทอง ซึ่งมีสีสันทัน หรือ ลวดลาย สวยงามปานกลาง และ แบบของเครื่องนุ่งห่มฯ เป็นลักษณะแบบเรียบๆ การตัดเย็บไม่ยุ่งยาก ซึ่งจะต่างจากราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ซึ่งจะมีราคาสูงกว่า

จากตารางที่ 21 พบว่า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้าย่อย เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่

- 1.หาซื้อได้ไม่ยากอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
- 2.ความสะดวกในการเลือกซื้อ ที่จอดรถสะดวก และ การจัดแสดงสินค้าทำให้เลือกซื้อ
- 3.บริการที่บ่ห่อ และการจัดส่ง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดหน่ายมีผลต่อลูกค้าส่ง ในระดับมาก เช่นเดียวกันทั้งหมด

#### 6.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามประเภทผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด	ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้าย่อย		ลูกค้าส่ง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.42	ปานกลาง	3.69	มาก
2.ได้รับเงื่อนไขในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	4.16	มาก	3.96	มาก
3.ได้รับระยะเวลาในการชำระเงิน เมื่อซื้อในปริมาณมาก	1.92	น้อย	2.84	ปานกลาง

จากตารางที่ 22 พบว่า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้าย่อย เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่

- 1.ได้รับเงื่อนไขในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
- 2.ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก
- 3.ได้รับระยะเวลาในการชำระเงิน เมื่อซื้อในปริมาณมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ที่มีผลต่อ ลูกค้าส่ง ได้แก่ ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก และ ได้รับเงื่อนไขในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

6.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามอาชีพ  
ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้ารายย่อย

ตารางที่ 23 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าใยจอมของจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อด้าน ผลิตภัณฑ์	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ		พ่อค้า/แม่บ้าน		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า	5.00	มากที่สุด	4.44	มาก	4.33	มาก	4.50	มากที่สุด	4.00	มาก	4.90	มากที่สุด
2.คุณภาพของเนื้อผ้า	4.00	มาก	4.11	มาก	4.50	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.00	มาก	4.52	มากที่สุด
3.งานฝีมือ /การตัดเย็บ	4.00	มาก	4.22	มาก	4.25	มาก	4.25	มาก	4.00	มาก	4.29	มาก
4.ความมีชื่อเสียงของผ้าใย จอมทอง	4.50	มากที่สุด	4.44	มาก	4.25	มาก	4.25	มาก	4.00	มาก	4.05	มาก
5.สีที่เห็นเป็นธรรมชาติ	4.00	มาก	4.22	มาก	4.17	มาก	4.00	มาก	3.50	มาก	4.71	มากที่สุด
6.ความสะอาดสบายเมื่อสวมใส่	4.50	มากที่สุด	4.11	มาก	4.67	มากที่สุด	4.75	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.48	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าใยจอมทอง ของผู้บริโภคทั่วไป /ลูกค้ารายย่อยทุกสาขาอาชีพ เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่

- 1.ความสะอาดสบายเมื่อสวมใส่
- 2.ความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า
- 3.คุณภาพของเนื้อผ้า

### 6.6 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภครุ่นใหม่ / ถูกตำราขายย่อย

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านราคา	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ราคาที่เหมาะสมกับ คุณภาพสินค้า	4.00	มาก	4.44	มาก	4.58	มากที่สุด	4.50	มากที่สุด	4.00	มาก	4.67	มากที่สุด
2.เครื่องนุ่งห่มที่มี ราคาถูก	5.00	มากที่สุด	3.67	มาก	3.92	มาก	3.50	มาก	4.00	มาก	3.43	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ของผู้บริโภครุ่นใหม่ / ถูกตำราขายย่อยทุกสาขาอาชีพ เรียงตามลำดับความสำคัญ

ได้แก่

- 1.ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
2. เครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ที่มีราคาถูก

6.7 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้ออัญมณีตามอาชีพ

ผู้บริโภครอคั่วไป / ลูกค้ารายย่อย

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าจากผ้าฝ้ายจอมทองอำเภอสามชัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของกิจการ		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ความสะดวกในการเลือกซื้อ ที่จตุรศกษะดวก	4.50	มากที่สุด	4.11	มาก	4.42	มาก	4.75	มากที่สุด	4.00	มาก	3.67	มาก
2.หาซื้อได้ไม่ยาก อยู่ในแหล่ง ท่องเที่ยว	5.00	มากที่สุด	4.44	มาก	4.42	มาก	4.50	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด	4.90	มากที่สุด
3.การจัดแสดงสินค้าทำให้ เลือกซื้อ	4.50	มากที่สุด	4.00	มาก	4.33	มาก	3.50	มาก	4.00	มาก	3.76	มาก
4.บริการหีบห่อ / จัดส่ง	2.50	ปานกลาง	2.56	ปานกลาง	2.92	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.52	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าจากผ้าฝ้ายจอมทอง ของผู้บริโภครอคั่วไป / ลูกค้ารายย่อยทุกสาขาอาชีพ เรียงตาม

ลำดับความสำคัญได้แก่

- 1.หาซื้อได้ไม่ยาก อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
2. ความสะดวกในการเลือกซื้อ ที่จตุรศกษะดวก
3. การจัดแสดงสินค้าทำให้เลือกซื้อ

6.8 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามอาชีพ

ผู้บริโภครุ่นใหม่ / ลูกค้ารายย่อย

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายของมทอจ.จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด	นักเรียน/นักศึกษา		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ		พ่อบ้าน/แม่บ้าน		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1. ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	2.50	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.33	ปานกลาง	4.50	มากที่สุด	3.00	ปานกลาง	3.57	มาก
2. ได้รับเงื่อนไขในการชำระ เงินด้วยบัตรเครดิต	1.00	น้อยที่สุด	4.22	มาก	4.00	มาก	4.50	มากที่สุด	3.00	ปานกลาง	4.57	มาก
3. ได้รับระยะเวลาในการชำระ เงิน เมื่อซื้อในปริมาณมาก	1.00	น้อยที่สุด	1.56	น้อย	2.17	น้อย	2.00	น้อย	2.00	น้อย	2.00	น้อย

จากตารางที่ 26 พบว่า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายของมทอจ. ของผู้บริโภครุ่นใหม่ / ลูกค้ารายย่อยทุกสาขาอาชีพ เรียงตาม

ลำดับความสำคัญได้แก่

1. ได้รับเงื่อนไขในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
2. ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก
3. ได้รับระยะเวลาในการชำระเงิน เมื่อซื้อในปริมาณมาก



6.9 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้  
ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้าย่อย

ตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์	10,000 บาท -ต่ำกว่า		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า	4.40	มาก	4.44	มาก	4.80	มากที่สุด	4.77	มากที่สุด	4.00	มาก
2.คุณภาพของเนื้อผ้า	4.20	มาก	4.31	มาก	4.53	มากที่สุด	4.46	มากที่สุด	4.00	มาก
3.งานฝีมือ /การตัดเย็บ	4.00	มาก	4.25	มาก	4.07	มาก	4.54	มากที่สุด	4.00	มาก
4.ความมีชื่อเสียงของผ้าฝ้าย จอมทอง	4.60	มากที่สุด	4.19	มาก	4.33	มาก	3.85	มาก	5.00	มากที่สุด
5.สีสันทันเป็นธรรมชาติ	3.80	มาก	4.31	มาก	4.33	มาก	4.69	มาก	4.00	มาก
6.ความสะอาดสบายเมื่อสวม ใส่	4.60	มากที่สุด	4.44	มาก	4.60	มากที่สุด	4.38	มาก	5.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองของผู้บริโภคทั่วไป/ลูกค้าย่อยในทุกระดับรายได้

เรียงตามลำดับ

ความสำคัญได้แก่

- 1.ความสะอาดสบายเมื่อสวมใส่
- 2.ความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า / คุณภาพของเนื้อผ้า และ ความมีชื่อเสียงของผ้าฝ้ายจอมทอง

### 6.10 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้

ผู้บริโภคทั่วไป / ถูกค่ารายย่อย

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนึ่งสำรับรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมของจำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านราคา	ต่ำกว่า 10,000 บาท- และต่ำกว่า		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สินค้า	4.00	มาก	4.50	มากที่สุด	4.67	มากที่สุด	4.62	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด
2.เครื่องนึ่งที่มีราคาถูก	4.80	มากที่สุด	3.81	มาก	3.53	มาก	3.31	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง

จากตารางที่ 28 พบว่า

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนึ่งสำรับรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมของผู้บริโภคทั่วไป/ถูกค่ารายย่อยในทุกระดับรายได้  
เรียงตามลำดับความ

- สำคัญ ได้แก่
- 1.ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
  2. เครื่องนึ่งสำรับรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมของ ที่มีราคาถูก

### 6.11 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้

ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกข้าราชการ

ตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนึ่งหม้อสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	10,000 บาท-ต่ำกว่า		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.00	มาก	4.25	มาก	4.13	มาก	3.69	มาก	5.00	มากที่สุด
1. ความสะดวกในการเลือกซื้อ	4.80	มากที่สุด	4.56	มากที่สุด	4.60	มากที่สุด	4.85	มากที่สุด	5.00	มากที่สุด
ที่จอดรถสะดวก	4.60	มากที่สุด	4.06	มาก	3.93	มาก	3.69	มาก	3.00	ปานกลาง
2. หาซื้อได้ไม่ยาก อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	2.80	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง	3.54	มาก	4.00	มาก
3. การจัดแสดงสินค้าทำให้เลือกซื้อ										
4. บริการหีบห่อ / จัดส่ง										

จากตารางที่ 29 พบว่า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนึ่งหม้อสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองของผู้บริโภคทั่วไป/ลูกข้าราชการอยู่ในทุกระดับรายได้ เรียง

- ตามลำดับความสำคัญได้แก่
1. หาซื้อได้ไม่ยาก อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
  2. ความสะดวกในการเลือกซื้อ ที่จอดรถสะดวก
  3. การจัดแสดงสินค้าทำให้เลือกซื้อ

6.12 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้  
ผู้บริโภคทั่วไป/ ลูกค้าย่อย

ตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนึ่งส้มตำจากฝ่าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ	10,000 บาท-ต่ำกว่า		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.80	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	3.53	มาก	3.77	มาก	5.00	มากที่สุด
1.ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	1.80	น้อย	4.13	มาก	4.60	มากที่สุด	4.62	มากที่สุด	4.00	มาก
2.ได้รับเงื่อนไขในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	1.40	น้อยที่สุด	1.87	น้อย	1.93	น้อย	2.23	น้อย	1.00	น้อยที่สุด
3.ได้รับระยะเวลาในการชำระเงิน เมื่อซื้อในปริมาณมาก										

จากตารางที่ 30 พบว่า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนึ่งส้มตำจากฝ่าฝ้ายจอมทองของผู้บริโภคครัวไปลูกค้าย่อยในทุกระดับรายได้ เรียง

- ตามลำดับความสำคัญได้แก่
1. ได้รับเงื่อนไขในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต
  2. ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก
  3. ได้รับระยะเวลาในการชำระเงิน เมื่อซื้อในปริมาณมาก

### 6.13 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้ของลูกค้าส่ง

**ตารางที่ 31** แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูป  
ทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านผลิตภัณฑ์	40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า	4.60	มากที่สุด	4.63	มากที่สุด
2.คุณภาพของเนื้อผ้า	4.00	มาก	4.63	มากที่สุด
3.งานฝีมือ /การตัดเย็บ	5.00	มากที่สุด	4.73	มากที่สุด
4.ความมีชื่อเสียงของผ้าฝ้าย จอมทอง	4.00	มาก	4.35	มาก
5.สีสันทันที่เป็นธรรมชาติ	5.00	มากที่สุด	4.61	มากที่สุด
6.ความสะดวกสบายเมื่อสวมใส่	5.00	มากที่สุด	4.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ของ  
ลูกค้าส่งทุกระดับรายได้ เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่

- 1.ความมีเอกลักษณ์ของลายผ้า /งานฝีมือ /การตัดเย็บ /สีสันทันที่เป็นธรรมชาติ และ  
ความสะดวกสบายเมื่อสวมใส่
- 2.คุณภาพของเนื้อผ้า
- 3.ความมีชื่อเสียงของผ้าฝ้ายจอมทอง

#### 6.14 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนก ตามรายได้ของลูกค้าส่ง

**ตารางที่ 32** แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านราคา	40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า	5.0	มากที่สุด	4.63	มากที่สุด
2.เครื่องนุ่งห่มที่มีราคาถูก	4.0	มาก	4.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ของ ลูกค้าส่งทุกระดับรายได้ เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่

1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า
2. เครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองที่มีราคาถูก

#### 6.15 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้ของลูกค้าส่ง

**ตารางที่ 33** แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1.ความสะดวกในการเลือกซื้อ ที่จอร์จ สะดวก	3.00	ปานกลาง	4.18	มาก
2.หาซื้อได้ไม่ยาก อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	4.0	มาก	4.18	มาก
3.การจัดแสดงสินค้าทำให้เลือกซื้อ	4.0	มาก	4.51	มากที่สุด
4.บริการหีบห่อ / จัดส่ง	4.0	มาก	4.47	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ของ ลูกค้าส่งทุกระดับรายได้ เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่

1. การจัดแสดงสินค้าทำให้เลือกซื้อ
2. หาซื้อได้ไม่ยาก อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว
3. บริการหีบห่อ / จัดส่ง

### 6.16 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้ของผู้ค้าส่ง

**ตารางที่ 34** แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด	40,001-50,000 บาท		มากกว่า 50,000 บาท	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ระดับปัจจัย
1. ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.0	ปานกลาง	3.98	มาก
2. ได้รับเงื่อนไขในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.0	ปานกลาง	3.78	มาก
3. ได้รับระยะเวลาในการชำระเงิน เมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.0	ปานกลาง	3.78	มาก

จากตารางที่ 34 พบว่า

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้าย

จอมทอง ของ ผู้ค้าส่งทุกระดับรายได้ เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่

1. ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก
2. ได้รับเงื่อนไขในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และ ได้รับระยะเวลาในการชำระเงิน เมื่อซื้อในปริมาณมาก