

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ นี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

การสรุปผลการศึกษาได้แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ส่วนที่ 4 ปัญหาด้านต่างๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ตามรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.50 มีอายุ 21-40 ปี ร้อยละ 54.50 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 51.75 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือตอนปลายร้อยละ 34.75 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงาน ร้อยละ 31.25 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 53.00

ส่วนที่ 2 ความต้องการและพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 ความต้องการและพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยตัดสินใจซื้อจากคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.00 ส่วนใหญ่เลือกซื้อเพื่อใช้เองมากที่สุด ร้อยละ 69.00 เลือกซื้อประเภทเสื้อเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 76.00 นิยมซื้อที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี ร้อยละ 76.50 และนิยมซื้อที่ทอหลายแบบธรรมชาติมากกว่าทอแบบยกดอก ร้อยละ 62.50

ความถี่โดยเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมากที่สุดคือ 1 ครั้ง / ปี ร้อยละ 32.50 มูลค่าเฉลี่ยที่ซื้อในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีมูลค่าที่ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 44.00 บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตนเอง ร้อยละ 37.25 แหล่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ การบอกต่อของบุคคลอื่น ร้อยละ 41.25 สถานที่ที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ร้อยละ 44.00

2.2 ความต้องการและพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามเพศ

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 54.23 และ ร้อยละ 58.53 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ซื้อเพื่อใช้เองมากที่สุด ร้อยละ 59.86 และ ร้อยละ 74.03 ตามลำดับ เลือกซื้อประเภทเสื้อเป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 69.01 และ 79.84 ตามลำดับ นิยมซื้อที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี คือ ร้อยละ 77.46 และ ร้อยละ 75.97 ตามลำดับ นิยมซื้อที่ทอหลายแบบธรรมชาติมากกว่าการทอหลายแบบยกดอก คือ ร้อยละ 68.31 และ 59.30 ตามลำดับ แหล่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ การบอกต่อของบุคคลอื่น ร้อยละ 40.10 และ ร้อยละ 41.86 ตามลำดับ สถานที่ที่เลือกซื้อส่วนใหญ่ คือ ร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ร้อยละ 50.00 และ ร้อยละ 40.70 ตามลำดับ

2.3 ความต้องการและพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามอายุ

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี อายุระหว่าง อายุระหว่าง 51-60 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 61 ปี ขึ้นไป เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 59.00, 65.25, 56.72, 70.00 และ 71.43 ตามลำดับ กลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกซื้อโดยพิจารณาจากสีสันทันและลวดลายมากที่สุด ร้อยละ 59.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี อายุระหว่าง 51-60 ปี และอายุ 61 ปี ขึ้นไป เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด ร้อยละ 46.59, 73.00, 80.51, 65.67, 90.00 และ 71.43 ตามลำดับ เลือกซื้อประเภทเสื้อเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 60.23, 77.00, 81.36, 85.07, 80.00 และ 71.43 ตามลำดับ นิยมซื้อที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี คือ ร้อยละ 78.41, 76.00, 76.27, 76.12, 80.00 และ 57.14 ตามลำดับ นิยมซื้อที่ทอแบบธรรมดามากกว่าการทอแบบยกดอก คือ ร้อยละ 63.64, 67.00, 59.32, 58.21, 65.00 และ 71.43 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมากที่สุด ร้อยละ 50.00, 45.76 และ 29.85 ตามลำดับ อายุไม่เกิน 20 ปี ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากป้ายโฆษณามากที่สุด ร้อยละ 42.05 อายุระหว่าง 51-60 ปี ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากป้ายโฆษณาและเท่ากันกับทราบจากเพื่อนร่วมเดินทาง ร้อยละ 45.00 และอายุ 61 ปี ขึ้นไป ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากเพื่อนร่วมเดินทางมากที่สุด ร้อยละ 42.86

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่างอายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุระหว่าง 51-60 ปี เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 54.00, 49.15 และ 45.00 ตามลำดับ อายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี และอายุ 60 ปี ขึ้นไป เลือกซื้อจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 53.41, 40.30 และ 57.14 ตามลำดับ

2.4 ความต้องการและพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย จำแนกตามรายได้

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท และ สูงกว่า 50,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 51.86, 67.07, 59.09 และ 100.00 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เลือกซื้อโดยพิจารณาจากราคามากที่สุด ร้อยละ 60.00 และผู้ที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เลือกซื้อโดยพิจารณาจากรูปแบบมากที่สุด ร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท, 40,001 – 50,000 บาท และ สูงกว่า 50,000 บาท ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด ร้อยละ 68.40, 82.93, 58.67, 54.55, 60.00 และ 100.00 ตามลำดับ ซื้อประเภทเสื้อมากที่สุด ร้อยละ 75.47, 89.02, 62.67, 77.27, 60.00 และ 100.00 ตามลำดับ นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี ร้อยละ 80.66, 74.39, 70.67, 59.09, 100.00 และ 75.00 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอแบบธรรมดามากกว่าทอแบบยกดอก ร้อยละ 64.62, 69.51 และ 54.67 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท และ สูงกว่า 50,000 บาท นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอแบบธรรมดาเท่ากับทอแบบยกดอก ร้อยละ 50.00 และผู้ที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอแบบยกดอกมากกว่าแบบธรรมดา ร้อยละ 60.00

ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมากที่สุด ร้อยละ 47.64 และ 39.02 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ทราบจากเพื่อนร่วมเดินทางมากที่สุด ร้อยละ 33.33 ผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ทราบจากการออกงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการมากที่สุด ร้อยละ 36.46 ผู้ที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท ทราบจากจากป้ายโฆษณา การบอกต่อของบุคคลอื่น เพื่อนร่วมเดินทาง และอินเทอร์เน็ตเท่ากัน คือ ร้อยละ 40.00 ผู้ที่มีรายได้ สูงกว่า 50,000 บาท ทราบป้ายโฆษณามากที่สุด ร้อยละ 75.00

ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาท เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 52.36 และ 60.00 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท เลือกซื้อจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ 42.68 และ 45.33 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท เลือกซื้อจากร้านในแหล่งท่องเที่ยวเท่ากับซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ ร้อยละ 36.36 ผู้ที่มีรายได้ สูงกว่า

50,000 บาท เลือกซื้อจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไป ซื้อจากผู้ผลิตหรือแหล่งผลิต และซื้อจากงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการเท่ากัน คือ ร้อยละ 25.00

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

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

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.38)

จำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80 และ 3.86 ตามลำดับ) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.47 และ 4.33 ตามลำดับ)

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95, 3.80, 3.80, 3.87, 3.68 และ 3.52 ตามลำดับ) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34, 4.31, 4.37, 4.52, 4.40 และ 4.57 ตามลำดับ)

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย และอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89 และ 3.78 ตามลำดับ) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ปริญญาตรี และปริญญาโท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30, 3.35 และ 3.04 ตามลำดับ) ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ทุกระดับการศึกษา ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71, 4.29, 4.46, 4.54, และ 4.72 ตามลำดับ)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91, 3.74, 3.87, 3.87 และ 3.88 ตามลำดับ) โดย

ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.56, 4.30, 4.59, 4.18, และ 4.36 ตามลำดับ)

จำแนกตามรายได้เฉลี่ย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82, 3.84, 3.93, 3.69, 3.87 และ 4.00 ตามลำดับ) โดยผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาท โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.23, 4.43, 4.64, 4.43 และ 4.60) สำหรับผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับสินค้ามีตราয়ี่ห้อเป็นลำดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.50)

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92 และ 3.95 ตามลำดับ) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.41 และ 4.07)

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05, 3.98, 3.91, 3.95, 3.51 และ 3.57 ตามลำดับ) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี อายุระหว่าง 51-60 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.26, 4.08, 4.19, 3.90 และ 4.29 ตามลำดับ) และที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03)

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.47, 3.95, 3.95, 4.08 และ 3.79 ตามลำดับ) ผู้ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า และปริญญาตรี เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.57, 4.12, 4.22 และ 4.18 ตามลำดับ) ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ มีการกำหนดราคาที่แน่นอน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านราคาเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06, 3.86, 3.95, 4.05 และ 3.85 ตามลำดับ) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/เจ้าของกิจการ นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอิสระ เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.24, 4.18, 4.03 และ 4.18 ตามลำดับ) ผู้ที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงาน เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์เท่ากับมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.90)

จำแนกตามรายได้เฉลี่ย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านราคา ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท, 40,001 – 50,000 บาท และ สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่า ปัจจัยด้านราคา ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94, 3.92, 3.96, 4.01, 3.80 และ 3.88 ตามลำดับ) ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11, 4.18 และ 4.80 ตามลำดับ) ผู้ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท และสูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.06, 4.32 และ 4.25 ตามลำดับ)

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

จำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73 และ 3.81 ตามลำดับ) โดยเพศชายเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ส่วนเพศหญิงเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41-50 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84, 3.82, 3.76, 3.75 และ 3.63 ตามลำดับ) สำหรับผู้ที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับ

ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุระหว่าง 21-30 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.05, 4.00 และ 3.92 ตามลำดับ) ผู้ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 41-50 ปี เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การแสดงผลผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.99 และ 4.24 ตามลำดับ)

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า และปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.77 และ 3.91 ตามลำดับ) ผู้ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและปริญญาโท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49 และ 3.14 ตามลำดับ) ผู้ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ มีปริมาณผลิตภัณฑ์มากเพียงพอต่อการจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.49) ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย และอนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การแสดงผลผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.88)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86, 3.69, 3.86, 3.88 และ 3.64 ตามลำดับ) ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงาน และอาชีพอิสระ เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การแสดงผลผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.26, 3.87 และ 3.83 ตามลำดับ) ผู้ที่มีอาชีพ ค้าขาย/เจ้าของกิจการเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) นักเรียน/นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

จำแนกตามรายได้เฉลี่ย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77, 3.75, 3.87, 3.58, 3.91 และ 3.64 ตามลำดับ) ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และสูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.96 และ 4.00 ตามลำดับ) ผู้ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การแสดงผลผลิตภัณฑ์น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.02, 4.17 และ 4.60 ตามลำดับ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การบริการ อธิษาศัย และกิจกรรมารยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.23)

จำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเท่ากันเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) และเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การบริการ อธิษาศัย และกิจกรรมารยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.11 และ 4.29 ตามลำดับ)

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73, 3.70, 3.59, 3.70, 3.63 และ 3.56 ตามลำดับ) ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี, 31-40 ปี, 41-50 ปี, 51-60 ปี และ 61 ปีขึ้นไป เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การบริการ อธิษาศัย และกิจกรรมารยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.17, 4.19, 4.46, 4.35 และ 4.71 ตามลำดับ)

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ปลาย อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า และปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68, 3.69 และ 3.75 ตามลำดับ) ผู้ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษาและปริญญาโท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37 และ 3.49 ตามลำดับ) ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การบริการ อธิษาศัย และกิจกรรมารยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.71, 4.09, 4.41, 4.41 และ 4.42 ตามลำดับ)

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71, 3.59, 3.81, 3.65 และ 3.64 ตามลำดับ) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง/พนักงาน ค้าขาย/เจ้าของกิจการ และนักเรียน/นักศึกษา เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การบริการ อธิษาศัย และกิจกรรมารยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.45, 4.26, 4.16 และ 4.19 ตามลำดับ) ผู้ที่มีอาชีพอิสระเห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.09)

จำแนกตามรายได้เฉลี่ย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท, 30,001 – 40,000 บาท และ 40,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68, 3.52, 3.77, 3.80 และ 3.73 ตามลำดับ) ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33) ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การบริการ อธิษาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.14, 4.20 และ 4.55 ตามลำดับ) ผู้ที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การให้ข้อมูลของลูกค้ำจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.80) และผู้ที่มีรายได้ สูงกว่า 50,000 บาท เห็นว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ กับมีการให้ส่วนลด เท่ากันกับการให้ข้อมูลของลูกค้ำจากปากต่อปาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ส่วนที่ 4 ปัญหาต่างๆ ในการซื้อเสื้อฝ้ายสำเร็จรูปจากฝ้ายฝ้าย

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อฝ้ายสำเร็จรูปจากฝ้ายฝ้าย ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัญหาย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในอันดับแรกได้แก่ ด้านคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อฝ้ายสำเร็จรูปจากฝ้ายฝ้าย ด้านราคาในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยปัญหาย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในอันดับแรกได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อฝ้ายสำเร็จรูปจากฝ้ายฝ้าย ด้านการจัดจำหน่ายในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัญหาย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในอันดับแรกได้แก่ ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยปัญหาย่อยที่มีอิทธิพลอยู่ในอันดับแรกได้แก่ ไม่มีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.59)

อภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่า มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า คือ ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในส่วนของด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลเป็นอันดับแรก คือ การบริการ อัฒยาศัย และกิจกรรมรยาของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษานพมาศ แก้วยานะ (2547) ที่พบว่า กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่กลุ่มผู้ซื้อนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การต้อนรับเป็นอย่างดีของผู้ขาย

ผลการศึกษาปัจจัยการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลเป็นอันดับแรก คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายด้านราคา ที่มีอิทธิพลเป็นอันดับแรก คือ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ปัจจัยการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลเป็นอันดับแรก คือ การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานพมาศ แก้วยานะ (2547) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผู้ซื้อนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ รูปแบบและสีสันทที่สวยงาม ปัจจัยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปัจจัยที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกด้านการจัดจำหน่าย คือ อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันนี้อาจเกิดจากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง พื้นที่ และช่วงเวลาต่างกัน แต่สิ่งเหล่านี้ล้วนตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้เช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) ที่เสนอแนะไว้ว่า สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่า ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับสินค้ามีตราฮือเป็นลำดับแรก แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) ที่เสนอแนะไว้ว่า ตราสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ สามารถตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้เช่นกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เห็นว่า ปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญเป็นลำดับแรก ได้แก่ การให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปาก แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญกับการบริการ ทัศนคติ และกิจกรรมรยาทของพนักงานขายเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) ที่เสนอแนะไว้ว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย หรือการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์โดยความพยายามสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งก็เป็นการส่งเสริมการตลาดเช่นกัน

ในส่วนของปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นปัญหาที่สำคัญเป็นลำดับแรก ด้านราคา พบว่า ราคาไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เป็นปัญหาลำดับแรก ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เป็นปัญหาลำดับแรก และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่มีการให้ส่วนลด เป็นปัญหาลำดับแรก

พฤติกรรมการณ์ซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อ โดยพิจารณาจากคุณภาพมากที่สุด สำหรับกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกซื้อโดยพิจารณาจากสีสันและสวดลายมากที่สุด ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายประเภทเสื้อมากที่สุด เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ข้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอแบบธรรมดามากกว่าทอแบบยกดอก ความถี่โดยเฉลี่ยที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมากที่สุดคือ 1 ครั้ง/ปี มูลค่าเฉลี่ยที่ซื้อในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีมูลค่าที่ต่ำกว่า 500 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตนเอง ทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากการบอกต่อของบุคคลอื่นมากที่สุด และเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายจากร้านขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายทั่วไปมากที่สุด ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด สำหรับวัตถุประสงค์ในการซื้อ คือ ซื้อเพื่อใช้เองมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้อง

กับผลการศึกษาของนพมาศ แก้วยานะ (2547) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยซื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองเพื่อนำไปเป็นของฝากมากที่สุด ซึ่งอาจเกิดจากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง พื้นที่ และช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนพมาศ แก้วยานะ (2547)

ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-40 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท
2. ความถี่โดยเฉลี่ยที่ซื้อมากที่สุดคือ 1 ครั้ง / ปี
3. มูลค่าเฉลี่ยที่ซื้อในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีมูลค่าที่ต่ำกว่า 500 บาท
4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยตัดสินใจซื้อจากคุณภาพมากที่สุด สำหรับกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกซื้อโดยพิจารณาจากสีสันทันและลวดลายมากที่สุด
5. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด
6. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย ประเภทเสื้อเป็นอันดับที่ 1
7. ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติมากกว่าสีเคมี
8. ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายที่ทอหลายแบบธรรมดามากกว่าทอแบบยกดอก
9. แหล่งข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ การบอกต่อของบุคคลอื่น
10. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับสินค้ามีตราฮือเป็นลำดับแรก
11. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา คือ การมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน
12. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการจัดจำหน่าย คือ การแสดงผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ
13. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การบริการ อธิบาย และกิจกรรมการขายของพนักงานขาย เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลของลูกค้าจากปากต่อปากเป็นลำดับแรก
14. ปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นปัญหาที่สำคัญเป็นลำดับแรก

15. ปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา พบว่า ราคาไม่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เป็นปัญหาลำดับแรก
16. ปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เป็นปัญหาลำดับแรก
17. ปัญหาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่มีการให้ส่วนลด เป็นปัญหาลำดับแรก

ข้อเสนอแนะ

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย โดยตัดสินใจซื้อจากคุณภาพมากที่สุด ผู้ศึกษาจึงใคร่เสนอแนะให้ผู้ประกอบการตรวจสอบความประณีตและความเรียบร้อยของสินค้าก่อนการจำหน่าย รวมทั้งการให้คำแนะนำในเรื่องการดูแล รักษา ผ้าฝ้าย เพื่อให้สามารถเก็บรักษาได้อย่างถูกต้อง ลดการเสื่อมเสียคุณภาพหลังการซื้อไปใช้ได้ดียิ่งขึ้น หรือการจัดทำเอกสารเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าฝ้าย ซึ่งนอกจากจะเป็นการให้ความรู้แก่ผู้ซื้อแล้ว ยังเป็นการเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ชื่อเสียงของร้าน ทำให้ผู้ซื้อและผู้สนใจเข้าใจธรรมชาติของผลิตภัณฑ์ เห็นคุณค่าผลิตภัณฑ์มากขึ้น ทั้งยังเป็นการลดปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นปัญหาที่สำคัญลำดับแรกอีกด้วย สำหรับกลุ่มที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกซื้อโดยพิจารณาจากสีสันทันและลวดลายมากที่สุด ดังนั้นในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายแก่กลุ่มผู้บริโภคในกลุ่มนี้ ควรจะมีการพัฒนาสีสันทันและลวดลายให้มีความหลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยแนวโน้มการผลิตควรเป็นผ้าฝ้ายที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ และมีลักษณะการทอลายแบบธรรมชาติมากกว่าการทอลายแบบยกดอก ทั้งนี้ หากมีการพัฒนาลักษณะการทอลายยกดอกให้มีลวดลายที่ทันสมัย และหลากหลายมากยิ่งขึ้น อาจทำให้ผู้บริโภคสนใจสินค้ามากขึ้น นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับสินค้ามีตราห้อยเป็นลำดับแรก ดังนั้นแนวทางการเพิ่มยอดขายอีกทางหนึ่งคือการสร้างตราห้อยของสินค้า เพื่อให้ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มยอดขายจากสินค้าได้แล้ว ยังเป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้าและผู้ผลิต ส่งผลต่อการสร้างชื่อเสียงของร้านอีกทางหนึ่ง

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และมูลค่าเฉลี่ยที่ซื้อในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมีมูลค่าที่ต่ำกว่า 500 บาท ดังนั้นในการตั้งราคาขายสินค้าไม่ควรเกิน

500 บาท และปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือเรื่องการมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน และเห็นว่า ราคาที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์เป็นปัญหาที่สำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีป้ายแสดงราคาชัดเจน เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถเปรียบเทียบราคาได้ และสร้างความมั่นใจแก่ผู้ซื้อ

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่อง การแสดงผลิตภัณฑ์น่าสนใจ และเห็นว่า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการจัดร้านแสดงผลิตภัณฑ์ ทั้งสถานที่ บรรยากาศภายในร้าน และนำสินค้าจัดแสดงให้หลากหลายชนิด เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า นอกจากนี้ เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเป็นนักท่องเที่ยว ความถี่โดยเฉลี่ยที่ซื้อมากที่สุดคือ 1 ครั้ง / ปี ซึ่งเป็นการซื้อบ่อยครั้ง ผู้ศึกษาเห็นว่าหากผู้ประกอบการต้องการเพิ่มยอดขายควรขยายตลาดไปยังกลุ่มอื่น เช่น การขายส่ง และส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายเพื่อใช้เองมากที่สุด หากมีการประชาสัมพันธ์หรือสร้างคุณค่าในลักษณะที่ซื้อเพื่อเป็นของฝาก มากยิ่งขึ้น ก็จะสามารถเพิ่มจำนวนยอดขายได้อีกทางหนึ่ง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการบริการ อธิยาศัย และกิจกรรมรยาทของพนักงานขาย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีการให้ความรู้แก่พนักงานขาย ทั้งในเรื่องของความรู้ ความเข้าใจ การแนะนำและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การบริการด้วยความเต็มใจ สร้างความประทับใจแก่ลูกค้า เกิดการซื้อซ้ำหรือการบอกต่อจากปากต่อปากได้ ซึ่งสัมพันธ์กับแหล่งข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับร้านจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าฝ้ายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ การบอกต่อของบุคคลอื่น เป็นการสร้างชื่อเสียงของร้านและประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี