

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ คือ ผู้ที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15-59 ปี จำนวน 300 คน จากนั้นนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์และแปลผลการศึกษา ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยแบ่งผลการศึกษาดังนี้เป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15-59 ปี (ตาราง 4.1-4.5)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร (ตาราง 4.6-4.21)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร (ตาราง 4.22-4.26)

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ตาราง 4.27-4.71)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ตาราง 4.72-4.91)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป (ตาราง 4.92-4.93)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15-59 ปี (ตาราง 4.1-4.5)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	150	50.0
หญิง	150	50.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	23	7.7
18-22 ปี	30	10.0
23-30 ปี	101	33.7
31-40 ปี	78	26.0
41-50 ปี	55	18.3
51-59 ปี	13	4.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 23-30 ปี ร้อยละ 33.7 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 26.0 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 18.3 อายุ 18-22 ปี ร้อยละ 10.0 อายุต่ำกว่า 18 ปี ร้อยละ 7.7 และอายุ 51-59 ปี ร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	34	11.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	54	18.0
อนุปริญญา/ปวส.	32	10.7
ปริญญาตรี	134	44.7
สูงกว่าปริญญาตรี	46	15.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 44.7 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 18.0 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15.3 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 11.3 และอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	27	9.0
พนักงานบริษัท/รับจ้าง	169	56.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	36	12.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	68	22.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง ร้อยละ 56.3 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.7 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 12.0 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	45	15.0
5,000-10,000 บาท	82	27.3
10,001-20,000 บาท	54	18.0
20,001-30,000 บาท	40	13.4
30,001 บาทขึ้นไป	79	26.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 27.3 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 26.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 18.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 15.0 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 13.4 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร (ตาราง 4.6-4.21)

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อยืดคอกลม คอปก	186	62.0
เสื้อเชิ้ต	139	46.3
เสื้อแฟชั่น	137	45.7
กางเกงยีนส์	187	62.3
กางเกงขาสั้น กางเกงสามส่วน	102	34.0
กางเกงสแลค กางเกงผ้า	105	35.0
กระโปรง	54	18.0
อื่นๆ (เสื้อกล้าม)	3	1.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อกางเกงยีนส์ ร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ เสื้อยืดคอกลม คอปก ร้อยละ 62.0 เสื้อเชิ้ต ร้อยละ 46.3 เสื้อแฟชั่น ร้อยละ 45.7 กางเกงสแลค กางเกงผ้า ร้อยละ 35.0 กางเกงขาสั้น กางเกงสามส่วน ร้อยละ 34.0 กระโปรง ร้อยละ 18.0 และอื่นๆ คือ เสื้อกล้าม ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ

ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ผ้าฝ้าย (Cotton)	237	79.0
ผ้าไหม (Silk)	34	11.3
ผ้าลินิน (Linen)	91	30.3
ผ้าขนสัตว์ (Wool)	4	1.3
ผ้าไนลอน (Nylon)	120	40.0
ผ้าสแปนเด็กซ์ (Spandex)	74	24.7
อื่นๆ (ผ้ายีนส์)	4	1.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อผ้าฝ้าย ร้อยละ 79.0 รองลงมา คือ ผ้าไนลอน ร้อยละ 40.0 ผ้าลินิน ร้อยละ 30.3 ผ้าสแปนเด็กซ์ ร้อยละ 24.7 ผ้าไหม ร้อยละ 11.3 ผ้าขนสัตว์ ร้อยละ 1.3 และอื่นๆ คือ ผ้ายีนส์ ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติของเนื้อผ้าที่เลือกซื้อ

คุณสมบัติของเนื้อผ้าที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สวมใส่สบาย ระบายอากาศดี	267	89.0
ผ้านุ่มเนียนสวย	131	43.7
ดูดซับน้ำได้ดี	34	11.3
ทนทาน	137	45.7
ไม่ค่อยยับ อยู่ทรง	151	50.3
สีไม่ตก	142	47.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเนื้อผ้าที่มีคุณสมบัติสวมใส่สบาย ระบายอากาศดี ร้อยละ 89.0 รองลงมา คือ ไม่ค่อยยับ อยู่ทรง ร้อยละ 50.3 สีไม่ตก ร้อยละ 47.3 ทนทาน ร้อยละ 45.7 ผ้านุ่มเนียนสวย ร้อยละ 43.7 และดูดซับน้ำได้ดี ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

เหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
มีรูปแบบใหม่	157	52.3
จัดรายการลดราคา	101	33.7
เกิดความชอบ	187	62.3
ตามอย่างบุคคลที่ชื่นชอบ	19	6.3
ต้องการเป็นที่ยอมรับจากสังคม	48	16.0
เพื่อสวมใส่ทำงาน	138	46.0
เพื่อทดแทนเสื้อผ้าที่มีอยู่แล้ว	92	30.7
เพื่อบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ	96	32.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบ ร้อยละ 62.3 มีรูปแบบใหม่ ร้อยละ 52.3 เพื่อสวมใส่ทำงาน ร้อยละ 46.0 จัดรายการลดราคา ร้อยละ 33.7 เพื่อบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ร้อยละ 32.0 เพื่อทดแทนเสื้อผ้าที่มีอยู่แล้ว ร้อยละ 30.7 ต้องการเป็นที่ยอมรับจากสังคม ร้อยละ 16.0 และตามอย่างบุคคลที่ชื่นชอบ ร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกในครอบครัว	47	15.7
เพื่อน	22	7.3
ดารานักร้อง/นางแบบ	14	4.7
พนักงานขาย	16	5.3
ตนเอง	201	67.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่า ตนเอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากที่สุด ร้อยละ 67.0 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 15.7 เพื่อน ร้อยละ 7.3 พนักงานขาย ร้อยละ 5.3 และดารานักร้อง/นางแบบ ร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	61	20.4
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	85	28.3
1-2 เดือน/ครั้ง	87	29.0
มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง	67	22.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 29.0 รองลงมา คือ 3-4 สัปดาห์/ครั้ง ร้อยละ 28.3 มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 22.3 และ 1-2 สัปดาห์/ครั้ง ร้อยละ 20.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ช่วงเวลาที่ใช้เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์-วันศุกร์	63	21.0
วันเสาร์-วันอาทิตย์	203	67.7
วันหยุดนักขัตฤกษ์	34	11.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมไปเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในช่วงเวลาวันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 67.7 รองลงมา คือ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 21.0 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
แฟงลอย ตลาดนัด	69	23.0
ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป	113	37.7
ตลาดค้าส่ง	11	3.6
ห้างสรรพสินค้า	107	35.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป ร้อยละ 37.7 รองลงมา คือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 35.7 แฟงลอย ตลาดนัด ร้อยละ 23.0 และตลาดค้าส่ง ร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการวางแผนการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

การวางแผนการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
มีการวางแผนการซื้อเสื้อผ้าทุกครั้ง	43	14.3
มีการวางแผนการซื้อเสื้อผ้าบางครั้ง	137	45.7
ไม่เคยวางแผนการซื้อเสื้อผ้า	120	40.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนการซื้อเสื้อผ้าบางครั้ง ร้อยละ 45.7 รองลงมา คือ ไม่เคยวางแผนการซื้อเสื้อผ้า ร้อยละ 40.0 และมีการวางแผนการซื้อเสื้อผ้าทุกครั้ง ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแต่ละครั้ง

จำนวนการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ตัว/ครั้ง	226	75.3
3-4 ตัว/ครั้ง	61	20.3
5-6 ตัว/ครั้ง	9	3.0
มากกว่า 6 ตัว/ครั้ง	4	1.4
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 75.3 รองลงมา คือ 3-4 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 20.3 5-6 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 3.0 และมากกว่า 6 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ

ราคาซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท/ตัว	25	8.3
100-500 บาท/ตัว	177	59.0
501-1,000 บาท/ตัว	67	22.3
1,001-1,500 บาท/ตัว	22	7.4
มากกว่า 1,500 บาท/ตัว	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในราคา 100-500 บาท/ตัว ร้อยละ 59.0 รองลงมา คือ 501-1,000 บาท/ตัว ร้อยละ 22.3 ต่ำกว่า 100 บาท/ตัว ร้อยละ 8.3 1,001-1,500 บาท/ตัว ร้อยละ 7.4 และมากกว่า 1,500 บาท/ตัว ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	74	24.7
500-1,000 บาท	127	42.3
1,001-1,500 บาท	49	16.3
1,501-2,000 บาท	23	7.7
มากกว่า 2,000 บาท	27	9.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาท ร้อยละ 42.3 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 24.7 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 16.3 มากกว่า 2,000 บาท ร้อยละ 9.0 และ 1,501-2,000 บาท ร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารของสื่อฟ้าสำเร็จรูปที่ได้รับ

แหล่งข้อมูลข่าวสารของสื่อฟ้าสำเร็จรูปที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	21	7.0
โทรทัศน์	19	6.3
นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ	57	19.0
เพื่อน	36	12.0
การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน	158	52.7
แคตตาล็อก	9	3.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารของสื่อฟ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน ร้อยละ 52.7 รองลงมา คือ นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ ร้อยละ 19.0 เพื่อน ร้อยละ 12.0 อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 7.0 โทรทัศน์ ร้อยละ 6.3 และแคตตาล็อก ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่สำคัญในการเลือกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป

เหตุผลที่สำคัญในการเลือกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
ตามเพื่อน	11	3.6
ตามเทศกาล	15	5.0
ตามความจำเป็น	96	32.0
ตามโอกาส	116	38.7
ตามแฟชั่น	59	19.7
อื่นๆ (ตามความชอบ)	3	1.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่สำคัญในการเลือกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ ตามโอกาส ร้อยละ 38.7 รองลงมา คือ ตามความจำเป็น ร้อยละ 32.0 ตามแฟชั่น ร้อยละ 19.7 ตามเทศกาล ร้อยละ 5.0 ตามเพื่อน ร้อยละ 3.6 และอื่นๆ คือ ตามความชอบ ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริการที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

การบริการที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
มีบริการให้ลองเสื้อผ้า	170	56.7
รับเปลี่ยนเสื้อผ้า	104	34.7
มีบริการแก้ไขเสื้อผ้า	24	8.0
อื่นๆ (ซัก-รีดเสื้อผ้า)	2	0.6
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้า ร้อยละ 56.7 รองลงมา คือ รับเปลี่ยนเสื้อผ้า ร้อยละ 34.7 มีบริการแก้ไขเสื้อผ้า ร้อยละ 8.0 และอื่นๆ คือ ซัก-รีดเสื้อผ้า ร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	จำนวน	ร้อยละ
หาขนาดพอดีตัวยาก	138	46.0
แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจ	127	42.3
ตะเข็บและเครื่องเกาะเกี่ยวหลุดง่าย	113	37.7
เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีด	119	39.7

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยาก ร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจ ร้อยละ 42.3 เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีด ร้อยละ 39.7 และตะเข็บและเครื่องเกาะเกี่ยวหลุดง่าย ร้อยละ 37.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร (ตาราง 4.22-4.26)

ตารางที่ 4.22 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปล ผล	ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
คุณภาพ ความคงทน	0 (0.0)	0 (0.0)	43 (14.3)	158 (52.7)	99 (33.0)	300 (100.0)	4.19 (มาก)	2
สี สัน รูปแบบสวยงาม	0 (0.0)	3 (1.0)	53 (17.7)	154 (51.3)	90 (30.0)	300 (100.0)	4.10 (มาก)	3
ชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตรา สินค้า	5 (1.7)	23 (7.7)	137 (45.7)	94 (31.3)	41 (13.7)	300 (100.0)	3.50 (มาก)	5
ขนาดที่เหมาะสมกับ ตนเอง	0 (0.0)	2 (0.7)	25 (8.3)	119 (39.7)	154 (51.3)	300 (100.0)	4.42 (มาก)	1
ใช้ได้หลายโอกาส	0 (0.0)	12 (4.0)	59 (19.7)	133 (44.3)	96 (32.0)	300 (100.0)	4.04 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ย						300 (100.0)	4.05 (มาก)	

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

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.05 โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.42 คุณภาพ ความคงทน มีค่าเฉลี่ย 4.19 สี สัน รูปแบบสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.10 ใช้ได้หลายโอกาส มีค่าเฉลี่ย 4.04 และชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปล ผล	ลำดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด	รวม		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ราคาเหมาะสมกับชื่อ ยี่ห้อ/ตราสินค้า	1 (0.3)	11 (3.7)	61 (20.3)	136 (45.3)	91 (30.3)	300 (100.0)	4.02 (มาก)	2
ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	0 (0.0)	4 (1.3)	41 (13.7)	135 (45.0)	120 (40.0)	300 (100.0)	4.24 (มาก)	1
มีป้ายบอกราคาที่ ชัดเจน	2 (0.7)	18 (6.0)	76 (25.3)	123 (41.0)	81 (27.0)	300 (100.0)	3.88 (มาก)	4
ต่อรองราคาได้	2 (0.7)	15 (5.0)	87 (29.0)	97 (32.3)	99 (33.0)	300 (100.0)	3.92 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ย						300 (100.0)	4.02 (มาก)	

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

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.02 โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.02 ต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ย 3.92 และมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.88 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย แปลผล	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ	0 (0.0)	4 (1.3)	58 (19.3)	174 (58.0)	64 (21.3)	300 (100.0)	3.99 (มาก)	1
มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ	0 (0.0)	9 (3.0)	98 (32.7)	147 (49.0)	46 (15.3)	300 (100.0)	3.77 (มาก)	2
มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	1 (0.3)	23 (7.7)	110 (36.7)	138 (46.0)	28 (9.3)	300 (100.0)	3.56 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ย						300 (100.0)	3.77 (มาก)	

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

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.77 โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 3.99 มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.77 และมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ยแปลผล	ลำดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม		
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ		
การบริการของพนักงานขาย	0 (0.0)	7 (2.3)	62 (20.7)	132 (44.0)	99 (33.0)	300 (100.0)	4.08 (มาก)	1
การโฆษณาตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร	7 (2.3)	43 (14.3)	132 (44.0)	92 (30.7)	26 (8.7)	300 (100.0)	3.29 (ปานกลาง)	4
มีส่วนลด/สินค้าลดราคา	2 (0.7)	10 (3.3)	70 (23.3)	111 (37.0)	107 (35.7)	300 (100.0)	4.04 (มาก)	2
มีพนักงานขายแนะนำสินค้า	3 (1.0)	17 (5.7)	94 (31.3)	135 (45.0)	51 (17.0)	300 (100.0)	3.71 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ย						300 (100.0)	3.78 (มาก)	

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

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับ สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.78 โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ การบริการของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4.08 มีส่วนลด/สินค้าลดราคา มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีพนักงานขายแนะนำสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.71 และการโฆษณาตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร มีค่าเฉลี่ย 3.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.05	1	สำคัญมาก
ปัจจัยด้านราคา	4.02	2	สำคัญมาก
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.77	4	สำคัญมาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78	3	สำคัญมาก

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

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ย ให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความสำคัญที่ ระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.05 ปัจจัยด้านราคา มีระดับความสำคัญที่ ระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 4.02 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญที่ ระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.78 และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีระดับความสำคัญที่ ระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.77 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ตาราง 4.27-4.71)

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อและเพศ

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เสื้อยืดคอกลม คอปก	100 (66.7)	86 (57.3)
เสื้อเชิ้ต	89 (59.3)	50 (33.3)
เสื้อแฟชั่น	29 (19.3)	108 (72.0)
กางเกงยีนส์	88 (58.7)	99 (66.0)
กางเกงขาสั้น กางเกงสามส่วน	33 (22.0)	69 (46.0)
กางเกงสแลค กางเกงผ้า	69 (46.0)	36 (24.0)
กระโปรง	0 (0.0)	54 (36.0)
อื่นๆ (เสื้อกล้าม)	0 (0.0)	3 (2.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายเลือกซื้อเสื้อยืดคอกลม คอปกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 ส่วนเพศหญิงเลือกซื้อเสื้อแฟชั่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.0

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ และเพศ

ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ้าฝ้าย (Cotton)	114 (76.0)	123 (82.0)
ผ้าไหม (Silk)	25 (16.7)	9 (6.0)
ผ้าลินิน (Linen)	47 (31.3)	44 (29.3)
ผ้าขนสัตว์ (Wool)	0 (0.0)	4 (2.7)
ผ้าไนลอน (Nylon)	62 (41.3)	58 (38.7)
ผ้าสแปนเด็กซ์ (Spandex)	21 (14.0)	53 (35.3)
อื่นๆ (ผ้ายีนส์)	3 (2.0)	1 (0.7)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.0 ส่วนเพศหญิงเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 82.0

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเพศ

เหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีรูปแบบใหม่	52 (34.7)	105 (70.0)
จัดรายการลดราคา	36 (24.0)	65 (43.3)
เกิดความชอบ	71 (47.3)	116 (77.3)
ตามอย่างบุคคลที่ชื่นชอบ	11 (7.3)	8 (5.3)
ต้องการเป็นที่ยอมรับจากสังคม	33 (22.0)	15 (10.0)
เพื่อสวมใส่ทำงาน	77 (51.3)	61 (40.7)
เพื่อทดแทนเสื้อผ้าที่มีอยู่แล้ว	51 (34.0)	41 (27.3)
เพื่อบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ	57 (38.0)	39 (26.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อสวมใส่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.3 ส่วนเพศหญิงมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.3

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเพศ

ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	13 (8.7)	48 (32.0)
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	42 (28.0)	43 (28.7)
1-2 เดือน/ครั้ง	45 (30.0)	42 (28.0)
มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง	50 (33.3)	17 (11.3)
รวม	150 (100.0)	150 (100.0)

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า 2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 ส่วนเพศหญิงมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.0

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเพศ

สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผงลอย ตลาดนัด	27 (18.0)	42 (28.0)
ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป	56 (37.3)	57 (38.0)
ตลาดค้าส่ง	1 (0.7)	10 (6.7)
ห้างสรรพสินค้า	66 (44.0)	41 (27.3)
รวม	150 (100.0)	150 (100.0)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 ส่วนเพศหญิงเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนและเพศ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ย ต่อเดือน	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต่ำกว่า 500 บาท	34 (22.7)	40 (26.7)
500-1,000 บาท	71 (47.3)	56 (37.3)
1,001-1,500 บาท	25 (16.7)	24 (16.0)
1,501-2,000 บาท	11 (7.3)	12 (8.0)
มากกว่า 2,000 บาท	9 (6.0)	18 (12.0)
รวม	150 (100.0)	150 (100.0)

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3 ส่วนเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 37.3

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ได้รับและเพศ

แหล่งข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ได้รับ	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต	12 (8.0)	9 (6.0)
โทรทัศน์	10 (6.7)	9 (6.0)
นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ	19 (12.7)	38 (25.3)
เพื่อน	20 (13.3)	16 (10.7)
การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน	84 (56.0)	74 (49.3)
แคตตาล็อก	5 (3.3)	4 (2.7)
รวม	150 (100.0)	150 (100.0)

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.0 ส่วนเพศหญิงทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 49.3

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริการที่ทำให้
ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเพศ

การบริการที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีบริการให้ลองเสื้อผ้า	83 (55.3)	87 (58.0)
รับเปลี่ยนเสื้อผ้า	52 (34.7)	52 (34.7)
มีบริการแก้ไขเสื้อผ้า	14 (9.3)	10 (6.6)
อื่นๆ (ซัก-รีดเสื้อผ้า)	1 (0.7)	1 (0.7)
รวม	150 (100.0)	150 (100.0)

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมี
บริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.3 ส่วนเพศหญิงตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมี
บริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 58.0

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและเพศ

ปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หาขนาดพอดีตัวยาก	69 (46.0)	69 (46.0)
แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจ	65 (43.3)	62 (41.3)
ตะเข็บและเครื่องเกาะเกี่ยวหลุดง่าย	52 (34.7)	61 (40.7)
เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีด	61 (40.7)	58 (38.7)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 ส่วนเพศหญิงมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 46.0

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อและอายุ

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูป ที่เลือกซื้อ	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เสื้อยืดคอกลม คอปก	14 (60.9)	21 (70.0)	70 (69.3)	43 (55.1)	32 (58.2)	6 (46.2)
เสื้อเชิ้ต	9 (39.1)	9 (30.0)	37 (36.6)	44 (56.4)	31 (56.4)	9 (69.2)
เสื้อแขนสั้น	10 (43.5)	16 (53.3)	56 (55.4)	35 (44.9)	18 (32.7)	2 (15.4)
กางเกงยีนส์	15 (65.2)	23 (76.7)	74 (73.3)	45 (57.7)	27 (49.1)	3 (23.1)
กางเกงขาสั้น กางเกงสาม ส่วน	9 (39.1)	15 (50.0)	45 (44.6)	23 (29.5)	10 (18.2)	0 (0.0)
กางเกงสแลค กางเกงผ้า	2 (8.7)	8 (26.7)	17 (16.8)	42 (53.8)	26 (47.3)	10 (76.9)
กระโปรง	3 (13.0)	7 (23.3)	20 (19.8)	16 (20.5)	8 (14.5)	0 (0.0)
อื่นๆ (เสื้อกล้าม)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	1 (1.3)	0 (0.0)	1 (7.7)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีเลือกซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.2 อายุ 18-22 ปีเลือกซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.7 อายุ 23-30 ปีเลือกซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.3 อายุ 31-40 ปีเลือกซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.7 อายุ 41-50 ปีเลือกซื้อเสื้อยืดคอกลม คอปกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.2 และอายุ 51-59 ปีเลือกซื้อกางเกงสแลค กางเกงผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.9



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ และอายุ

ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ้าฝ้าย (Cotton)	13 (56.5)	20 (66.7)	84 (83.2)	64 (82.1)	45 (81.8)	11 (84.6)
ผ้าไหม (Silk)	2 (8.7)	1 (3.3)	2 (2.0)	10 (12.8)	10 (18.2)	9 (69.2)
ผ้าลินิน (Linen)	10 (43.5)	11 (36.7)	34 (33.7)	20 (25.6)	13 (23.6)	3 (23.1)
ผ้าขนสัตว์ (Wool)	1 (4.3)	2 (6.7)	0 (0.0)	1 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)
ผ้าไนลอน (Nylon)	11 (47.8)	16 (53.3)	38 (37.6)	33 (42.3)	19 (34.5)	3 (23.1)
ผ้าสแปนเด็กซ์ (Spandex)	1 (4.4)	8 (26.7)	14 (13.9)	29 (37.2)	20 (36.4)	2 (15.4)
อื่นๆ (ผ้ายีนส์)	0 (0.0)	1 (3.3)	1 (1.0)	1 (1.3)	1 (1.8)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 อายุ 18-22 ปีเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 อายุ 23-30 ปีเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.2 อายุ 31-40 ปีเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.1 อายุ 41-50 ปีเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.8 และอายุ 51-59 ปีเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.6

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอายุ

เหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีรูปแบบใหม่	14 (60.9)	19 (63.3)	60 (59.4)	40 (51.3)	21 (38.2)	3 (23.1)
จัดรายการลดราคา	7 (30.4)	7 (23.3)	36 (35.6)	28 (35.9)	22 (40.0)	1 (7.7)
เกิดความชอบ	18 (78.3)	20 (66.7)	74 (73.3)	49 (62.8)	23 (41.8)	3 (23.1)
ตามอย่างบุคคลที่ชื่นชอบ	2 (8.7)	6 (20.0)	5 (5.0)	4 (5.1)	2 (3.6)	0 (0.0)
ต้องการเป็นที่ยอมรับจากสังคม	5 (21.7)	6 (20.0)	10 (9.9)	11 (14.1)	13 (23.6)	3 (23.1)
เพื่อสวมใส่ทำงาน	3 (13.0)	9 (30.0)	46 (45.5)	53 (67.9)	19 (34.5)	8 (61.5)
เพื่อทดแทนเสื้อผ้าที่มีอยู่แล้ว	6 (26.1)	6 (20.0)	39 (38.6)	23 (29.5)	15 (27.3)	3 (23.1)
เพื่อบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ	2 (8.7)	10 (33.3)	24 (23.8)	28 (35.9)	25 (45.5)	7 (53.8)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.3 อายุ 18-22 ปีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 อายุ 23-30 ปีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.3 อายุ 31-40 ปีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อสวมใส่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.9 อายุ 41-50 ปีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 และอายุ 51-59 ปีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อสวมใส่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอายุ

ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	9 (39.1)	5 (16.7)	25 (24.8)	12 (15.4)	10 (18.2)	0 (0.0)
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	2 (8.7)	17 (56.7)	31 (30.7)	24 (30.8)	11 (20.0)	0 (0.0)
1-2 เดือน/ครั้ง	8 (34.8)	4 (13.3)	29 (28.7)	26 (33.3)	15 (27.3)	5 (38.5)
มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง	4 (17.4)	4 (13.3)	16 (15.8)	16 (20.5)	19 (34.5)	8 (61.5)
รวม	23 (100.0)	30 (100.0)	101 (100.0)	78 (100.0)	55 (100.0)	13 (100.0)

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.1 อายุ 18-22 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3-4 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.7 อายุ 23-30 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3-4 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.7 อายุ 31-40 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 อายุ 41-50 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า 2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 และอายุ 51-59 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า 2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอายุ

สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผงลอย ตลาดนัด	10 (43.5)	10 (33.3)	27 (26.7)	15 (19.2)	6 (10.9)	1 (7.7)
ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป	8 (34.8)	14 (46.7)	42 (41.6)	27 (34.6)	15 (27.3)	7 (53.8)
ตลาดค้าส่ง	2 (8.7)	1 (3.3)	4 (4.0)	3 (3.8)	1 (1.8)	0 (0.0)
ห้างสรรพสินค้า	3 (13.0)	5 (16.7)	28 (27.7)	33 (42.4)	33 (60.0)	5 (38.5)
รวม	23 (100.0)	30 (100.0)	101 (100.0)	78 (100.0)	55 (100.0)	13 (100.0)

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากแผงลอย ตลาดนัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 อายุ 18-22 ปีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 อายุ 23-30 ปีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.6 อายุ 31-40 ปีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.4 อายุ 41-50 ปีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 และอายุ 51-59 ปีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนและอายุ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต่ำกว่า 500 บาท	13 (56.5)	7 (23.3)	23 (22.8)	16 (20.5)	13 (23.6)	2 (15.5)
500-1,000 บาท	9 (39.1)	19 (63.3)	46 (45.5)	31 (39.7)	19 (34.5)	3 (23.0)
1,001-1,500 บาท	1 (4.4)	3 (10.0)	18 (17.8)	16 (20.5)	8 (14.5)	3 (23.0)
1,501-2,000 บาท	0 (0.0)	1 (3.4)	8 (7.9)	7 (9.0)	4 (7.3)	3 (23.0)
มากกว่า 2,000 บาท	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (6.0)	8 (10.3)	11 (20.1)	2 (15.5)
รวม	23 (100.0)	30 (100.0)	101 (100.0)	78 (100.0)	55 (100.0)	13 (100.0)

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 อายุ 18-22 ปีมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.3 อายุ 23-30 ปีมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 อายุ 31-40 ปีมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.7 อายุ 41-50 ปีมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 และอายุ 51-59 ปีมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาท 1,001-1,500 บาทและ 1,501-2,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.0

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารของสื่อฟ้าสำเร็จรูปที่ได้รับและอายุ

แหล่งข้อมูลข่าวสารของสื่อฟ้าสำเร็จรูปที่ได้รับ	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต	5 (21.7)	3 (10.0)	7 (6.9)	3 (3.8)	3 (5.5)	0 (0.0)
โทรทัศน์	0 (0.0)	5 (16.7)	6 (5.9)	5 (6.4)	1 (1.8)	2 (15.4)
นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ	5 (21.7)	4 (13.3)	25 (24.8)	11 (14.1)	9 (16.4)	3 (23.1)
เพื่อน	8 (34.9)	7 (23.3)	10 (9.9)	7 (9.0)	4 (7.3)	0 (0.0)
การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน	5 (21.7)	11 (36.7)	50 (49.5)	50 (64.1)	35 (63.6)	7 (53.8)
แคตตาล็อก	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (3.0)	2 (2.6)	3 (5.4)	1 (7.7)
รวม	23 (100.0)	30 (100.0)	101 (100.0)	78 (100.0)	55 (100.0)	13 (100.0)

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีทราบข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.9 อายุ 18-22 ปีทราบข้อมูลข่าวสารจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.7 อายุ 23-30 ปีทราบข้อมูลข่าวสารจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.5 อายุ 31-40 ปีทราบข้อมูลข่าวสารจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.1 อายุ 41-50 ปีทราบข้อมูลข่าวสารจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6 และอายุ 51-59 ปีทราบข้อมูลข่าวสารจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริการที่ทำให้
ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอายุ

การบริการที่ทำให้ตัดสินใจ ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีบริการให้ลองเสื้อผ้า	12 (52.2)	13 (43.3)	56 (55.4)	50 (64.1)	32 (58.2)	7 (53.8)
รับเปลี่ยนเสื้อผ้า	10 (43.5)	15 (50.0)	37 (36.6)	20 (25.6)	18 (32.7)	4 (30.8)
มีบริการแก้ไขเสื้อผ้า	1 (4.3)	2 (6.7)	7 (7.1)	8 (10.3)	4 (7.3)	2 (15.4)
อื่นๆ (ซัก-รีดเสื้อผ้า)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.9)	0 (0.0)	1 (1.8)	0 (0.0)
รวม	23 (100.0)	30 (100.0)	101 (100.0)	78 (100.0)	55 (100.0)	13 (100.0)

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป
เมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 อายุ 18-22 ปีตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป
เมื่อมีรับเปลี่ยนเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 อายุ 23-30 ปีตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมี
บริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.4 อายุ 31-40 ปีตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมี
บริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.1 อายุ 41-50 ปีตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมี
บริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.2 และอายุ 51-59 ปีตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อ
มีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.8

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอายุ

ปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หาขนาดพอดีตัวยาก	13 (56.5)	14 (46.7)	39 (38.6)	37 (47.4)	29 (52.7)	6 (46.2)
แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจ	10 (43.5)	13 (43.3)	44 (43.6)	29 (37.2)	25 (45.5)	6 (46.2)
ตะเข็บและเครื่องเกาะเกี่ยวหลุดง่าย	5 (21.7)	11 (36.7)	47 (46.5)	29 (37.2)	17 (30.9)	4 (30.8)
เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีด	7 (30.4)	13 (43.3)	49 (48.5)	29 (37.2)	15 (27.3)	6 (46.2)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 อายุ 18-22 ปีมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 อายุ 23-30 ปีมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 อายุ 31-40 ปีมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 อายุ 41-50 ปีมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.7 และอายุ 51-59 ปีมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยาก แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจและเสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.2

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเสื้อผ้า สำเร็จรูปที่เลือกซื้อและระดับการศึกษา

ประเภทของเสื้อผ้า สำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เสื้อยืดคอกลม คอปก	24 (70.6)	30 (55.6)	23 (71.9)	77 (57.5)	32 (69.6)
เสื้อเชิ้ต	11 (32.4)	18 (33.3)	15 (46.9)	68 (50.7)	27 (58.7)
เสื้อแฟชั่น	7 (20.6)	31 (57.4)	9 (28.1)	68 (50.7)	22 (47.8)
กางเกงยีนส์	23 (67.6)	34 (63.0)	19 (59.4)	80 (59.7)	31 (67.4)
กางเกงขาสั้น กางเกง สามส่วน	9 (26.5)	24 (44.4)	11 (34.4)	43 (32.1)	15 (32.6)
กางเกงสแลค กางเกง ผ้า	9 (26.5)	9 (16.7)	8 (25.0)	54 (40.3)	25 (54.3)
กระโปรง	4 (11.8)	4 (7.4)	2 (6.3)	34 (25.4)	10 (21.7)
อื่นๆ (เลือกถาม)	1 (2.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.5)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายเลือกซื้อเสื้อยืดคอกลม คอปกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.6 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.เลือกซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0 ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.เลือกซื้อเสื้อยืดคอกลม คอปกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.9 ระดับการศึกษาปริญญาตรีเลือกซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.7 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเลือกซื้อเสื้อยืดคอกลม คอปกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ และระดับการศึกษา

ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ้าฝ้าย (Cotton)	22 (64.7)	34 (63.0)	26 (81.3)	112 (83.6)	43 (93.5)
ผ้าไหม (Silk)	3 (8.8)	4 (7.4)	4 (12.5)	15 (11.2)	8 (17.4)
ผ้าลินิน (Linen)	6 (17.6)	22 (40.7)	6 (18.8)	43 (32.1)	14 (30.4)
ผ้าขนสัตว์ (Wool)	0 (0.0)	4 (7.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ผ้าไนลอน (Nylon)	16 (47.1)	26 (48.1)	13 (40.6)	49 (36.6)	16 (34.8)
ผ้าสแปนเด็กซ์ (Spandex)	3 (8.8)	7 (13.0)	1 (3.1)	45 (33.6)	18 (39.1)
อื่นๆ (ผ้ายีนส์)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (6.3)	1 (0.7)	1 (2.2)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาดำรงต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.7 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. เลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0 ระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. เลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรีเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.6 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.5

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและระดับการศึกษา

เหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีรูปแบบใหม่	12 (35.5)	37 (68.5)	14 (43.8)	76 (56.7)	18 (39.1)
จัดรายการลดราคา	14 (41.2)	12 (22.2)	11 (34.4)	44 (32.8)	20 (43.5)
เกิดความชอบ	21 (61.8)	35 (64.8)	19 (59.4)	87 (64.9)	25 (54.3)
ตามอย่างบุคคลที่ชื่นชอบ	2 (5.9)	9 (16.7)	0 (0.0)	6 (4.5)	2 (4.3)
ต้องการเป็นที่ยอมรับจากสังคม	3 (8.8)	8 (14.8)	4 (12.5)	20 (14.9)	13 (28.3)
เพื่อสวมใส่ทำงาน	14 (41.2)	11 (20.4)	16 (50.0)	72 (53.7)	25 (54.3)
เพื่อทดแทนเสื้อผ้าที่มีอยู่แล้ว	8 (23.5)	8 (14.8)	15 (46.9)	45 (33.6)	16 (34.8)
เพื่อนุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ	7 (20.6)	9 (16.7)	5 (15.6)	54 (40.3)	21 (45.7)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.8 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ มีรูปแบบใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.5 ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.มีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.9 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบและเพื่อสวมใส่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและระดับการศึกษา

ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	7 (20.6)	14 (25.9)	5 (15.6)	28 (20.9)	7 (15.2)
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	6 (17.6)	18 (33.3)	7 (21.9)	44 (32.8)	10 (21.7)
1-2 เดือน/ครั้ง	11 (32.4)	12 (22.2)	12 (37.5)	41 (30.6)	11 (23.9)
มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง	10 (29.4)	10 (18.6)	8 (25.0)	21 (15.7)	18 (39.2)
รวม	34 (100.0)	54 (100.0)	32 (100.0)	134 (100.0)	46 (100.0)

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาดำรงว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.4 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3-4 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 ระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส.มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3-4 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.8 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า 2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.2

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและระดับการศึกษา

สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผงลอย ตลาดนัด	21 (61.8)	18 (33.3)	8 (25.0)	17 (12.7)	5 (10.9)
ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป	13 (38.2)	24 (44.4)	20 (62.5)	47 (35.0)	9 (19.6)
ตลาดค้าส่ง	0 (0.0)	2 (3.7)	1 (3.1)	8 (6.0)	0 (0.0)
ห้างสรรพสินค้า	0 (0.0)	10 (18.6)	3 (9.4)	62 (46.3)	32 (69.5)
รวม	34 (100.0)	54 (100.0)	32 (100.0)	134 (100.0)	46 (100.0)

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาดำรงว่ามัธยมศึกษาตอนปลายเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากแผงลอย ตลาดนัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.8 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 ระดับการศึกษานอนปริญญา/ปวส.เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.3 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.5

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนและระดับการศึกษา

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต่ำกว่า 500 บาท	24 (70.6)	20 (37.0)	12 (37.5)	16 (11.9)	2 (4.3)
500-1,000 บาท	9 (26.5)	30 (55.6)	18 (56.3)	57 (42.5)	13 (28.3)
1,001-1,500 บาท	1 (2.9)	3 (5.5)	2 (6.2)	32 (23.9)	11 (23.9)
1,501-2,000 บาท	0 (0.0)	1 (1.9)	0 (0.0)	15 (11.2)	7 (15.2)
มากกว่า 2,000 บาท	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (10.5)	13 (28.3)
รวม	34 (100.0)	54 (100.0)	32 (100.0)	134 (100.0)	46 (100.0)

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.6 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 ระดับการศึกษอนุปริญญา/ปวส.มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทและมากกว่า 2,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.3

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารของสื่อฟ้าสำเร็จรูปที่ได้รับและระดับการศึกษา

แหล่งข้อมูลข่าวสาร ของสื่อฟ้าสำเร็จรูปที่ ได้รับ	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต	2 (5.9)	7 (13.0)	2 (6.3)	10 (7.5)	0 (0.0)
โทรทัศน์	0 (0.0)	7 (13.0)	1 (3.1)	9 (6.7)	2 (4.3)
นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ	6 (17.6)	3 (5.6)	3 (9.4)	34 (25.4)	11 (23.9)
เพื่อน	7 (20.6)	12 (22.2)	8 (25.0)	8 (6.0)	1 (2.3)
การจัดวาง การตก แตงหน้าร้าน	17 (50.0)	22 (40.6)	17 (53.1)	73 (54.4)	29 (63.0)
แคตตาล็อก	2 (5.9)	3 (5.6)	1 (3.1)	0 (0.0)	3 (6.5)
รวม	34 (100.0)	54 (100.0)	32 (100.0)	134 (100.0)	46 (100.0)

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.6 ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.ทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.1 ระดับการศึกษาปริญญาตรีทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.4 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริการที่ทำให้ ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและระดับการศึกษา

การบริการที่ทำให้ ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีบริการให้ลอง เสื้อผ้า	14 (41.2)	21 (38.9)	11 (34.4)	89 (66.4)	35 (76.1)
รับเปลี่ยนเสื้อผ้า	16 (47.1)	29 (53.7)	19 (59.4)	33 (24.6)	7 (15.2)
มีบริการแก้ไขเสื้อผ้า	4 (11.7)	4 (7.4)	2 (6.2)	11 (8.2)	3 (6.5)
อื่นๆ (ซัก-รีดเสื้อผ้า)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.8)	1 (2.2)
รวม	34 (100.0)	54 (100.0)	32 (100.0)	134 (100.0)	46 (100.0)

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาดำรงต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีการรับเปลี่ยนเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.1 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีการรับเปลี่ยนเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.7 ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีการรับเปลี่ยนเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.4 ระดับการศึกษาปริญญาตรีตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.4 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.1

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและระดับการศึกษา

ปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หาขนาดพอดีตัวยาก	11 (32.4)	24 (44.4)	18 (56.3)	62 (46.3)	23 (50.0)
แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจ	14 (41.2)	26 (48.1)	17 (53.1)	55 (41.0)	15 (32.6)
ตะเข็บและเครื่องเกาะเกี่ยวหลุดง่าย	12 (35.3)	17 (31.5)	21 (65.6)	50 (37.3)	13 (28.3)
เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีด	12 (35.3)	19 (35.2)	10 (31.3)	65 (48.5)	13 (28.3)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.2 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 ระดับการศึกษานอนปริญญา/ปวส.มีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ ตะเข็บและเครื่องเกาะเกี่ยวหลุดง่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.6 ระดับการศึกษานอนปริญญาตรีมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อและอาชีพ

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เสื้อยืดคอกลม คอปก	17 (63.0)	115 (68.0)	16 (44.4)	38 (55.9)
เสื้อเชิ้ต	14 (51.9)	65 (38.5)	27 (75.0)	33 (48.5)
เสื้อแฟชั่น	13 (48.1)	89 (52.7)	9 (25.0)	26 (38.2)
กางเกงยีนส์	20 (74.1)	114 (67.5)	12 (33.3)	41 (60.3)
กางเกงขาสั้น กางเกง สามส่วน	14 (51.9)	63 (37.3)	6 (16.7)	19 (27.9)
กางเกงสแลค กางเกง ผ้า	6 (22.2)	49 (29.0)	25 (69.4)	25 (36.8)
กระโปรง	6 (22.2)	35 (20.7)	8 (22.2)	5 (7.4)
อื่นๆ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	0 (0.0)	2 (1.2)	0 (0.0)	1 (1.5)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเลือกซื้อ
กางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.1 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างเลือกซื้อเสื้อยืดคอกลม คอ
ปกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.0 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตมากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 75.0 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวเลือกซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
60.3



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ และอาชีพ

ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ้าฝ้าย (Cotton)	21 (77.8)	129 (76.3)	32 (88.9)	55 (80.9)
ผ้าไหม (Silk)	2 (7.4)	6 (3.6)	16 (44.4)	10 (14.7)
ผ้าลินิน (Linen)	11 (40.7)	50 (29.6)	12 (33.3)	18 (26.5)
ผ้าขนสัตว์ (Wool)	2 (7.4)	2 (1.2)	0 (0.0)	0 (0.0)
ผ้าไนลอน (Nylon)	11 (40.7)	75 (44.4)	14 (38.9)	20 (29.4)
ผ้าสแปนเด็กซ์ (Spandex)	3 (11.1)	46 (27.2)	9 (25.0)	16 (23.5)
อื่นๆ (ผ้ายีนส์)	0 (0.0)	4 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.8 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.3 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.9 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.9

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอาชีพ

เหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีรูปแบบใหม่	18 (66.7)	95 (56.2)	14 (38.9)	30 (44.1)
จัดรายการลดราคา	6 (22.2)	66 (39.1)	13 (36.1)	16 (23.5)
เกิดความชอบ	22 (81.5)	111 (65.7)	14 (38.9)	40 (58.8)
ตามอย่างบุคคลที่ชื่นชอบ	3 (11.1)	13 (7.7)	1 (2.8)	2 (2.9)
ต้องการเป็นที่ยอมรับ จากสังคม	8 (29.6)	16 (9.5)	13 (36.1)	11 (16.2)
เพื่อสวมใส่ทำงาน	5 (18.5)	84 (49.7)	22 (61.1)	27 (39.7)
เพื่อทดแทนเสื้อผ้าที่ มืออยู่แล้ว	8 (29.6)	49 (29.0)	9 (25.0)	26 (38.2)
เพื่อบุคลิกภาพที่ น่าเชื่อถือ	5 (18.5)	50 (29.6)	18 (50.0)	23 (33.8)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.5 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.7 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อสวมใส่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.1 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอาชีพ

ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อาชีพ			
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	9 (33.3)	31 (18.3)	7 (19.4)	14 (20.6)
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	8 (29.6)	51 (30.2)	9 (25.0)	17 (25.0)
1-2 เดือน/ครั้ง	6 (22.2)	55 (32.6)	11 (30.6)	15 (22.1)
มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง	4 (14.9)	32 (18.9)	9 (25.0)	22 (32.3)
รวม	27 (100.0)	169 (100.0)	36 (100.0)	68 (100.0)

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.6 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.6 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า 2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.3

ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอาชีพ

สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผงลอย ตลาดนัด	11 (40.8)	42 (24.9)	4 (11.1)	12 (17.6)
ร้านจำหน่ายเสื้อผ้า ทั่วไป	12 (44.4)	63 (37.3)	15 (41.7)	23 (33.8)
ตลาดค้าส่ง	1 (3.7)	8 (4.7)	1 (2.8)	1 (1.5)
ห้างสรรพสินค้า	3 (11.1)	56 (33.1)	16 (44.4)	32 (47.1)
รวม	27 (100.0)	169 (100.0)	36 (100.0)	68 (100.0)

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.3 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.1

ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน	อาชีพ			
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต่ำกว่า 500 บาท	13 (48.2)	43 (25.4)	5 (13.9)	13 (19.1)
500-1,000 บาท	11 (40.7)	75 (44.4)	16 (44.4)	25 (36.8)
1,001-1,500 บาท	2 (7.4)	26 (15.4)	10 (27.8)	11 (16.2)
1,501-2,000 บาท	1 (3.7)	14 (8.3)	1 (2.8)	7 (10.3)
มากกว่า 2,000 บาท	0 (0.0)	11 (6.5)	4 (11.1)	12 (17.6)
รวม	27 (100.0)	169 (100.0)	36 (100.0)	68 (100.0)

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.2 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.8

ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ได้รับและอาชีพ

แหล่งข้อมูลข่าวสาร ของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ ได้รับ	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต	6 (22.2)	12 (7.1)	1 (2.8)	2 (2.9)
โทรทัศน์	1 (3.7)	12 (7.1)	2 (5.6)	4 (5.9)
นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ	6 (22.2)	27 (15.9)	6 (16.7)	18 (26.5)
เพื่อน	8 (29.7)	25 (14.8)	0 (0.0)	3 (4.4)
การจัดวาง การตก แต่งหน้าร้าน	6 (22.2)	89 (52.7)	23 (63.8)	40 (58.8)
แคตตาล็อก	0 (0.0)	4 (2.4)	4 (11.1)	1 (1.5)
รวม	27 (100.0)	169 (100.0)	36 (100.0)	68 (100.0)

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากเพื่อนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.7 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.7 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.8 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.8

ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริการที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอาชีพ

การบริการที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อาชีพ			
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีบริการให้ลองเสื้อผ้า	17 (63.0)	88 (52.1)	19 (52.8)	46 (67.6)
รับเปลี่ยนเสื้อผ้า	9 (33.3)	68 (40.2)	12 (33.3)	15 (22.1)
มีบริการแก้ไขเสื้อผ้า	1 (3.7)	12 (7.1)	5 (13.9)	6 (8.8)
อื่นๆ (ซัก-รีดเสื้อผ้า)	0 (0.0)	1 (0.6)	0 (0.0)	1 (1.5)
รวม	27 (100.0)	169 (100.0)	36 (100.0)	68 (100.0)

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.1 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.8 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.6

ตารางที่ 4.62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและอาชีพ

ปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อาชีพ			
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หาขนาดพอดีตัวยาก	14 (51.9)	80 (47.3)	18 (50.0)	26 (38.2)
แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจ	12 (44.4)	72 (42.6)	15 (41.7)	28 (41.2)
ตะเข็บและเครื่องเกาะเกี่ยวหลุดง่าย	7 (25.9)	66 (39.1)	15 (41.7)	25 (36.8)
เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีด	9 (33.3)	66 (39.1)	16 (44.4)	28 (41.2)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.9 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.3 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจและเสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.2

ตารางที่ 4.63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
เสื้อยืดคอกลม คอปก	26 (57.8)	59 (72.0)	29 (53.7)	21 (52.5)	51 (64.6)
เสื้อเชิ้ต	16 (35.6)	26 (31.7)	31 (57.4)	24 (60.0)	42 (53.2)
เสื้อแฟชั่น	19 (42.2)	36 (43.9)	24 (44.4)	17 (42.5)	41 (51.9)
กางเกงยีนส์	29 (64.4)	51 (62.2)	31 (57.4)	24 (60.0)	52 (65.8)
กางเกงขาสั้น กางเกง สามส่วน	17 (37.8)	31 (37.8)	25 (46.3)	13 (32.5)	16 (20.3)
กางเกงสแลค กางเกง ผ้า	6 (13.3)	11 (13.4)	22 (40.7)	23 (57.5)	43 (54.4)
กระโปรง	6 (13.3)	11 (13.4)	11 (20.4)	8 (20.0)	18 (22.8)
อื่นๆ (เสื้อกล้าม)	0 (0.0)	1 (1.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.5)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทเลือกซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทเลือกซื้อเสื้อยืดคอกกลม คอปกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตและกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตและกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปเลือกซื้อกางเกงยีนส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ผ้าฝ้าย (Cotton)	30 (66.7)	57 (69.5)	48 (88.9)	35 (87.5)	67 (84.8)
ผ้าไหม (Silk)	2 (4.4)	2 (2.4)	7 (13.0)	10 (25.0)	13 (16.5)
ผ้าลินิน (Linen)	16 (35.6)	22 (26.8)	18 (33.3)	12 (30.0)	23 (29.1)
ผ้าขนสัตว์ (Wool)	2 (4.4)	1 (1.2)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)
ผ้าไนลอน (Nylon)	20 (44.4)	34 (41.5)	25 (46.3)	15 (37.5)	26 (33.0)
ผ้าสแปนเด็กซ์ (Spandex)	1 (2.2)	13 (15.9)	9 (16.7)	11 (27.5)	40 (50.6)
อื่นๆ (ผ้ายีนส์)	0 (0.0)	2 (2.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (2.5)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปเลือกซื้อผ้าฝ้ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีรูปแบบใหม่	28 (62.2)	42 (51.2)	27 (50.0)	17 (42.5)	43 (54.4)
จัดรายการลดราคา	11 (24.4)	33 (40.2)	14 (25.9)	12 (30.0)	31 (39.2)
เกิดความชอบ	35 (77.8)	54 (65.9)	31 (57.4)	20 (50.0)	47 (59.5)
ตามอย่างบุคคลที่ชื่นชอบ	5 (11.1)	6 (7.3)	2 (3.7)	4 (10.0)	2 (2.5)
ต้องการเป็นที่ยอมรับจากสังคม	8 (17.8)	8 (9.8)	7 (13.0)	5 (12.5)	20 (25.3)
เพื่อสวมใส่ทำงาน	10 (22.2)	28 (34.1)	33 (61.1)	25 (62.5)	42 (53.2)
เพื่อทดแทนเสื้อผ้าที่มีอยู่แล้ว	10 (22.2)	20 (24.4)	20 (37.0)	15 (37.5)	27 (34.2)
เพื่อบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ	4 (8.9)	22 (26.8)	14 (25.9)	18 (45.0)	38 (48.1)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ มีรูปแบบใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อสวมใส่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อสวมใส่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.5

ตารางที่ 4.66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	16 (35.6)	12 (14.6)	10 (18.5)	4 (10.0)	19 (24.1)
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	12 (26.7)	31 (37.8)	13 (24.1)	14 (35.0)	15 (19.0)
1-2 เดือน/ครั้ง	12 (26.7)	25 (30.5)	19 (35.2)	12 (30.0)	19 (24.1)
มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง	5 (11.0)	14 (17.1)	12 (22.2)	10 (25.0)	26 (32.8)
รวม	45 (100.0)	82 (100.0)	54 (100.0)	40 (100.0)	79 (100.0)

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3-4 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3-4 สัปดาห์/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า 2 เดือน/ครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.8

ตารางที่ 4.67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
แผงลอย ตลาดนัด	23 (51.1)	29 (35.4)	9 (16.7)	6 (15.0)	2 (2.5)
ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป	16 (35.6)	37 (45.1)	27 (50.0)	14 (35.0)	19 (24.1)
ตลาดค้าส่ง	2 (4.4)	3 (3.7)	1 (1.8)	2 (5.0)	3 (3.8)
ห้างสรรพสินค้า	4 (8.9)	13 (15.8)	17 (31.5)	18 (45.0)	55 (69.6)
รวม	45 (100.0)	82 (100.0)	54 (100.0)	40 (100.0)	79 (100.0)

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากแผงลอย ตลาดนัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.6

ตารางที่ 4.68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
ต่ำกว่า 500 บาท	27 (60.0)	27 (32.9)	10 (18.5)	5 (12.5)	5 (6.3)
500-1,000 บาท	16 (35.6)	44 (53.7)	31 (57.4)	19 (47.5)	17 (21.5)
1,001-1,500 บาท	2 (4.4)	9 (11.0)	7 (13.0)	8 (20.0)	23 (29.2)
1,501-2,000 บาท	0 (0.0)	1 (1.2)	4 (7.4)	6 (15.0)	12 (15.2)
มากกว่า 2,000 บาท	0 (0.0)	1 (1.2)	2 (3.7)	2 (5.0)	22 (27.8)
รวม	45 (100.0)	82 (100.0)	54 (100.0)	40 (100.0)	79 (100.0)

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1,001-1,500 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.2

ตารางที่ 4.69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารของสื่อฟ้าสำเร็จรูปที่ได้รับและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แหล่งข้อมูลข่าวสาร ของสื่อฟ้าสำเร็จรูปที่ ได้รับ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
อินเทอร์เน็ต	9 (20.0)	6 (7.3)	1 (1.9)	3 (7.5)	2 (2.5)
โทรทัศน์	2 (4.4)	3 (3.7)	2 (3.7)	5 (12.5)	7 (8.9)
นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ	9 (20.0)	10 (12.2)	13 (24.1)	9 (22.5)	16 (20.3)
เพื่อน	10 (22.2)	18 (22.0)	4 (7.4)	1 (2.5)	3 (3.8)
การจัดวาง การตก แต่งหน้าร้าน	14 (31.1)	41 (50.0)	34 (62.9)	20 (50.0)	49 (62.0)
แคตตาล็อก	1 (2.3)	4 (4.8)	0 (0.0)	2 (5.0)	2 (2.5)
รวม	45 (100.0)	82 (100.0)	54 (100.0)	40 (100.0)	79 (100.0)

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาททราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาททราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาททราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาททราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.0

ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการบริการที่ทำให้
ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การบริการที่ทำให้ ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีบริการให้ลองเสื้อผ้า	22 (48.9)	32 (39.0)	31 (57.4)	25 (62.5)	60 (76.0)
รับเปลี่ยนเสื้อผ้า	21 (46.7)	44 (53.7)	16 (29.6)	10 (25.0)	13 (16.5)
มีบริการแก้ไขเสื้อผ้า	2 (4.4)	6 (7.3)	6 (11.1)	5 (12.5)	5 (6.3)
อื่นๆ (ซัก-รีดเสื้อผ้า)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.9)	0 (0.0)	1 (1.2)
รวม	45 (100.0)	82 (100.0)	54 (100.0)	40 (100.0)	79 (100.0)

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการรับเปลี่ยนเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.0

ตารางที่ 4.71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
หาขนาดพอดีตัวยาก	20 (44.4)	37 (45.1)	23 (42.6)	18 (45.0)	40 (50.6)
แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจ	20 (44.4)	39 (47.6)	23 (42.6)	15 (37.5)	30 (38.0)
ตะเข็บและเครื่องเกาะเกี่ยวหลุดง่าย	14 (31.1)	36 (44.0)	24 (44.4)	15 (37.5)	24 (30.4)
เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีด	14 (31.1)	30 (36.6)	25 (46.3)	22 (55.0)	28 (35.4)

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 ราย

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากและแบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยากมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.6

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ตาราง 4.72-4.91)

ตารางที่ 4.72 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพ ความคงทน	4.26 (มาก)	4.11 (มาก)
สี สัน รูปแบบสวยงาม	3.97 (มาก)	4.23 (มาก)
ชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตราสินค้า	3.64 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
ขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง	4.42 (มาก)	4.41 (มาก)
ใช้ได้หลายโอกาส	3.95 (มาก)	4.14 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา คือ สี สัน รูปแบบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ตารางที่ 4.73 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.21 (มาก)	4.27 (มาก)
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.95 (มาก)	3.81 (มาก)
ต่อรองราคาได้	3.87 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 4.74 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ	3.74 (มาก)	3.79 (มาก)
มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	3.54 (มาก)	3.59 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ตารางที่ 4.75 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการของพนักงานขาย	4.03 (มาก)	4.12 (มาก)
การโฆษณาตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร	3.28 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)
มีส่วนลด/สินค้าลดราคา	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำสินค้า	3.75 (มาก)	3.68 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิงให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 4.76 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพ ความคงทน	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.14 (มาก)	4.24 (มาก)	4.31 (มาก)	4.46 (มาก)
สี สัน รูปแบบสวยงาม	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)	4.11 (มาก)	4.23 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)
ชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตราสินค้า	3.48 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.30 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.54 (มาก)
ขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง	4.13 (มาก)	4.40 (มาก)	4.34 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.47 (มาก)	4.31 (มาก)
ใช้ได้หลายโอกาส	3.74 (มาก)	4.10 (มาก)	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)	4.15 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)	4.09 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปี ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-22 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา คือ ใช้ได้หลายโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 23-30 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-40 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41-50 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51-59 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความคงทนเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมา คือ ขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ตารางที่ 4.77 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับชื่อเสียง/ตราสินค้า	3.83 (มาก)	3.70 (มาก)	4.01 (มาก)	4.05 (มาก)	4.31 (มาก)	3.69 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.87 (มาก)	4.07 (มาก)	4.23 (มาก)	4.31 (มาก)	4.40 (มาก)	4.23 (มาก)
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.74 (มาก)	4.13 (มาก)	3.72 (มาก)	4.01 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)
ต่อรองราคาได้	3.70 (มาก)	4.23 (มาก)	3.94 (มาก)	3.87 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.79 (มาก)	4.03 (มาก)	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	3.98 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.77 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อเสียง/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-22 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยให้ความสำคัญกับการต่อรองราคาได้เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 23-30 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อเสียง/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-40 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41-50 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51-59 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจนและต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 4.78 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ	3.87 (มาก)	4.03 (มาก)	3.97 (มาก)	4.03 (มาก)	4.05 (มาก)	3.85 (มาก)
มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ	3.52 (มาก)	3.97 (มาก)	3.77 (มาก)	3.74 (มาก)	3.82 (มาก)	3.62 (มาก)
มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	3.43 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.60 (มาก)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.61 (มาก)	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)	3.75 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-22 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 23-30 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-40 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41-50 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51-59 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา คือ มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.77)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.79 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการของพนักงานขาย	4.04 (มาก)	4.20 (มาก)	3.97 (มาก)	4.18 (มาก)	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)
การโฆษณาตามสื่อโทรทัศน์ นิตยสาร	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีส่วนลด/สินค้าลดราคา	3.74 (มาก)	4.10 (มาก)	3.99 (มาก)	4.12 (มาก)	4.13 (มาก)	3.92 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำสินค้า	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)	3.60 (มาก)	3.81 (มาก)	3.69 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.77 (มาก)	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)	3.86 (มาก)	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.79 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุต่ำกว่า 18 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคาและมีพนักงานขายแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-22 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 23-30 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยให้ความสำคัญกับมีส่วนลด/สินค้าลดราคาเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31-40 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41-50 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยให้ความสำคัญกับมีส่วนลด/สินค้าลดราคาเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51-59 ปีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคาและมีพนักงานขายแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ตารางที่ 4.80 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพ ความคงทน	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	4.28 (มาก)	4.16 (มาก)	4.37 (มาก)
สี สัน รูปแบบสวยงาม	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)
ชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตรา สินค้า	3.41 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
ขนาดที่เหมาะสมกับ ตนเอง	4.15 (มาก)	4.20 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)
ใช้ได้หลายโอกาส	3.88 (มาก)	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)	3.97 (มาก)	4.13 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.88 (มาก)	3.98 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	4.20 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.80 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความคงทนและขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา คือ ใช้ได้หลายโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา คือ ใช้ได้หลายโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมา คือ สี สัน รูปแบบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.37)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.81 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับชื่อ ยี่ห้อ/ตราสินค้า	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ	4.06 (มาก)	4.15 (มาก)	4.16 (มาก)	4.23 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)
มีป้ายบอกราคาที่ ชัดเจน	3.82 (มาก)	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	3.83 (มาก)	3.76 (มาก)
ต่อรองราคาได้	3.97 (มาก)	4.33 (มาก)	4.22 (มาก)	3.77 (มาก)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.93 (มาก)	4.15 (มาก)	4.06 (มาก)	3.97 (มาก)	4.02 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.81 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา คือ ต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยให้ความสำคัญกับต่อรองราคาได้เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยให้ความสำคัญกับต่อรองราคาได้เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อเสียง/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อเสียง/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 4.82 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	3.87 (มาก)	3.99 (มาก)	4.22 (มาก)
มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ	3.76 (มาก)	3.80 (มาก)	3.66 (มาก)	3.75 (มาก)	3.87 (มาก)
มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	3.65 (มาก)	3.76 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.74 (มาก)	3.91 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.82 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่าย

สะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a serif font along the bottom inner edge of the circle. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.83 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการของพนักงานขาย	4.21 (มาก)	4.00 (มาก)	4.31 (มาก)	3.98 (มาก)	4.20 (มาก)
การโฆษณาตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร	3.41 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
มีส่วนลด/สินค้าลดราคา	3.94 (มาก)	4.17 (มาก)	4.25 (มาก)	3.92 (มาก)	4.15 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำสินค้า	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.81 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.86 (มาก)	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)	3.68 (มาก)	3.80 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.83 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยให้ความสำคัญกับมีส่วนลด/สินค้าลดราคาเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.25)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.15)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.84 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพ ความคงทน	4.04 (มาก)	4.17 (มาก)	4.33 (มาก)	4.21 (มาก)
สีสันทัน รูปแบบสวยงาม	4.04 (มาก)	4.12 (มาก)	4.11 (มาก)	4.09 (มาก)
ชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตรา สินค้า	3.67 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
ขนาดที่เหมาะสมกับ ตนเอง	4.30 (มาก)	4.42 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)
ใช้ได้หลายโอกาส	3.96 (มาก)	4.07 (มาก)	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	4.11 (มาก)	4.05 (มาก)

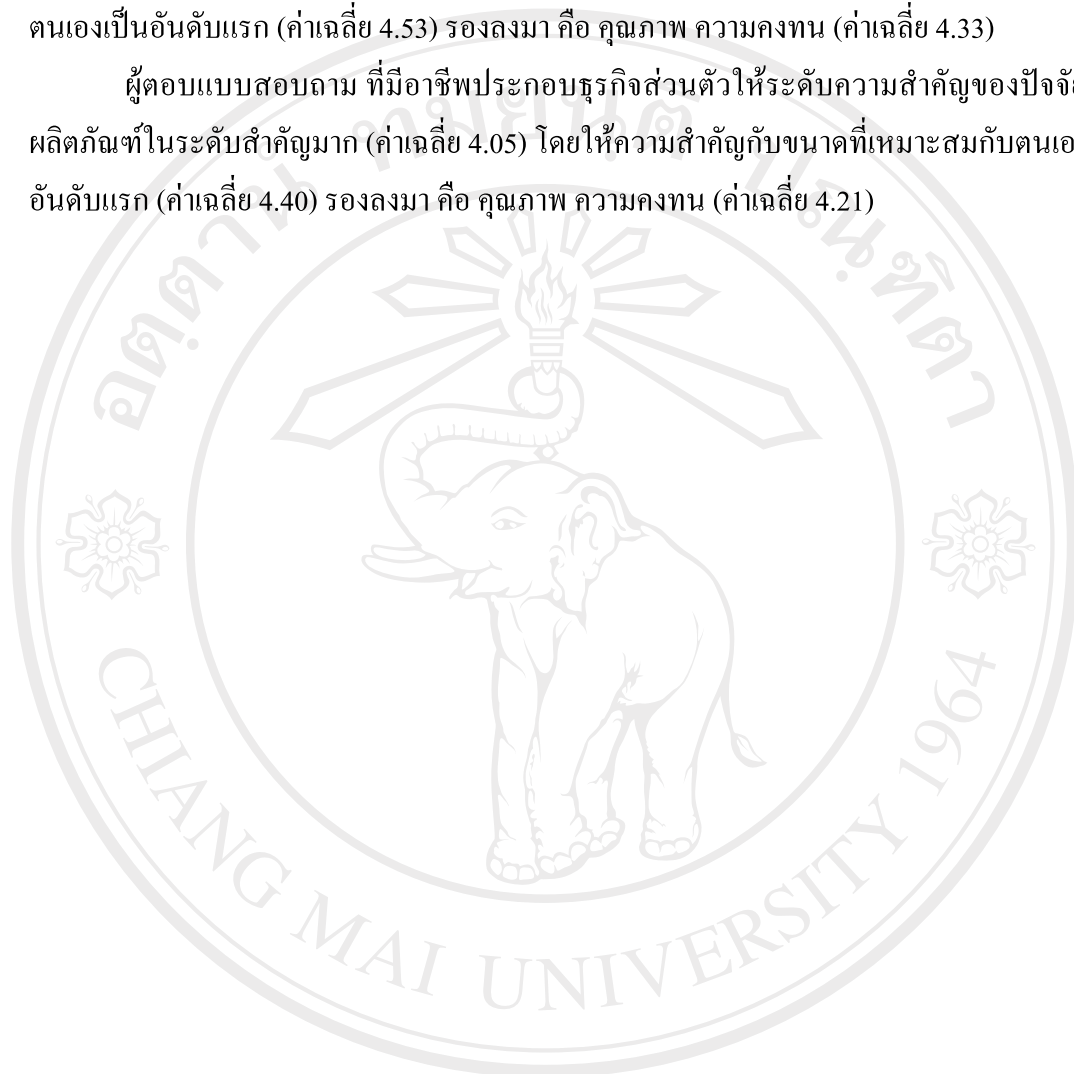
หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 = น้อยที่สุด 1.50-2.49 = น้อย 2.50-3.49 = ปานกลาง 3.50-4.49 = มาก 4.50-5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.84 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทนและสีสันทัน รูปแบบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.21)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.85 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า	3.85 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	4.01 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.00 (มาก)	4.21 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.85 (มาก)	3.91 (มาก)	3.94 (มาก)	3.78 (มาก)
ต่อรองราคาได้	3.81 (มาก)	3.99 (มาก)	3.81 (มาก)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.88 (มาก)	4.04 (มาก)	4.09 (มาก)	3.97 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.85 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้าและมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.01)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.86 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ	4.00 (มาก)	3.97 (มาก)	4.06 (มาก)	4.01 (มาก)
มีการจัดเรียงสินค้าที่น่าสนใจ	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)
มีการตกแต่งร้านที่สวยงาม	3.48 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.56 (มาก)	3.53 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.72 (มาก)	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.77 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.86 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.78)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.87 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการของพนักงานขาย	4.07 (มาก)	4.14 (มาก)	4.14 (มาก)	3.88 (มาก)
การโฆษณาตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร	3.52 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
มีส่วนลด/สินค้าลดราคา	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)	4.08 (มาก)	3.97 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำ สินค้า	3.74 (มาก)	3.69 (มาก)	3.83 (มาก)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.82 (มาก)	3.81 (มาก)	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.87 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยให้ความสำคัญกับการ

บริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยให้ความสำคัญกับมีส่วนลด/สินค้าลดราคาเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.88)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.88 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
คุณภาพ ความคงทน	3.91 (มาก)	4.18 (มาก)	4.24 (มาก)	4.20 (มาก)	4.30 (มาก)
สี สัน รูปแบบสวยงาม	3.82 (มาก)	3.98 (มาก)	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)	4.34 (มาก)
ชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตรา สินค้า	3.56 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.61 (มาก)
ขนาดที่เหมาะสม กับตนเอง	4.20 (มาก)	4.33 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.30 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)
ใช้ได้หลายโอกาส	3.91 (มาก)	4.12 (มาก)	4.15 (มาก)	3.93 (มาก)	4.03 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.88 (มาก)	4.00 (มาก)	4.06 (มาก)	4.03 (มาก)	4.18 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.88 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน และใช้ได้หลายโอกาส (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมา คือ คุณภาพ ความคงทน (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยให้ความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเองเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา คือ สี สัน รูปแบบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.34)

ตารางที่ 4.89 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า	3.89 (มาก)	3.98 (มาก)	4.09 (มาก)	3.90 (มาก)	4.14 (มาก)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)	4.42 (มาก)
มีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	3.67 (มาก)	4.06 (มาก)	3.83 (มาก)	3.75 (มาก)	3.90 (มาก)
ต่อรองราคาได้	3.84 (มาก)	4.33 (มาก)	3.85 (มาก)	3.75 (มาก)	3.67 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.85 (มาก)	4.13 (มาก)	4.01 (มาก)	3.91 (มาก)	4.03 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.89 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยให้ความสำคัญกับการต่อรองราคาได้เป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.33) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.42) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.90 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สถานที่จำหน่าย สะดวกต่อการเลือกซื้อ	3.87 (มาก)	4.01 (มาก)	3.96 (มาก)	3.88 (มาก)	4.13 (มาก)
มีการจัดเรียงสินค้า น่าสนใจ	3.53 (มาก)	3.89 (มาก)	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)
มีการตกแต่งร้านที่ สวยงาม	3.44 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.61 (มาก)	3.87 (มาก)	3.71 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.90 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา คือ มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.81)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.91 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การบริการของพนักงานขาย	4.02 (มาก)	4.27 (มาก)	3.98 (มาก)	3.85 (มาก)	4.09 (มาก)
การโฆษณาตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร	3.42 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
มีส่วนลด/สินค้าลดราคา	3.87 (มาก)	4.29 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)	4.05 (มาก)
มีพนักงานขายแนะนำสินค้า	3.67 (มาก)	3.96 (มาก)	3.56 (มาก)	3.50 (มาก)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ย	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)	3.60 (มาก)	3.75 (มาก)

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

จากตารางที่ 4.91 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนลด/สินค้าลดราคาเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมา คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยให้ความสำคัญกับการมี

ส่วนลด/สินค้าลดราคาเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไปให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานขายเป็นอันดับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.05)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a circular path. On either side of the elephant, there are stylized floral or sun-like symbols.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป (ตาราง 4.92-4.93)
ตารางที่ 4.92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป

การให้ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ให้ข้อเสนอแนะ	45	15.0
ไม่ให้ข้อเสนอแนะ	255	85.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.92 พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตารางที่ 4.93 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
มีการพัฒนาขนาดของเสื้อผ้าให้มีความหลากหลาย	12	26.7
กำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ	15	33.3
พัฒนาคุณภาพของสินค้า	10	22.2
ต้องการเสื้อผ้าที่ใส่สบาย	8	17.8

หมายเหตุ : จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบคำถามปลายเปิดทั้งหมด 45 ราย

จากตารางที่ 4.93 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะได้เสนอแนะว่าควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ มีการพัฒนาขนาดของเสื้อผ้าให้มีความหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 26.7 พัฒนาคุณภาพของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 22.2 และต้องการเสื้อผ้าที่ใส่สบาย คิดเป็นร้อยละ 17.8 ตามลำดับ