

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ แสดงผลการศึกษาเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง แสดงผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือการบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ แสดงไว้ในตารางที่ 1 – 6

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือการบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ แสดงไว้ในตารางที่ 7 – 23

**ส่วนที่ 3** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือการบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย แสดงไว้ในตารางที่ 24 – 27

**ส่วนที่ 4** ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือการบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ค่าเฉลี่ย แสดงไว้ในตารางที่ 28 – 47

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการจำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ แสดงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการจำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือการบรรยายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวม โดยนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และสรุปข้อเสนอแนะเชิงพรรณนาที่ได้จากคำถามปลายเปิด แสดงไว้ในตาราง 48



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ        | จำนวน      | ร้อยละ       |
|------------|------------|--------------|
| ชาย        | 123        | 30.8         |
| หญิง       | 277        | 69.2         |
| <b>รวม</b> | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.2 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ          | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่า 20 ปี | 3          | 0.8          |
| 20 – 25 ปี    | 101        | 25.2         |
| 26 – 31 ปี    | 191        | 47.8         |
| 32 – 37 ปี    | 80         | 20.0         |
| 38 ปีขึ้นไป   | 25         | 6.2          |
| <b>รวม</b>    | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีอายุระหว่าง 26 – 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคืออายุระหว่าง 20 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.2 และอายุระหว่าง 32 – 37 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพสมรส         | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---------------------|------------|--------------|
| โสด                 | 308        | 77.0         |
| สมรส                | 92         | 23.0         |
| หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 0          | 0.0          |
| <b>รวม</b>          | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 23.0

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา          | จำนวน      | ร้อยละ       |
|------------------------|------------|--------------|
| ไม่ได้ศึกษา            | 0          | 0.0          |
| ประถมศึกษา             | 3          | 0.7          |
| มัธยมศึกษาตอนต้น       | 3          | 0.7          |
| มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. | 75         | 18.8         |
| อนุปริญญา/ปวส.         | 0          | 0.0          |
| ปริญญาตรี              | 271        | 67.8         |
| สูงกว่าปริญญาตรี       | 48         | 12.0         |
| <b>รวม</b>             | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 18.8 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                            | จำนวน      | ร้อยละ       |
|----------------------------------|------------|--------------|
| นักเรียน/นักศึกษา                | 40         | 10.0         |
| แม่บ้าน/พ่อบ้าน                  | 9          | 2.2          |
| พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป | 259        | 64.8         |
| ธุรกิจส่วนตัว                    | 40         | 10.0         |
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ     | 52         | 13.0         |
| อื่น ๆ                           | 0          | 0.0          |
| <b>รวม</b>                       | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือ พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.0 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 10.0 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน      | ร้อยละ       |
|----------------------|------------|--------------|
| ไม่เกิน 5,000 บาท    | 6          | 1.5          |
| 5,001 – 15,000 บาท   | 306        | 77.6         |
| 15,001 – 20,000 บาท  | 39         | 9.7          |
| 20,001 – 25,000 บาท  | 18         | 4.5          |
| มากกว่า 25,000 บาท   | 31         | 7.7          |
| <b>รวม</b>           | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.6 รองลงมาคือ รายได้ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.7 และรายได้มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสินค้ามือสองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อ

| ประเภทสินค้ามือสอง | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| เสื้อผ้า           | 299   | 74.8   |
| รองเท้า            | 295   | 73.8   |
| กระเป๋า            | 138   | 34.5   |
| เข็มขัด            | 54    | 13.5   |
| หมวก               | 38    | 9.5    |
| อื่น ๆ             | 19    | 4.8    |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

: อื่น ๆ ได้แก่ นาฬิกา โทรศัพท์มือถือ สินค้าตกแต่งบ้าน และซีดีเพลง จำนวน 19 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายมือสองประเภทเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมาคือประเภทรองเท้า คิดเป็นร้อยละ 73.8 และประเภทกระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 34.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสินค้ามือสองที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุด

| ประเภทสินค้ามือสอง | จำนวน      | ร้อยละ       |
|--------------------|------------|--------------|
| เสื้อผ้า           | 192        | 48.0         |
| รองเท้า            | 186        | 46.5         |
| กระเป๋า            | 19         | 4.8          |
| เข็มขัด            | 3          | 0.7          |
| หมวก               | 0          | 0.0          |
| อื่น ๆ             | 0          | 0.0          |
| <b>รวม</b>         | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ซื้อสินค้าเครื่องแต่งกายมือสองประเภทเสื้อฝ้ายบอยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือรองเท้า คิดเป็นร้อยละ 46.5 และกระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนของเครื่องแต่งกายมือสองที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อในแต่ละครั้ง

| จำนวนซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-------------------------|------------|--------------|
| 1 ชิ้น                  | 191        | 47.8         |
| 2 – 3 ชิ้น              | 159        | 39.8         |
| 4 – 5 ชิ้น              | 35         | 8.7          |
| มากกว่า 5 ชิ้น          | 15         | 3.8          |
| <b>รวม</b>              | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ซื้อเครื่องแต่งกายมือสองจำนวน 1 ชิ้น/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ ซื้อจำนวน 2 – 3 ชิ้น/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.8 และซื้อจำนวน 4 – 5 ชิ้น/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อสินค้าที่ไม่มีตรายี่ห้อ

| การเลือกซื้อสินค้าที่ไม่มีตรายี่ห้อ (No Brand) | จำนวน      | ร้อยละ       |
|--|------------|--------------|
| ซื้อ   | 288        | 72.0         |
| ไม่ซื้อ  | 112        | 28.0         |
| <b>รวม</b>                                     | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าที่ไม่มีตรายี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 72.0 และไม่ซื้อสินค้าที่ไม่มีตรายี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 28.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง

| เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อ         | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------------|-------|--------|
| ราคาประหยัดกว่าสินค้าใหม่     | 249   | 62.3   |
| เป็นสินค้าที่ไม่มีผลิตใหม่    | 145   | 36.3   |
| ตามกระแสนิยมสินค้ามือสอง      | 18    | 4.5    |
| เป็นความชอบส่วนตัว            | 116   | 29.0   |
| ต้องการใช้สินค้าเพียงชั่วคราว | 102   | 25.5   |
| อื่น ๆ                        | 33    | 8.3    |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

: อื่น ๆ ได้แก่ ชอบในรูปแบบของสินค้า สินค้าเป็นรุ่นที่หายาก จำนวน 33 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองเพราะราคาประหยัดกว่าสินค้าใหม่ คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือ เพราะเป็นสินค้าที่ไม่มีการผลิตใหม่ขายในตลาด(หาซื้อไม่ได้หากต้องการสินค้าใหม่) คิดเป็นร้อยละ 36.3 และเป็นความชอบส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 29.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม

| บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-------------------------------------|------------|--------------|
| ตัวเอง                              | 296        | 74.0         |
| เพื่อน                              | 88         | 22.0         |
| คนในครอบครัว                        | 16         | 4.0          |
| อื่น ๆ                              | 0          | 0.0          |
| <b>รวม</b>                          | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่าผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองคือตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และคนในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ



ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ผู้ตอบแบบสอบถาม  
ซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง

| วัน               | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-------------------|------------|--------------|
| จันทร์ – ศุกร์    | 81         | 20.2         |
| เสาร์ – อาทิตย์   | 279        | 69.8         |
| วันหยุดนักขัตฤกษ์ | 40         | 10.0         |
| <b>รวม</b>        | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในวัน  
เสาร์ – อาทิตย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมาคือ วันจันทร์ – ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 20.2 และ  
วันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาของเดือนในการ  
ซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ช่วงเวลาของเดือน | จำนวน      | ร้อยละ       |
|------------------|------------|--------------|
| ต้นเดือน         | 217        | 54.2         |
| กลางเดือน        | 51         | 12.8         |
| ปลายเดือน        | 132        | 33.0         |
| <b>รวม</b>       | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อเครื่องแต่งกายมือสองใน  
ช่วงเวลาด้านเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาคือ ปลายเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ  
กลางเดือน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาของวันในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ช่วงเวลาของวัน                 | จำนวน      | ร้อยละ       |
|--------------------------------|------------|--------------|
| เช้า (8.00 – 12.00 น.)         | 27         | 6.8          |
| กลางวัน (12.01 – 13.00 น.)     | 28         | 7.0          |
| บ่าย (13.01 – 17.00 น.)        | 76         | 19.0         |
| เย็น – ค่ำ (หลังเวลา 17.00 น.) | 269        | 67.2         |
| <b>รวม</b>                     | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในช่วงเวลาเย็น – ค่ำ (หลังเวลา 17.00 น.) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมาคือ ช่วงบ่าย (13.00 – 17.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 19.0 และช่วงกลางวัน (12.01 – 13.00 น.) คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ความถี่ในการซื้อ      | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-----------------------|------------|--------------|
| ไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือน | 264        | 66.0         |
| 2 – 3 ครั้ง/เดือน     | 108        | 27.0         |
| 4 – 5 ครั้ง/เดือน     | 15         | 3.8          |
| มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน | 13         | 3.3          |
| <b>รวม</b>            | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความถี่ในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองไม่เกิน 1 ครั้ง/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาคือ 2 – 3 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ 4 – 5 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านจำหน่าย เครื่องแต่งกายมือสองที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ

| ลักษณะร้านจำหน่าย           | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-----------------------------|------------|--------------|
| ร้านขายสินค้ามือสองโดยเฉพาะ | 209        | 52.2         |
| แผงลอย/ถนนคนเดิน/ริมฟุตบาท  | 188        | 47.0         |
| ซื้อในอินเทอร์เน็ต          | 3          | 0.8          |
| อื่น ๆ                      | 0          | 0.0          |
| <b>รวม</b>                  | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสองจากร้านขายสินค้ามือสองโดยเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ แผงลอยตลาดนัด/ถนนคนเดิน/ริมฟุตบาท คิดเป็นร้อยละ 47.0 และซื้อในอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งจำหน่าย เครื่องแต่งกายมือสอง

| ลักษณะของแหล่งจำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสอง | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---|------------|--------------|
| ซื้อต่อจากเจ้าของเดิมโดยตรง               | 159        | 39.8         |
| ซื้อจากผู้ขายต่อ                          | 241        | 60.2         |
| อื่น ๆ                                    | 0          | 0.0          |
| <b>รวม</b>                                | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อสินค้าจากผู้ขายต่อ คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาคือ ซื้อต่อจากเจ้าของเดิมโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 39.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายมือสอง

| แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายมือสอง | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ตนเอง   | 238   | 59.5   |
| เพื่อน  | 271   | 67.8   |
| คนในครอบครัว                                    | 39    | 9.8    |
| คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงาน                       | 105   | 26.3   |
| อินเทอร์เน็ต                                    | 57    | 14.3   |
| ใบปลิว  | 22    | 5.5    |
| วิทยุ   | 0     | 0.0    |
| นิตยสาร   | 30    | 7.5    |
| โทรทัศน์  | 0     | 0.0    |
| อื่น ๆ  | 0     | 0.0    |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายมือสองจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 59.5 และจากคนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 26.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับ สถานที่จำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสอง

| แหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับ สถานที่จำหน่าย | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ตนเอง                                      | 244   | 61.0   |
| เพื่อน                                     | 281   | 70.3   |
| คนในครอบครัว                               | 51    | 12.8   |
| คนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงาน                  | 83    | 20.8   |
| อินเทอร์เน็ต                               | 57    | 14.3   |
| ใบปลิว                                     | 16    | 4.0    |
| วิทยุ                                      | 0     | 0.0    |
| นิตยสาร                                    | 13    | 3.2    |
| โทรทัศน์                                   | 0     | 0.0    |
| อื่นๆ                                      | 0     | 0.0    |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสองจากเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 61.0 และจากคนขาย/เจ้าของร้าน/พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อต่อครั้ง

| งบประมาณในการซื้อต่อครั้ง | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---------------------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่า 100 บาท           | 51         | 12.8         |
| 101 – 300 บาท             | 125        | 31.2         |
| 301 – 500 บาท             | 135        | 33.8         |
| 501 – 700 บาท             | 51         | 12.8         |
| 701 – 900 บาท             | 19         | 4.7          |
| 901 บาทขึ้นไป             | 19         | 4.7          |
| <b>รวม</b>                | <b>400</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีงบประมาณในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสองต่อครั้ง 301 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมาคือ 101 – 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.2 และต่ำกว่า 100 บาท และ 501 – 700 บาท เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือของเครื่องแต่งกาย มือสองที่เลือกซื้อ

| ตราหือของเครื่องแต่งกาย<br>มือสองที่เลือกซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| GAP   | 38    | 9.5    |
| AMERICAN EAGLES                               | 6     | 1.5    |
| NIKE  | 112   | 28.0   |
| ADIDAS  | 82    | 20.5   |
| LEVI'S  | 140   | 35.0   |
| REEBOK  | 48    | 12.0   |
| OLD NAVY                                      | 6     | 1.5    |
| FOREVER21                                     | 9     | 2.3    |
| AEROPOSTALE                                   | 3     | 0.8    |
| PUMA  | 68    | 17.0   |
| CONVERSE                                      | 71    | 17.8   |
| VANS  | 46    | 11.5   |
| ONITSUKA                                      | 7     | 1.8    |
| ROXY  | 28    | 7.0    |
| DKNY  | 65    | 16.3   |
| EDC   | 12    | 3.0    |
| TOPSHOP                                       | 6     | 1.5    |
| MOSSIMO                                       | 16    | 4.0    |
| ZARA  | 36    | 9.0    |
| BOSSINI                                       | 25    | 6.3    |
| ESPRIT  | 50    | 12.5   |
| RAMPAGE                                       | 0     | 0.0    |
| MARK&SPENCER                                  | 6     | 1.5    |
| ABERCROMBIE                                   | 21    | 5.3    |

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือของเครื่องแต่งกายมือสองที่เลือกซื้อ (ต่อ)

| ตราหือของเครื่องแต่งกายมือสองที่เลือกซื้อ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| สินค้าที่ไม่มีตราหือ (No Brand)           | 255   | 56.3   |
| อื่น ๆ                                    | 28    | 7.0    |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

: อื่น ๆ ได้แก่ยี่ห้อ Prada, Chanel, LV, Wrangler, Lee ไม่เจาะจงตราหือ และแล้วแต่ชนิดของสินค้าจำนวน 28 ราย

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสองโดยไม่คำนึงถึงตราหือ คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมาคือ ยี่ห้อลีวาย (Levi's) คิดเป็นร้อยละ 35.0 และยี่ห้อ ไนกี้ (Nike) คิดเป็นร้อยละ 28.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละของเครื่องแต่งกายมือสองแต่ละประเภทที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามตราหือ

| ตราหือ          | ประเภทของเครื่องแต่งกายมือสองที่เลือกซื้อ |        |         |        |         |        |         |        |
|-----------------|---|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|                 | เสื้อผ้า                                  | ร้อยละ | รองเท้า | ร้อยละ | กระเป๋า | ร้อยละ | เข็มขัด | ร้อยละ |
| GAP             | 15  | 3.8    | 23      | 5.8    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| AMERICAN EAGLES | 6   | 1.5    | 0       | 0      | 0       | 0      | 0       | 0      |
| NIKE            | 35  | 8.8    | 77      | 19.3   | 0       | 0      | 0       | 0      |
| ADIDAS          | 25  | 6.3    | 57      | 14.3   | 0       | 0      | 0       | 0      |
| LEVI'S          | 66  | 16.5   | 68      | 17.0   | 0       | 0      | 0       | 0      |
| REEBOK          | 10  | 2.5    | 38      | 9.5    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| OLD NAVY        | 0   | 0      | 6       | 1.5    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| FOREVER21       | 3   | 0.8    | 6       | 1.5    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| AEROPOSTALE     | 0   | 0      | 3       | 0.8    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| PUMA            | 25  | 6.3    | 43      | 10.8   | 0       | 0      | 0       | 0      |



ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละของเครื่องแต่งกายมือสองแต่ละประเภทที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามตรายี่ห้อ (ต่อ)

| ตรายี่ห้อ                             | ประเภทของเครื่องแต่งกายมือสองที่เลือกซื้อ |        |         |        |         |        |         |        |
|---------------------------------------|---|--------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|
|                                       | เสื้อผ้า                                  | ร้อยละ | รองเท้า | ร้อยละ | กระเป๋า | ร้อยละ | เข็มขัด | ร้อยละ |
| CONVERSE                              | 22  | 5.5    | 46      | 11.5   | 3       | 0.8    | 0       | 0      |
| VANS                                  | 25  | 6.3    | 21      | 5.3    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| ONITSUKA                              | 4   | 1.0    | 3       | 0.8    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| ROXY                                  | 18  | 4.5    | 10      | 2.5    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| DKNY                                  | 31  | 7.8    | 31      | 7.8    | 3       | 0.8    | 0       | 0      |
| EDC                                   | 9   | 2.3    | 3       | 0.8    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| TOPSHOP                               | 3   | 0.8    | 3       | 0.8    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| MOSSIMO                               | 10  | 2.5    | 6       | 1.5    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| ZARA                                  | 18  | 4.5    | 18      | 4.5    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| BOSSINI                               | 12  | 3.0    | 10      | 2.5    | 3       | 0.8    | 0       | 0      |
| ESPRIT                                | 31  | 7.8    | 13      | 3.3    | 6       | 1.5    | 0       | 0      |
| RAMPAGE                               | 0   | 0      | 0       | 0      | 0       | 0      | 0       | 0      |
| MARK&SPENCER                          | 6   | 1.5    | 0       | 0      | 0       | 0      | 0       | 0      |
| ABERCROMBIE                           | 15  | 3.8    | 6       | 1.5    | 0       | 0      | 0       | 0      |
| สินค้าที่ไม่มีตรายี่ห้อ<br>(No Brand) | 131                                       | 32.8   | 82      | 20.5   | 9       | 2.3    | 3       | 0.8    |
| อื่น ๆ                                | 9   | 2.3    | 12      | 3.0    | 7       | 1.8    | 0       | 0      |

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ราย

: อื่น ๆ ได้แก่ ยี่ห้อ Prada, Chanel, LV, Wrangler, Lee ไม่เจาะจงตรายี่ห้อ และแล้วแต่ชนิดของสินค้า จำนวน 28 ราย

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสองเป็นสินค้าที่ไม่มีตรายี่ห้อ โดยประเภทสินค้าที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ รองเท้า คิดเป็นร้อยละ 20.5 และกระเป๋า คิดเป็นร้อยละ 2.3

สินค้าที่มีตรายี่ห้อ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อมากที่สุด คือ ยี่ห้อลีวาย (Levi's) โดยประเภทสินค้าที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ รองเท้า คิดเป็นร้อยละ 17.0 รองลงมาคือ เสื้อผ้า คิดเป็น

ร้อยละ 16.5 รองลงมาคือ ยี่ห้อไนกี้ (Nike) โดยประเภทสินค้าที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ รองเท้า คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาคือ เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 8.8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
 ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                                  | ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ |        |       |        |         |        |       |        |            |        |           |             | อันดับ<br>ที่ |  |
|--|--------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-----------|-------------|---------------|--|
|  | มากที่สุด                      |        | มาก   |        | ปานกลาง |        | น้อย  |        | น้อยที่สุด |        | ค่าเฉลี่ย |             |               |  |
|  | จำนวน                          | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน   | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |           |             |               |  |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอก สภาพความใหม่ ไม่ชำรุดมาก          | 186                            | 46.5   | 164   | 41.0   | 50      | 12.5   | 0     | 0.0    | 0          | 0.0    | 4.34      | มาก         | 1             |  |
| 2. ความสะอาดของสินค้า                                | 184                            | 46.0   | 151   | 37.8   | 65      | 16.2   | 0     | 0.0    | 0          | 0.0    | 4.30      | มาก         | 2             |  |
| 3. สีสัน รูปแบบของสินค้า                             | 146                            | 36.5   | 202   | 50.5   | 52      | 13.0   | 0     | 0.0    | 0          | 0.0    | 4.24      | มาก         | 3             |  |
| 4. สภาพใกล้เคียงกับสินค้าใหม่                        | 140                            | 35.0   | 182   | 45.5   | 74      | 18.5   | 4     | 1.0    | 0          | 0.0    | 4.15      | มาก         | 4             |  |
| 5. ทรายี่ห้อของสินค้าเป็นที่รู้จักหรือได้รับความนิยม | 94                             | 23.5   | 114   | 28.5   | 161     | 40.3   | 25    | 6.3    | 6          | 1.4    | 3.66      | มาก         | 5             |  |
| 6. คุณภาพของสินค้า เช่น คุณภาพของวัสดุดิบ            | 151                            | 37.8   | 161   | 40.3   | 85      | 21.3   | 3     | 0.7    | 0          | 0.7    | 4.15      | มาก         | 4             |  |
| 7. มีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการ                    | 176                            | 44.0   | 159   | 39.8   | 55      | 13.8   | 6     | 1.4    | 4          | 1.0    | 4.24      | มาก         | 3             |  |
| <b>ค่าเฉลี่ย (รวม)</b>                               |                                |        |       |        |         |        |       |        |            |        |           | <b>4.16</b> | <b>มาก</b>    |  |

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ รูปลักษณะภายนอก สภาพความใหม่ ไม่ชำรุดมาก (ค่าเฉลี่ย 4.34) ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.30) และสีสันทัน รูปแบบของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24) และมีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) เท่ากัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภค  
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

| ปัจจัยด้านราคา                        | ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ |        |       |        |         |        |       |        |            |        |             |            | ค่าเฉลี่ย | อันดับ<br>ที่ |
|---------------------------------------|--------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------------|------------|-----------|---------------|
|                                       | มากที่สุด                      |        | มาก   |        | ปานกลาง |        | น้อย  |        | น้อยที่สุด |        | ค่าเฉลี่ย   |            |           |               |
|                                       | จำนวน                          | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน   | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |             |            |           |               |
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ               | 213                            | 53.3   | 116   | 29.0   | 68      | 17.0   | 3     | 0.8    | 0          | 0.0    | 4.35        | มาก        | 1         |               |
| 2. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ | 140                            | 35.0   | 162   | 40.5   | 89      | 22.3   | 9     | 2.3    | 0          | 0.0    | 4.08        | มาก        | 2         |               |
| 3. สามารถต่อรองราคาได้                | 127                            | 31.8   | 159   | 39.8   | 108     | 27.0   | 6     | 1.5    | 0          | 0.0    | 4.02        | มาก        | 3         |               |
| 4. ราคาถูกมาก ๆ                       | 116                            | 29.0   | 141   | 35.3   | 115     | 28.8   | 22    | 5.5    | 6          | 1.5    | 3.85        | มาก        | 4         |               |
| <b>ค่าเฉลี่ย (รวม)</b>                |                                |        |       |        |         |        |       |        |            |        | <b>4.08</b> | <b>มาก</b> |           |               |

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.08) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.02)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย                             | ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ |        |       |        |         |        |       |        |            |        |           |             | ค่าเฉลี่ย  | ลำดับที่ |
|---|--------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-----------|-------------|------------|----------|
|   | มากที่สุด                      |        | มาก   |        | ปานกลาง |        | น้อย  |        | น้อยที่สุด |        | ค่าเฉลี่ย |             |            |          |
|   | จำนวน                          | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน   | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ      |            |          |
| 1. เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก              | 54                             | 13.5   | 131   | 32.8   | 184     | 46.0   | 28    | 7.0    | 3          | 0.8    | 3.48      | ปานกลาง     | 8          |          |
| 2. เป็นร้านที่เปิดมาเป็นระยะเวลาาน                  | 39                             | 9.8    | 139   | 34.8   | 194     | 48.5   | 25    | 6.3    | 3          | 0.8    | 3.44      | ปานกลาง     | 9          |          |
| 3. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง                     | 69                             | 17.3   | 177   | 44.3   | 135     | 33.8   | 19    | 4.8    | 0          | 0.0    | 3.74      | มาก         | 7          |          |
| 4. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หมดหมู่               | 82                             | 20.5   | 189   | 47.3   | 114     | 28.5   | 15    | 3.8    | 0          | 0.00   | 3.85      | มาก         | 5          |          |
| 5. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย                         | 131                            | 32.8   | 186   | 46.5   | 74      | 18.5   | 9     | 2.3    | 0          | 0.0    | 4.10      | มาก         | 1          |          |
| 6. มีสถานที่จอดรถสะดวก                              | 85                             | 21.3   | 164   | 41.0   | 136     | 34.0   | 15    | 3.8    | 0          | 0.0    | 3.80      | มาก         | 6          |          |
| 7. ความสะอาดภายในร้าน                               | 122                            | 30.5   | 156   | 39.0   | 112     | 28.0   | 10    | 2.5    | 0          | 0.0    | 3.98      | มาก         | 3          |          |
| 8. ความสว่างภายในร้านและอากาศถ่ายเทสะดวก            | 113                            | 28.3   | 155   | 38.8   | 119     | 29.8   | 13    | 3.3    | 0          | 0.0    | 3.92      | มาก         | 4          |          |
| 9. มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้า<br>ๆได้ | 120                            | 30.0   | 167   | 41.8   | 100     | 25.0   | 13    | 3.3    | 0          | 0.0    | 3.99      | มาก         | 2          |          |
| <b>ค่าเฉลี่ย (รวม)</b>                              |                                |        |       |        |         |        |       |        |            |        |           | <b>3.81</b> | <b>มาก</b> |          |

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.10) พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดสรรพื้นที่การจัดวางสินค้าได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.99) และความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.98)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                       | ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ |        |       |        |         |        |       |        |            |        |           |             | ค่าเฉลี่ย  | ลำดับที่ |
|--|--------------------------------|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-----------|-------------|------------|----------|
|  | มากที่สุด                      |        | มาก   |        | ปานกลาง |        | น้อย  |        | น้อยที่สุด |        | ค่าเฉลี่ย |             |            |          |
|  | จำนวน                          | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน   | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ      |            |          |
| 1. มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา                        | 89                             | 22.3   | 199   | 49.8   | 92      | 23.0   | 17    | 4.3    | 3          | 0.8    | 3.89      | มาก         | 2          |          |
| 2. เจ้าของและพนักงานบริการดี                       | 146                            | 36.5   | 169   | 42.3   | 79      | 19.8   | 6     | 1.5    | 0          | 0.0    | 4.14      | มาก         | 1          |          |
| 3. มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก         | 42                             | 10.5   | 143   | 35.8   | 170     | 42.5   | 38    | 9.5    | 7          | 1.8    | 3.44      | ปานกลาง     | 5          |          |
| 4. มีบริการปรับเปลี่ยน-คืนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด | 84                             | 21.0   | 174   | 43.5   | 110     | 27.5   | 26    | 6.5    | 6          | 1.5    | 3.76      | มาก         | 3          |          |
| 5. มีการเล่นเกมซื้อสินค้าหลายชิ้น                  | 77                             | 19.3   | 137   | 34.3   | 158     | 39.5   | 22    | 5.5    | 6          | 1.5    | 3.64      | มาก         | 4          |          |
| <b>ค่าเฉลี่ย (รวม)</b>                             |                                |        |       |        |         |        |       |        |            |        |           | <b>3.78</b> | <b>มาก</b> |          |

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้ม อธยาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด หรือตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a flame-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                                | เพศ         |            |             |            |             |              | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|--|-------------|------------|-------------|------------|-------------|--------------|--------------|-------|
|  | ชาย         |            | หญิง        |            | แปลผล       | ค่าเฉลี่ยรวม |              |       |
|  | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | หญิง       |             |              |              |       |
| 1. รูปลักษณะภายนอก สภาพความใหม่ ไม่ชำรุดมาก        | 4.29        | มาก        | 4.36        | มาก        | 4.33        | มาก          | มาก          |       |
| 2. ความสะอาดของสินค้า                              | 4.07        | มาก        | 4.40        | มาก        | 4.24        | มาก          | มาก          |       |
| 3. ลีลา รูปแบบของสินค้า                            | 4.24        | มาก        | 4.23        | มาก        | 4.24        | มาก          | มาก          |       |
| 4. สภาพใกล้เคียงกับสินค้าใหม่                      | 4.06        | มาก        | 4.18        | มาก        | 4.12        | มาก          | มาก          |       |
| 5. ตราชื่อของสินค้าเป็นที่รู้จักหรือได้รับความนิยม | 3.85        | มาก        | 3.58        | มาก        | 3.72        | มาก          | มาก          |       |
| 6. คุณภาพของสินค้า เช่น คุณภาพของวัสดุดิบ          | 4.13        | มาก        | 4.16        | มาก        | 4.15        | มาก          | มาก          |       |
| 7. มีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการ                  | 4.16        | มาก        | 4.28        | มาก        | 4.22        | มาก          | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                | <b>4.12</b> | <b>มาก</b> | <b>4.17</b> | <b>มาก</b> | <b>4.15</b> | <b>มาก</b>   | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคใน  
อำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 4.12)  
และเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 4.17)

เพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก  
(ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย  
ได้แก่ รูปลักษณะภายนอก สภาพความใหม่ ไม่ชำรุดมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) สี สัน รูปแบบของสินค้า  
(ค่าเฉลี่ย 4.24) และมีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.16)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก  
(ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย  
ได้แก่ ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.40) รูปลักษณะภายนอก สภาพความใหม่ ไม่ชำรุดมาก  
(ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.28)

**ตารางที่ 29** แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมือง  
เชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านราคา                           | เพศ         |            |             |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|--|-------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|  | ชาย         |            | หญิง        |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |       |
|  | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |            |              |       |
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ                  | 4.25        | มาก        | 4.39        | มาก        | 4.32         | มาก        | มาก          |       |
| 2. ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ | 4.03        | มาก        | 4.10        | มาก        | 4.07         | มาก        | มาก          |       |
| 3. สามารถต่อรองราคาได้                   | 3.85        | มาก        | 4.09        | มาก        | 3.97         | มาก        | มาก          |       |
| 4. ราคาถูกมาก ๆ                          | 3.74        | มาก        | 3.90        | มาก        | 3.82         | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                      | <b>3.97</b> | <b>มาก</b> | <b>4.12</b> | <b>มาก</b> | <b>4.05</b>  | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอ  
เมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.97) และเพศ  
หญิง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

เพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับมาก  
(ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย  
ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ราคาถูกเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ  
สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.85)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับมาก  
(ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย  
ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ราคาถูกเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ  
สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย                        | เพศ         |            |             |            |             |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|--|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|-------|
|  | ชาย         |            | หญิง        |            | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |       |
|  | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |             |            |              |       |
| 1. เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก         | 3.59        | มาก        | 3.48        | ปานกลาง    | 3.53        | มาก        |              |       |
| 2. เป็นร้านที่เปิดมาเป็นระยะเวลานาน            | 3.57        | มาก        | 3.42        | ปานกลาง    | 3.49        | ปานกลาง    |              |       |
| 3. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง                | 3.76        | มาก        | 3.73        | มาก        | 3.74        | มาก        |              |       |
| 4. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หมดหมู่          | 3.87        | มาก        | 3.83        | มาก        | 3.85        | มาก        |              |       |
| 5. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย                    | 3.98        | มาก        | 4.13        | มาก        | 4.05        | มาก        |              |       |
| 6. มีสถานที่จอดรถสะดวก                         | 3.59        | มาก        | 3.87        | มาก        | 3.73        | มาก        |              |       |
| 7. ความสะอาดภายในร้าน                          | 3.66        | มาก        | 4.09        | มาก        | 3.87        | มาก        |              |       |
| 8. ความสว่างภายในร้าน และอากาศถ่ายเทสะดวก      | 3.59        | มาก        | 4.02        | มาก        | 3.80        | มาก        |              |       |
| 9. มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้ | 3.66        | มาก        | 4.08        | มาก        | 3.87        | มาก        |              |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                            | <b>3.70</b> | <b>มาก</b> | <b>3.85</b> | <b>มาก</b> | <b>3.77</b> | <b>มาก</b> |              |       |

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภค  
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือเพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.70)  
และเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.85)

เพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับ  
มาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย  
ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.98) การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หมวดยุ่ม (ค่าเฉลี่ย  
3.87) และทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.76)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับ  
มาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย  
ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.13) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมี  
พื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดสรรพื้นที่จัดวางสินค้าได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.08)



**ตารางที่ 31** แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนตามเพศ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                      | เพศ         |            |             |            |             |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|---|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|-------|
|   | ชาย         |            | หญิง        |            | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |       |
|   | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |             |            |              |       |
| 1. มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา                       | 3.64        | มาก        | 3.91        | มาก        | 3.78        | มาก        | มาก          |       |
| 2. เจ้าของและพนักงานบริการดี                      | 3.96        | มาก        | 4.22        | มาก        | 4.09        | มาก        | มาก          |       |
| 3. มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก       | 3.05        | ปานกลาง    | 3.48        | ปานกลาง    | 3.26        | ปานกลาง    | ปานกลาง      |       |
| 4. มีบริการรับเปลี่ยน-คืนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด | 3.58        | มาก        | 3.83        | มาก        | 3.70        | มาก        | มาก          |       |
| 5. มีการแถมเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น                | 3.38        | ปานกลาง    | 3.75        | มาก        | 3.56        | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                               | <b>3.52</b> | <b>มาก</b> | <b>3.84</b> | <b>มาก</b> | <b>3.68</b> | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของ  
ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือเพศชาย  
(ค่าเฉลี่ย 3.52) และเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.84)

เพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ใน  
ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับ  
ค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของร้านและพนักงานบริการดี ด้วยรอยยิ้ม อธิยาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย  
3.96) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีบริการรับเปลี่ยน – คืน  
สินค้าในระยะเวลากำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.58)

เพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ใน  
ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับ  
ค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของร้านและพนักงานบริการดี ด้วยรอยยิ้ม อธิยาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย  
4.22) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และมีบริการรับเปลี่ยน – คืน  
สินค้าในระยะเวลากำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.83)

**ตารางที่ 32** แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                | อายุ          |                  |             |            |             |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |
|------------------------------------|---------------|------------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|
|                                    | ต่ำกว่า 25 ปี |                  | 26-31 ปี    |            | 32 ปีขึ้นไป |            |              |            |
|                                    | ค่าเฉลี่ย     | แปลผล            | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |            |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอก                 | 4.56          | มากที่สุด        | 4.47        | มาก        | 4.38        | มาก        | 4.47         | มาก        |
| 2. ความสะอาดของสินค้า              | 4.62          | มากที่สุด        | 4.37        | มาก        | 4.22        | มาก        | 4.40         | มาก        |
| 3. สีสัน รูปแบบของสินค้า           | 4.61          | มากที่สุด        | 4.27        | มาก        | 4.12        | มาก        | 4.33         | มาก        |
| 4. สภาพใกล้เคียงกับสินค้าใหม่      | 4.55          | มากที่สุด        | 4.23        | มาก        | 4.06        | มาก        | 4.28         | มาก        |
| 5. ทรายี่ห้อของสินค้าเป็นที่รู้จัก | 4.34          | มาก              | 3.70        | มาก        | 3.54        | มาก        | 3.86         | มาก        |
| 6. คุณภาพของสินค้า                 | 4.60          | มากที่สุด        | 4.24        | มาก        | 3.95        | มาก        | 4.26         | มาก        |
| 7. มีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการ  | 4.66          | มากที่สุด        | 4.25        | มาก        | 4.00        | มาก        | 4.30         | มาก        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                | <b>4.56</b>   | <b>มากที่สุด</b> | <b>4.22</b> | <b>มาก</b> | <b>4.04</b> | <b>มาก</b> | <b>4.27</b>  | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แต่ละช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่สำเร็จปริญญาตรีด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ อายุต่ำกว่า 25 ปี อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) อายุ 26 – 31 ปี อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) และอายุ 32 ปีขึ้นไป อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04)

อายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่สำเร็จปริญญาตรีด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) โดยบัณฑิตย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีขนาดที่ตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.66) ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.62) และสีสันทัน รูปแบบของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.61)

อายุ 26 – 31 ปี ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่สำเร็จปริญญาตรีด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยบัณฑิตย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอก สภาพความใหม่ ไม่ชำรุดมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.37) และสีสันทัน รูปแบบของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27)

อายุ 32 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตที่สำเร็จปริญญาตรีด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยบัณฑิตย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอก สภาพความใหม่ ไม่ชำรุดมาก (ค่าเฉลี่ย 4.38) ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.22) และสีสันทัน รูปแบบของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านราคา                           | อายุ          |            |             |            |             |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |
|--|---------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|
|  | ต่ำกว่า 25 ปี |            | 26-31 ปี    |            | 32 ปีขึ้นไป |            |              |            |
|  | ค่าเฉลี่ย     | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |            |
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ                  | 4.59          | มากที่สุด  | 4.42        | มาก        | 4.38        | มาก        | 4.46         | มาก        |
| 2. ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ | 4.53          | มากที่สุด  | 4.04        | มาก        | 4.21        | มาก        | 4.26         | มาก        |
| 3. สามารถต่อรองราคาได้                   | 4.49          | มาก        | 4.07        | มาก        | 3.88        | มาก        | 4.15         | มาก        |
| 4. ราคาถูกมาก ๆ                          | 4.00          | มาก        | 4.03        | มาก        | 3.88        | มาก        | 3.97         | มาก        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                      | <b>4.40</b>   | <b>มาก</b> | <b>4.14</b> | <b>มาก</b> | <b>4.09</b> | <b>มาก</b> | <b>4.21</b>  | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แต่ละช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ อายุต่ำกว่า 25 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.40) อายุ 26 – 31 ปี (ค่าเฉลี่ย 4.14) และอายุ 32 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.09)

อายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.40) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.59) ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.49)

อายุ 26 – 31 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.42) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

อายุ 32 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และราคาถูกมาก ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย                        | อายุ          |            |             |            |             |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แบบผล |
|--|---------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|  | ต่ำกว่า 25 ปี |            | 26-31 ปี    |            | 32 ปีขึ้นไป |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แบบผล      |              |       |
|  | ค่าเฉลี่ย     | แบบผล      | ค่าเฉลี่ย   | แบบผล      | ค่าเฉลี่ย   | แบบผล      |              |            |              |       |
| 1. เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก         | 3.26          | ปานกลาง    | 3.40        | ปานกลาง    | 3.31        | ปานกลาง    | 3.32         | ปานกลาง    | ปานกลาง      |       |
| 2. เป็นร้านที่เปิดมาเป็นระยะเวลานาน            | 3.26          | ปานกลาง    | 3.45        | ปานกลาง    | 3.34        | ปานกลาง    | 3.35         | ปานกลาง    | ปานกลาง      |       |
| 3. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง                | 3.89          | มาก        | 3.63        | มาก        | 3.83        | มาก        | 3.78         | มาก        | มาก          |       |
| 4. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หมดห่วง          | 3.98          | มาก        | 3.77        | มาก        | 3.85        | มาก        | 3.87         | มาก        | มาก          |       |
| 5. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย                    | 4.04          | มาก        | 4.24        | มาก        | 3.86        | มาก        | 4.05         | มาก        | มาก          |       |
| 6. มีสถานที่จอดรถสะดวก                         | 4.41          | มาก        | 3.86        | มาก        | 3.66        | มาก        | 3.98         | มาก        | มาก          |       |
| 7. ความสะอาดภายในร้าน                          | 4.05          | มาก        | 4.09        | มาก        | 3.73        | มาก        | 3.96         | มาก        | มาก          |       |
| 8. ความสว่างภายในร้าน และอากาศายทะสะดวก        | 4.47          | มาก        | 4.03        | มาก        | 3.60        | มาก        | 4.03         | มาก        | มาก          |       |
| 9. มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้ | 4.49          | มาก        | 4.10        | มาก        | 3.69        | มาก        | 4.09         | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                            | <b>3.98</b>   | <b>มาก</b> | <b>3.84</b> | <b>มาก</b> | <b>3.65</b> | <b>มาก</b> | <b>3.83</b>  | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แต่ละช่วงอายุ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ อายุต่ำกว่า 25 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.98) อายุ 26 – 31 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.84) และอายุ 32 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.65)

อายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.98) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.49) ความสว่างภายในร้าน และอากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.41)

อายุ 26 – 31 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.24) มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.10) และความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.09)

อายุ 32 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.86) การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หอมฉ่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.73)



ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                      | อายุ          |            |             |            |             |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|---|---------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|   | ต่ำกว่า 25 ปี |            | 26-31 ปี    |            | 32 ปีขึ้นไป |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |       |
|   | ค่าเฉลี่ย     | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |            |              |       |
| 1. มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา                       | 3.90          | มาก        | 3.94        | มาก        | 3.76        | มาก        | 3.87         | มาก        | มาก          |       |
| 2. เจ้าของและพนักงานบริการดี                      | 4.61          | มาก        | 4.14        | มาก        | 4.06        | มาก        | 4.27         | มาก        | มาก          |       |
| 3. มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก        | 2.83          | ปานกลาง    | 3.38        | ปานกลาง    | 3.51        | มาก        | 3.24         | ปานกลาง    | ปานกลาง      |       |
| 4. มีบริการรับเปลี่ยน-คืนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด | 3.93          | มาก        | 3.71        | มาก        | 3.65        | มาก        | 3.76         | มาก        | มาก          |       |
| 5. มีการแถมเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น                | 3.87          | มาก        | 3.63        | มาก        | 3.58        | มาก        | 3.69         | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                               | <b>3.83</b>   | <b>มาก</b> | <b>3.76</b> | <b>มาก</b> | <b>3.71</b> | <b>มาก</b> | <b>3.77</b>  | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แต่ละช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ อายุต่ำกว่า 25 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.83) อายุ 26 – 31 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.76) และอายุ 32 ปีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.71)

อายุต่ำกว่า 25 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของร้านและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้ม อรรถยาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.61) มีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าตามระยะเวลากำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.93) และมีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.90)

อายุ 26 – 31 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของร้านและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้ม อรรถยาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และมีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.71)

อายุ 32 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของร้านและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้ม อรรถยาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์               | ระดับการศึกษา    |            |                 |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |
|-----------------------------------|------------------|------------|-----------------|------------|--------------|------------|
|                                   | ต่ำกว่าปริญญาตรี |            | ปริญญาตรีขึ้นไป |            |              |            |
|                                   | ค่าเฉลี่ย        | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย       | แปลผล      |              |            |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอก                | 4.05             | มาก        | 4.31            | มาก        | 4.18         | มาก        |
| 2. ความสะอาดของสินค้า             | 4.37             | มาก        | 4.26            | มาก        | 4.32         | มาก        |
| 3. ดีไซน์ รูปแบบของสินค้า         | 3.71             | มาก        | 4.14            | มาก        | 3.93         | มาก        |
| 4. สภาพใกล้เคียงกับสินค้าใหม่     | 4.04             | มาก        | 4.09            | มาก        | 4.07         | มาก        |
| 5. ราคีห้อยของสินค้าเป็นที่รู้จัก | 3.49             | ปานกลาง    | 3.78            | มาก        | 3.64         | มาก        |
| 6. คุณภาพของสินค้า                | 4.35             | มาก        | 4.08            | มาก        | 4.22         | มาก        |
| 7. มีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการ | 4.07             | มาก        | 4.13            | มาก        | 4.10         | มาก        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>               | <b>4.01</b>      | <b>มาก</b> | <b>4.11</b>     | <b>มาก</b> | <b>4.06</b>  | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 4.01) และปริญญาตรีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.37) คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.35) และมีขนาดที่ตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอก สภาพความใหม่ ไม่ชำรุดมาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.26) และมีขนาดที่ตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

| ปัจจัยด้านราคา                           | ระดับการศึกษา    |            |                 |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|--|------------------|------------|-----------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|  | ต่ำกว่าปริญญาตรี |            | ปริญญาตรีขึ้นไป |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |       |
|  | ค่าเฉลี่ย        | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย       | แปลผล      |              |            |              |       |
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ                  | 4.73             | มากที่สุด  | 4.22            | มาก        | 4.48         | มาก        | มาก          |       |
| 2. ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ | 4.09             | มาก        | 3.92            | มาก        | 4.01         | มาก        | มาก          |       |
| 3. สามารถต่อรองราคาได้                   | 4.01             | มาก        | 3.88            | มาก        | 3.95         | มาก        | มาก          |       |
| 4. ราคาถูกมาก ๆ                          | 4.31             | มาก        | 3.82            | มาก        | 4.07         | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                      | <b>4.29</b>      | <b>มาก</b> | <b>3.96</b>     | <b>มาก</b> | <b>4.13</b>  | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับการศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 4.29) และปริญญาตรีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.73) ราคาถูกมาก ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย                               | ระดับการศึกษา    |            |                 |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|---|------------------|------------|-----------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|   | ต่ำกว่าปริญญาตรี |            | ปริญญาตรีขึ้นไป |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |       |
|   | ค่าเฉลี่ย        | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย       | แปลผล      |              |            |              |       |
| 1. เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก                | 3.72             | มาก        | 3.61            | มาก        | 3.67         | มาก        | มาก          |       |
| 2. เป็นร้านที่เปิดมาเป็นระยะเวลาาน                    | 3.76             | มาก        | 3.50            | มาก        | 3.63         | มาก        | มาก          |       |
| 3. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง                       | 4.59             | มากที่สุด  | 3.65            | มาก        | 4.12         | มาก        | มาก          |       |
| 4. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่                 | 4.33             | มาก        | 3.76            | มาก        | 4.05         | มาก        | มาก          |       |
| 5. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย                           | 4.03             | มาก        | 4.01            | มาก        | 4.02         | มาก        | มาก          |       |
| 6. มีสถานที่จอดรถสะดวก                                | 3.95             | มาก        | 3.67            | มาก        | 3.81         | มาก        | มาก          |       |
| 7. ความสะอาดภายในร้าน                                 | 3.96             | มาก        | 3.92            | มาก        | 3.94         | มาก        | มาก          |       |
| 8. ความสว่างภายในร้าน และอากาศถ่ายเทสะดวก             | 3.97             | มาก        | 3.83            | มาก        | 3.90         | มาก        | มาก          |       |
| 9. มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้เหมาะสม | 4.31             | มาก        | 3.89            | มาก        | 4.10         | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                   | <b>4.07</b>      | <b>มาก</b> | <b>3.76</b>     | <b>มาก</b> | <b>3.92</b>  | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับการศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ไม่ต่างกัน คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 4.07) และปริญญาตรีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.59) การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่ (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.01) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.89)



ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                        | ระดับการศึกษา    |            |                 |            |             |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|---|------------------|------------|-----------------|------------|-------------|------------|--------------|-------|
|   | ต่ำกว่าปริญญาตรี |            | ปริญญาตรีขึ้นไป |            | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |       |
|   | ค่าเฉลี่ย        | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย       | แปลผล      |             |            |              |       |
| 1. มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดครึ่งสต็อก       | 3.57             | มาก        | 3.86            | มาก        | 3.72        | มาก        | มาก          |       |
| 2. เจ้าของและพนักงานบริการดี                        | 4.72             | มากที่สุด  | 4.05            | มาก        | 4.39        | มาก        | มาก          |       |
| 3. มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก         | 3.48             | ปานกลาง    | 3.49            | ปานกลาง    | 3.49        | ปานกลาง    | ปานกลาง      |       |
| 4. มีบริการรับเปลี่ยน - คืนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด | 4.24             | มาก        | 3.68            | มาก        | 3.96        | มาก        | มาก          |       |
| 5. มีการแถมเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น                  | 4.18             | มาก        | 3.67            | มาก        | 3.93        | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                 | <b>4.04</b>      | <b>มาก</b> | <b>3.75</b>     | <b>มาก</b> | <b>3.90</b> | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับการศึกษา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 4.04) และปริญญาตรีขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของและพนักงานบริการด้วยรอยยิ้ม อธิษาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.72) มีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.24) และมีการแถมเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของและพนักงานบริการด้วยรอยยิ้ม อธิษาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.86) และมีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.68)

**ตารางที่ 40** แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                | อาชีพ                |            |                       |            |             |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|------------------------------------|----------------------|------------|-----------------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|                                    | พนักงานเอกชน/รับจ้าง |            | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |            | อื่นๆ       |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |       |
|                                    | ค่าเฉลี่ย            | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย             | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |            |              |       |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอก                 | 4.25                 | มาก        | 4.19                  | มาก        | 4.39        | มาก        | 4.28         | มาก        | มาก          |       |
| 2. ความสะอาดของสินค้า              | 4.17                 | มาก        | 4.17                  | มาก        | 4.51        | มากที่สุด  | 4.29         | มาก        | มาก          |       |
| 3. ดีไซน์ รูปแบบของสินค้า          | 4.17                 | มาก        | 4.12                  | มาก        | 4.24        | มาก        | 4.18         | มาก        | มาก          |       |
| 4. สภาพใก้ติดยกับสินค้าใหม่        | 4.11                 | มาก        | 4.06                  | มาก        | 4.15        | มาก        | 4.11         | มาก        | มาก          |       |
| 5. ตรายี่ห้อของสินค้าเป็นที่รู้จัก | 3.71                 | มาก        | 3.71                  | มาก        | 3.56        | มาก        | 3.66         | มาก        | มาก          |       |
| 6. คุณภาพของสินค้า                 | 4.28                 | มาก        | 4.00                  | มาก        | 3.98        | มาก        | 4.09         | มาก        | มาก          |       |
| 7. มีขนาดที่ตรงกับความต้องการ      | 4.33                 | มาก        | 4.04                  | มาก        | 3.99        | มาก        | 4.12         | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                | <b>4.15</b>          | <b>มาก</b> | <b>4.04</b>           | <b>มาก</b> | <b>4.12</b> | <b>มาก</b> | <b>4.10</b>  | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา แม่บ้าน/พอบ้าน และธุรกิจส่วนตัว

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภค ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ พนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.15) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และอาชีพอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.12)

อาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีขนาดที่ตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.33) คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.28) และรูปลักษณะภายนอก และความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ รูปลักษณะภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ สี สัน รูปแบบของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12)

อาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.51) และรูปลักษณะภายนอก (ค่าเฉลี่ย 4.39) และสี สัน รูปแบบของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.24)

**ตารางที่ 41** แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านราคา                           | อาชีพ                |            |                       |            |             |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |
|--|----------------------|------------|-----------------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|
|  | พนักงานเอกชน/รับจ้าง |            | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |            | อื่นๆ       |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |            |
|  | ค่าเฉลี่ย            | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย             | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |            |              |            |
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ                  | 4.26                 | มาก        | 4.25                  | มาก        | 4.25        | มาก        | 4.48         | มาก        | 4.33         | มาก        |
| 2. ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ | 3.95                 | มาก        | 4.25                  | มาก        | 4.25        | มาก        | 4.43         | มาก        | 4.21         | มาก        |
| 3. สามารถต่อรองราคาได้                   | 4.06                 | มาก        | 3.88                  | มาก        | 3.88        | มาก        | 4.13         | มาก        | 4.02         | มาก        |
| 4. ราคาถูกมาก ๆ                          | 3.99                 | มาก        | 3.75                  | มาก        | 3.75        | มาก        | 4.11         | มาก        | 3.95         | มาก        |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                      | <b>4.07</b>          | <b>มาก</b> | <b>4.03</b>           | <b>มาก</b> | <b>4.03</b> | <b>มาก</b> | <b>4.29</b>  | <b>มาก</b> | <b>4.13</b>  | <b>มาก</b> |

หมายเหตุ :อื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา แม่บ้าน/พอบ้าน และธุรกิจส่วนตัว

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ พนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 4.07) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และอาชีพอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.29)

อาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.26) สามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และราคาถูกมาก ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.25) เท่ากัน และราคาถูกมากกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

อาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ราคาถูกมากกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.43) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.13)

**ตารางที่ 42** แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย                               | อาชีพ                |            |                       |            |             |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|---|----------------------|------------|-----------------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|   | พนักงานเอกชน/รับจ้าง |            | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |            | อื่นๆ       |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |       |
|   | ค่าเฉลี่ย            | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย             | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |            |              |       |
| 1. เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก                | 3.52                 | มาก        | 3.46                  | ปานกลาง    | 3.46        | ปานกลาง    | 3.48         | ปานกลาง    |              |       |
| 2. เป็นร้านที่เปิดมาเป็นระยะเวลานาน                   | 3.47                 | ปานกลาง    | 3.58                  | มาก        | 3.43        | ปานกลาง    | 3.49         | ปานกลาง    |              |       |
| 3. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง                       | 3.86                 | มาก        | 3.75                  | มาก        | 3.78        | มาก        | 3.80         | มาก        |              |       |
| 4. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่                 | 3.92                 | มาก        | 3.81                  | มาก        | 3.72        | มาก        | 3.82         | มาก        |              |       |
| 5. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย                           | 4.21                 | มาก        | 3.81                  | มาก        | 3.77        | มาก        | 3.93         | มาก        |              |       |
| 6. มีสถานที่จอดรถสะดวก                                | 3.80                 | มาก        | 3.87                  | มาก        | 3.74        | มาก        | 3.80         | มาก        |              |       |
| 7. ความสะอาดภายในร้าน                                 | 4.09                 | มาก        | 3.85                  | มาก        | 3.66        | มาก        | 3.87         | มาก        |              |       |
| 8. ความสว่างภายในร้าน และอากาศถ่ายเทสะดวก             | 4.00                 | มาก        | 3.79                  | มาก        | 3.64        | มาก        | 3.81         | มาก        |              |       |
| 9. มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้เหมาะสม | 4.14                 | มาก        | 3.73                  | มาก        | 3.71        | มาก        | 3.86         | มาก        |              |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                   | <b>3.89</b>          | <b>มาก</b> | <b>3.74</b>           | <b>มาก</b> | <b>3.66</b> | <b>มาก</b> | <b>3.76</b>  | <b>มาก</b> |              |       |

หมายเหตุ :อื่น ๆ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา แม่บ้าน/พ่อบ้าน และธุรกิจส่วนตัว

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ พนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.89) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และอาชีพอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

อาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดสรรพื้นที่จัดวางสินค้าได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.14) และความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.09)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.85) และการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ หมวดยุ่ม และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.81) เท่ากัน

อาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีสถานที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.74)



**ตารางที่ 43** แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                         | อาชีพ                |            |                       |            |             |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|--|----------------------|------------|-----------------------|------------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|  | พนักงานเอกชน/รับจ้าง |            | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |            | อื่นๆ       |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |       |
|  | ค่าเฉลี่ย            | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย             | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |            |              |       |
| 1. มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดครึ่งสต็อก        | 3.88                 | มาก        | 3.67                  | มาก        | 3.92        | มาก        | 3.82         | มาก        | มาก          |       |
| 2. เจ้าของและพนักงานบริการดี                         | 4.26                 | มาก        | 3.98                  | มาก        | 3.96        | มาก        | 4.07         | มาก        | มาก          |       |
| 3. มีการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ให้เป็นที่รู้จัก           | 3.53                 | มาก        | 3.50                  | มาก        | 3.33        | ปานกลาง    | 3.45         | ปานกลาง    | ปานกลาง      |       |
| 4. มีบริการปรับเปลี่ยน – คืนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด | 3.83                 | มาก        | 3.62                  | มาก        | 3.93        | มาก        | 3.79         | มาก        | มาก          |       |
| 5. มีการแถมเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น                   | 3.76                 | มาก        | 3.63                  | มาก        | 3.83        | มาก        | 3.74         | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                  | <b>3.85</b>          | <b>มาก</b> | <b>3.68</b>           | <b>มาก</b> | <b>3.79</b> | <b>มาก</b> | <b>3.77</b>  | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

หมายเหตุ : ใดๆ ใดแก่ นักเรียน/นักศึกษา แม่บ้าน/พ่อบ้าน และธุรกิจส่วนตัว

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ให้ความสำคัญต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ พนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป (ค่าเฉลี่ย 3.85) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และอาชีพอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

อาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของร้านและพนักงานบริการด้วยรอยยิ้ม อัจฉริยะดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.88) และมีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.83)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของร้านและพนักงานบริการด้วยรอยยิ้ม อัจฉริยะดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.98) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.68) และมีการแถมเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น (ค่าเฉลี่ย 3.63)

อาชีพอื่น ๆ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของร้านและพนักงานบริการด้วยรอยยิ้ม อัจฉริยะดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.92)

**ตารางที่ 44** แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนตามรายปีได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์               | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน |            |                  |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|-----------------------------------|----------------------|------------|------------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|                                   | ไม่เกิน 10,000 บาท   |            | 10,001 บาทขึ้นไป |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |       |
|                                   | ค่าเฉลี่ย            | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย        | แปลผล      |              |            |              |       |
| 1. รูปลักษณ์ภายนอก                | 4.39                 | มาก        | 4.41             | มาก        | 4.40         | มาก        |              |       |
| 2. ความสะอาดของสินค้า             | 4.59                 | มากที่สุด  | 4.27             | มาก        | 4.43         | มาก        |              |       |
| 3. สีดีมี รูปแบบของสินค้า         | 4.29                 | มาก        | 4.32             | มาก        | 4.31         | มาก        |              |       |
| 4. สภาพใกล้เคียงกับสินค้าใหม่     | 4.52                 | มากที่สุด  | 4.10             | มาก        | 4.31         | มาก        |              |       |
| 5. ราคี้อของสินค้าเป็นที่รู้จัก   | 3.94                 | มาก        | 3.95             | มาก        | 3.95         | มาก        |              |       |
| 6. คุณภาพของสินค้า                | 4.54                 | มากที่สุด  | 4.23             | มาก        | 4.39         | มาก        |              |       |
| 7. มีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการ | 4.64                 | มากที่สุด  | 4.23             | มาก        | 4.44         | มาก        |              |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>               | <b>4.41</b>          | <b>มาก</b> | <b>4.22</b>      | <b>มาก</b> | <b>4.32</b>  | <b>มาก</b> |              |       |

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกันคือรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน (ค่าเฉลี่ย 4.41) และรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.22)

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรกเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.64) ความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.59) และคุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.54)

รายได้ 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรกเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ รูปลักษณ์ภายนอก สภาพความใหม่ ไม่ชำรุดมาก (ค่าเฉลี่ย 4.41) สี สัน รูปแบบของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.32) และความสะอาดของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ปัจจัยด้านราคา                        | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน |            |                  |            |             |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|---------------------------------------|----------------------|------------|------------------|------------|-------------|------------|--------------|-------|
|                                       | ไม่เกิน 10,000 บาท   |            | 10,001 บาทขึ้นไป |            | ค่าเฉลี่ย   | แปลผล      |              |       |
|                                       | ค่าเฉลี่ย            | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย        | แปลผล      |             |            |              |       |
| 1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ               | 4.63                 | มากที่สุด  | 4.37             | มาก        | 4.50        | มากที่สุด  |              |       |
| 2. ราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ | 4.53                 | มากที่สุด  | 4.03             | มาก        | 4.28        | มาก        |              |       |
| 3. สามารถต่อรองราคาได้                | 4.51                 | มากที่สุด  | 4.02             | มาก        | 4.27        | มาก        |              |       |
| 4. ราคาถูกมาก ๆ                       | 3.87                 | มาก        | 3.82             | มาก        | 3.85        | มาก        |              |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                   | <b>4.39</b>          | <b>มาก</b> | <b>4.06</b>      | <b>มาก</b> | <b>4.23</b> | <b>มาก</b> |              |       |

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.39) และรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 4.06)

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.39) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.63) ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.53) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.51)

รายได้ 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ราคาถูกกว่ามากเมื่อเทียบกับสินค้าใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และสามารถต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย                               | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน |            |                  |            |              |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|---|----------------------|------------|------------------|------------|--------------|------------|--------------|-------|
|   | ไม่เกิน 10,000 บาท   |            | 10,001 บาทขึ้นไป |            | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล      |              |       |
|   | ค่าเฉลี่ย            | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย        | แปลผล      |              |            |              |       |
| 1. เป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก                | 3.45                 | ปานกลาง    | 3.79             | มาก        | 3.62         | มาก        | มาก          |       |
| 2. เป็นร้านที่เปิดมาเป็นระยะเวลานาน                   | 3.22                 | ปานกลาง    | 3.62             | มาก        | 3.42         | ปานกลาง    | ปานกลาง      |       |
| 3. ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง                       | 3.69                 | มาก        | 3.71             | มาก        | 3.70         | มาก        | มาก          |       |
| 4. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่                 | 3.95                 | มาก        | 3.85             | มาก        | 3.90         | มาก        | มาก          |       |
| 5. มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย                           | 4.34                 | มาก        | 4.07             | มาก        | 4.21         | มาก        | มาก          |       |
| 6. มีสถานที่จอดรถสะดวก                                | 3.94                 | มาก        | 3.83             | มาก        | 3.89         | มาก        | มาก          |       |
| 7. ความสะอาดภายในร้าน                                 | 4.21                 | มาก        | 4.00             | มาก        | 4.11         | มาก        | มาก          |       |
| 8. ความสว่างภายในร้าน และอากาศถ่ายเทสะดวก             | 4.44                 | มาก        | 3.93             | มาก        | 4.19         | มาก        | มาก          |       |
| 9. มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้เหมาะสม | 4.47                 | มาก        | 3.94             | มาก        | 4.21         | มาก        | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                   | <b>3.97</b>          | <b>มาก</b> | <b>3.86</b>      | <b>มาก</b> | <b>3.92</b>  | <b>มาก</b> | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.97) และรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.86)

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.47) ความสว่างภายในร้าน และอากาศถ่ายเทสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.44) และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.34)

รายได้ 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.07) ความสะอาดภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีพื้นที่ภายในร้านกว้างขวาง จัดวางสินค้าได้เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.94)



ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                        | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน |            |                  |            |              | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผล |
|---|----------------------|------------|------------------|------------|--------------|--------------|-------|
|   | ไม่เกิน 10,000 บาท   |            | 10,001 บาทขึ้นไป |            | ค่าเฉลี่ยรวม |              |       |
|   | ค่าเฉลี่ย            | แปลผล      | ค่าเฉลี่ย        | แปลผล      |              |              |       |
| 1. มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดครึ่งสต็อก       | 3.67                 | มาก        | 3.89             | มาก        | 3.78         | มาก          |       |
| 2. เจ้าหน้าที่ขายและพนักงานบริการดี                 | 4.53                 | มากที่สุด  | 4.15             | มาก        | 4.34         | มาก          |       |
| 3. มีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก         | 3.19                 | ปานกลาง    | 3.54             | มาก        | 3.37         | ปานกลาง      |       |
| 4. มีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด | 4.19                 | มาก        | 3.79             | มาก        | 3.99         | มาก          |       |
| 5. มีการแถมเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น                  | 4.14                 | มาก        | 3.67             | มาก        | 3.91         | มาก          |       |
| <b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>                                 | <b>3.94</b>          | <b>มาก</b> | <b>3.81</b>      | <b>มาก</b> | <b>3.88</b>  | <b>มาก</b>   |       |

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากไม่ต่างกัน คือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.94) และรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป (ค่าเฉลี่ย 3.81)

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้ม อธิยาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.53) มีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีกรรมเมื่อซื้อสินค้าหลายชิ้น (ค่าเฉลี่ย 4.14)

รายได้ 10,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เจ้าของและพนักงานขายบริการด้วยรอยยิ้ม อธิยาศัยดี และสนใจลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีส่วนลดพิเศษบางช่วงเวลา เช่น ลดล้างสต็อก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และมีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้าในระยะเวลาที่กำหนด (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่

| ปัญหาที่พบ                                    | ระดับของปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง |        |       |        |         |        |       |        |            |        |       |        | ค่าเฉลี่ย | อันดับ<br>ที่ |
|---|---|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-------|--------|-----------|---------------|
|   | มากที่สุด                                       |        | มาก   |        | ปานกลาง |        | น้อย  |        | น้อยที่สุด |        | จำนวน | ร้อยละ |           |               |
|   | จำนวน   | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน   | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ |       |        |           |               |
| 1. ไม่มีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้า          | 85  | 21.3   | 147   | 36.8   | 123     | 30.8   | 27    | 6.8    | 18         | 4.5    | 3.64  | 1      |           |               |
| 2. ภายในร้านสกปรก                             | 85  | 21.3   | 121   | 30.3   | 159     | 39.8   | 32    | 8.0    | 3          | 0.8    | 3.63  | 2      |           |               |
| 3. อากาศไม่ถ่ายเท มีกลิ่นอับ ไม่ค่อยสว่าง     | 88  | 22.0   | 102   | 25.5   | 182     | 45.5   | 22    | 5.5    | 6          | 1.5    | 3.61  | 3      |           |               |
| 4. สินค้ามีรูปลักษณ์ภายนอกทำรู้สึกเสียหายนมาก | 39  | 9.8    | 196   | 49.0   | 125     | 31.3   | 40    | 10.0   | 0          | 0.0    | 3.59  | 4      |           |               |
| 5. รุ่นของสินค้าที่ต้องการไม่มี               | 55  | 13.8   | 162   | 40.5   | 147     | 36.8   | 36    | 9.0    | 0          | 0.0    | 3.59  | 4      |           |               |
| 6. เจ้าของหรือคนขายบริการไม่ดี                | 78  | 19.5   | 118   | 29.5   | 167     | 41.8   | 28    | 7.0    | 9          | 2.3    | 3.57  | 5      |           |               |
| 7. ราคาไม่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า              | 41  | 10.3   | 167   | 41.8   | 160     | 40.0   | 26    | 6.5    | 6          | 1.5    | 3.53  | 6      |           |               |
| 8. สินค้ามีราคาแพง                            | 57  | 14.3   | 142   | 35.5   | 158     | 39.5   | 37    | 9.3    | 6          | 1.5    | 3.52  | 7      |           |               |
| 9. ราคาต่อรองไม่ได้                           | 36  | 9.0    | 163   | 40.8   | 168     | 42.0   | 33    | 8.3    | 0          | 0.0    | 3.51  | 8      |           |               |
| 10. ตราหรือของสินค้าที่ต้องการมีน้อย          | 45  | 11.3   | 152   | 38.0   | 160     | 40.0   | 40    | 10.0   | 3          | 0.8    | 3.49  | 9      |           |               |
| 11. ไม่มีที่จอดรถ หรือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก   | 69  | 17.3   | 99    | 24.8   | 198     | 49.5   | 28    | 7.0    | 6          | 1.5    | 3.49  | 9      |           |               |

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ต่อ)

| ปัญหาที่พบ  | ระดับของปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง |        |       |        |         |        |       |        |            |        |           |             | ค่าเฉลี่ย  | อันดับ<br>ที่ |
|---|---|--------|-------|--------|---------|--------|-------|--------|------------|--------|-----------|-------------|------------|---------------|
|   | มากที่สุด                                       |        | มาก   |        | ปานกลาง |        | น้อย  |        | น้อยที่สุด |        | ค่าเฉลี่ย |             |            |               |
|   | จำนวน   | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน   | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน      | ร้อยละ | จำนวน     | ร้อยละ      |            |               |
| 12. ความหลากหลายของสินค้าภายในร้านมีน้อย                      | 43  | 10.8   | 130   | 32.5   | 188     | 47.0   | 36    | 9.0    | 3          | 0.8    | 3.47      | ปานกลาง     | 10         |               |
| 13. พื้นที่ร้านค้าแคบไม่สะดวกในการเลือกซื้อ                   | 44  | 11.0   | 140   | 35.0   | 167     | 41.8   | 46    | 11.5   | 3          | 0.8    | 3.44      | ปานกลาง     | 11         |               |
| 14. ไม่เคยเห็นการโฆษณาร้านขายเครื่องแต่งกายมือสองตามสื่อต่างๆ | 57  | 14.3   | 129   | 32.3   | 163     | 40.8   | 36    | 9.0    | 15         | 3.8    | 3.44      | ปานกลาง     | 11         |               |
| 15. การจัดวางสินค้าภายในร้านไม่เป็นระเบียบ หายาก              | 43  | 10.8   | 123   | 30.8   | 173     | 43.3   | 61    | 15.3   | 0          | 0.0    | 3.37      | ปานกลาง     | 12         |               |
| 16. ท่าเลที่ตั้งร้านไม่สะดวกในการเดินทาง                      | 39  | 9.8    | 122   | 30.5   | 190     | 47.5   | 43    | 10.8   | 6          | 1.5    | 3.36      | ปานกลาง     | 13         |               |
| 17. ไม่ค่อยรู้ว่าแหล่งจำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสอง             | 39  | 9.8    | 116   | 29.0   | 176     | 44.0   | 59    | 14.8   | 10         | 2.5    | 3.29      | ปานกลาง     | 14         |               |
| <b>ค่าเฉลี่ย (รวม)</b>  |   |        |       |        |         |        |       |        |            |        |           | <b>3.50</b> | <b>มาก</b> |               |

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 โดยปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบและให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ไม่มีบริการรับเปลี่ยน – คืนสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.64) ภายในร้านสกปรก (ค่าเฉลี่ย 3.63) และอากาศไม่ถ่ายเท มีกลิ่นอับ ไม่ค่อยมีความสว่างภายในร้าน (ค่าเฉลี่ย 3.61)

#### ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. ควรเน้นด้านความสะอาดของสินค้า สินค้าที่นำมาวางขายควรผ่านการซักทำความสะอาดฆ่าเชื้อโรคมาแล้ว (จำนวน 12 ราย)
2. ไม่ควรตั้งราคาขายสูงมากจนเกินไป เพราะปัจจุบันมีสินค้าใหม่ที่ขายราคาถูกกว่ามาก เป็นช่องทางให้ลูกค้าหันกลับไปสนใจสินค้าใหม่มากกว่าสินค้ามือสอง (จำนวน 8 ราย)
3. สินค้าที่นำมาขายไม่ควรมีสภาพที่ชำรุด หรือเก่ามาก (จำนวน 5 ราย)
4. เจ้าของร้านหรือพนักงานขาย ควรดูแลและให้ความสนใจลูกค้าเป็นอย่างดี คอยให้คำแนะนำหรือตอบคำถามข้อสงสัยของลูกค้า (จำนวน 3 ราย)
5. ควรติดป้ายประกาศให้ลูกค้าทราบถึงวันที่ลงสินค้าใหม่ (จำนวน 3 ราย)
6. ควรติดป้ายราคาให้ชัดเจน (จำนวน 2 ราย)
7. บางร้านมีสินค้าให้เลือกน้อย (จำนวน 2 ราย)
8. ควรจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ แขนงหรือเรียงให้เป็นระเบียบ ง่ายต่อการเลือกซื้อของลูกค้า (จำนวน 1 ราย)
9. ควรจัดโซนสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ ราคาแพงกว่าก็ไม่เป็นไร (จำนวน 1 ราย)
10. ต้องการสินค้าแบรนด์เนมที่เป็นของแท้ (จำนวน 1 ราย)