

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

พฤติกรรมการเลือกซื้อของทำของนักศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



นางสาวณัฐวรรณ นนทิวัดน์วิณิช
นางสาวนิรมล โกลากุล
นางสาวสุวลี ไพศาลวรจิต

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต
ภาควิชาสถิติประยุกต์
คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2541

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 32851
วัน, เดือน, ปี 14 ส.ย. 2542

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**Behaviour of purchasing shoes of students in
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang**



Miss Nattawan Nontiwatwanich
Miss Niramol Kolakul
Miss Suwalee Paisanvorajit

**A Special Project Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirement for the Degree of Bachelor of Science
Department of Applied Statistics
Faculty of Science
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang**

1998

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อปัญหาพิเศษ พหุติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
โดย นางสาวณัฐวรรณ นนทิวฒน์วิช
นางสาวนิรมล โกลากุล
นางสาวสุวดี ไพศาลวรจิต
อาจารย์ที่ปรึกษา คร. มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ

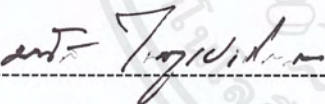
ภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบังอนุมัติให้นับปัญหาพิเศษฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตร
บัณฑิต



(ผศ. วรารัตน์ เรืองรัตนเมธี)

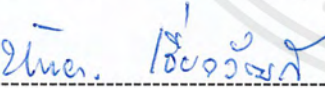
หัวหน้าภาควิชา

คณะกรรมการปัญหาพิเศษ



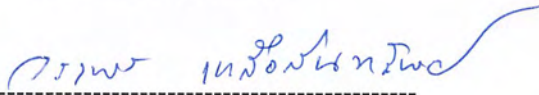
(ดร. มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ)

ประธานกรรมการ



(ผศ. หัตยา เชี่ยววัฒนิก)

กรรมการ



(อาจารย์ วรพร เหลือสินทรัพย์)

กรรมการ

ลิขสิทธิ์ของภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อปัญหาพิเศษ	พฤติกรรม การเลือกซื้อ รองเท้า ของ นักศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
โดย	นางสาวฉัฐวรรณ นนทิวฒน์วัณิช	
	นางสาวนิรมล โกลากุล	
	นางสาวสุวดี ไพบูลย์จิต	
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. มนัส	ไพฑูรย์เจริญลาภ
ภาควิชา	สถิติประยุกต์	
ปีการศึกษา	2541	

บทคัดย่อ

การทำปัญหาพิเศษครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ รองเท้า ของ นักศึกษา เพื่อให้ทราบและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การเลือกซื้อ รองเท้า ให้เหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การลดมูลค่าการนำเข้า รองเท้า จาก ต่าง ประเทศ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลของ รองเท้า 3 ประเภท ได้แก่ รองเท้าแตะ รองเท้ากีฬา รองเท้าสวมใส่ ออกนอกบ้าน หรือ รองเท้าหุ้มส้น จาก นักศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2541 จำนวน 392 คน ใช้แผนแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จำแนกตาม เพศ คณะ และ ชั้นปี เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา โดยใช้แบบสอบถาม วิธีการทางสถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยไคสแควร์

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่นำมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อ รองเท้า ประเภท ต่างๆ ทั้งที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ ได้แก่ คุณภาพ รองเท้า รูปแบบ สี สัน อายุ การใช้งาน และ ราคา ย่อมเยา นักศึกษาส่วนใหญ่ นิยมซื้อ รองเท้า กีฬา และ รองเท้า หุ้ม ส้น ที่นำเข้าจาก ต่างประเทศ มากกว่า รองเท้าแตะ ในการเลือกซื้อ รองเท้า กีฬา ที่นำเข้าจากต่างประเทศคณะกับปัจจัย สถานที่ซื้อ มีความสัมพันธ์กันคือ มีร้อยละ 41.18 ของ นักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ และ ร้อยละ 42.86 ของ นักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ สนใจ ปัจจัย สถานที่ซื้อ สำหรับการเลือกซื้อ รองเท้า หุ้ม ส้น ที่นำเข้าจากต่างประเทศ เพศกับปัจจัยรูปแบบ สี สัน มีความสัมพันธ์กันคือ มีร้อยละ 87.17 ของ นักศึกษา เพศชาย และ ร้อยละ 76.09 ของ นักศึกษา เพศหญิง สนใจ ปัจจัยรูปแบบ สี สัน ตรงตามความต้องการ และ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน กับ ปัจจัย สถานที่ซื้อ มีความสัมพันธ์กันคือ มีร้อยละ 55.63 ของ นักศึกษา ที่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน มากกว่า 5,000 บาท สนใจ ปัจจัย สถานที่ซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และ ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Special Project Title	Behaviour of purchasing shoes of students in King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
Name	Miss Nattawan Nontiwatwanich Miss Niramol Kolakul Miss Suwalee Paisanvorajit
Special Problem Advisor	Dr. Manat Pithuncharurnlap
Department	Applied Statistics
Academic Year	1998

Abstract

The purpose of this study was to determine factors affecting student behavior of purchasing shoes that would be knowledges to use for adjusting the behavior to decrease importing value. The shoes were classified into three categories : slippers , athletic-shoes and heeled-shoes. A sample of 392 students was drawn from King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang on 1998. The Stratified Sampling using sex, faculty and year as stratification variables has been used. The data were obtained by using questionnaires. Statistical methods used in the data analysis were percentage, mean and chi-square test.

The results indicated that, the factors that used in making decision to buy shoes are quality, styles, durability and cheap price. Most students have more admired in using imported athletic-shoes and heeled-shoes than slippers. For the imported athletic-shoes, only the faculty and the place factor are associated. Students in faculty of Science of 41.18% and Industrial Education of 42.86% interested in the place factor while the other faculties have no substantial interest. For the import heeled-shoes there are significant relationship between sex and the style factor, and between income and the place factor. About 87.18% of male and 76.09% of female interested in the styles factor. About 55.63% of the student who has the average monthly income over 5,000 baht interested in the place factor while the other incomes have no substantial interest.

กิตติกรรมประกาศ

ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์หลายท่าน และบุคคลหลายฝ่ายที่ได้ให้คำแนะนำให้คำปรึกษาและช่วยเหลือในการดำเนินการด้านต่างๆ ซึ่งคณะผู้จัดทำปัญหาพิเศษขอขอบพระคุณมา ณ. ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่เคยอบรมสั่งสอนสรรพวิชาตั้งแต่เบื้องต้นจนถึงปัจจุบัน ขอขอบพระคุณ ดร.มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ ที่กรุณาให้คำปรึกษาคำแนะนำต่างๆ เกี่ยวกับการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ ซึ่งแนะแนวทางรวมทั้งให้การสนับสนุนในการจัดทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ ผศ. หทัยา เขียววัฒณี ที่กรุณาควบคุมดูแลและตรวจแก้ไขในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ วราพร เหลือสินทรัพย์ ที่กรุณาควบคุมดูแลและตรวจแก้ไขในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาสถิติประยุกต์ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์และช่วยเหลือในด้านการจัดหาอุปกรณ์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ นักศึกษาทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามที่ใช้ทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ไว้ ณ. โอกาสนี้ด้วย

นางสาวณัฐวรรณ นนทิวฒน์วิช

นางสาวนิรมล โกลากุล

นางสาวสุวดี ไพศาลวรจิต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อปัญหาพิเศษภาษาไทย	ก
บทคัดย่อปัญหาพิเศษภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1. บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาพิเศษ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการทำปัญหาพิเศษ	3
1.3 สมมติฐานของการทำปัญหาพิเศษ	3
1.4 ขอบเขตของการทำปัญหาพิเศษ	3
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการทำปัญหาพิเศษ	3
1.6 คำจำกัดความของการทำปัญหาพิเศษ	4
บทที่ 2. ทฤษฎีและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 3. วิธีดำเนินการทำปัญหาพิเศษ	11
3.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน	11
3.2 ประชากร	11
3.3 แบบแผนการสุ่มตัวอย่าง	13
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	14
3.5 การหาความเชื่อมั่นและความเที่ยงของแบบสอบถาม	15
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	17
บทที่ 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	20
4.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา	20
4.2 พฤติกรรมการซื้อรองเท้านำเข้าจากต่างประเทศของนักศึกษา	22

	หน้า
4.3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับระดับ การตัดสินใจซื้อในแต่ละปัจจัยของการซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ	26
4.4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับระดับการตัดสินใจซื้อในแต่ละปัจจัยของการซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ	31
4.5 ปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ	34
4.6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัว กับความคิดเห็นส่วนตัว	58
4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับความคิดเห็นส่วนตัว	59
4.8 การวิเคราะห์ความคิดเห็นส่วนตัว	60
บทที่ 5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	78
ภาคผนวก ก ตารางค่า p-value	78
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	95
ภาคผนวก ค คู่มือการลงรหัส	102

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนประชากรนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปีการศึกษา 2541 จำแนกตามเพศ คณะและชั้นปี	12
3.2 ขนาดตัวอย่างของนักศึกษา จำแนกตามเพศ คณะและชั้นปี	12
4.1.1 ค่าร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศจากขนาดตัวอย่าง 392 คน	20
4.1.2 ค่าร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะจากขนาดตัวอย่าง 392 คน	21
4.1.3 ค่าร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามชั้นปีจากขนาดตัวอย่าง 392 คน	21
4.1.4 ค่าร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากขนาดตัวอย่าง 392 คน	22
4.2.1 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ	22
4.2.2 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ จำแนกตามเพศของนักศึกษา	23
4.2.3 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ จำแนกตามคณะของนักศึกษา	23
4.2.4 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	24
4.2.5 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา	25
4.3.1 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย โดยพิจารณาปัจจัยความเป็นที่ยอมรับ นำ จำแนกตามเพศของนักศึกษา	26
4.3.2 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าสวมใส่ ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นผลิตในประเทศไทย โดยพิจารณาปัจจัย ทางด้านรูปแบบสี สันตรงตามความต้องการ จำแนกตามเพศของนักศึกษา	27
4.3.3 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าแตะที่ผลิต ในประเทศไทย โดยพิจารณาปัจจัยความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์ จำแนกตามคณะของนักศึกษา	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่	หน้า
4.3.4 คำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศโดยพิจารณาปัจจัยทางด้านสถานที่ซื้อ จำแนกตามคณะของนักศึกษา	28
4.3.5 คำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าสวมใส่ ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยโดยพิจารณาปัจจัย พนักงานขาย จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	30
4.3.6 คำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อ รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย โดยพิจารณาปัจจัยทางด้านสถานที่ซื้อ จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	30
4.3.7 คำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อ รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยพิจารณาปัจจัยทางด้านสื่อ โฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	31
4.4.1 คำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อ รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยโดยพิจารณา ปัจจัยทางด้านราคาเยี่ยมเยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา	32
4.4.2 คำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อ รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย โดยพิจารณาปัจจัยทางด้านสื่อ โฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา	33
4.4.3 คำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อ รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยพิจารณาปัจจัยสถานที่ซื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา	33
4.5.1 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าแตะของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศของนักศึกษา	36
4.5.2 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศของนักศึกษา	37
4.5.3 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้าน หรือรองเท้าหุ้มส้นของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศของนักศึกษา	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่	หน้า
4.5.4 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าแตะของนักศึกษา โดยจำแนกตามคณะของนักศึกษา	43
4.5.5 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของนักศึกษา โดยจำแนกตามคณะของนักศึกษา	44
4.5.6 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้าน หรือรองเท้าหุ้มส้นของนักศึกษา โดยจำแนกตามคณะของนักศึกษา	45
4.5.7 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าแตะของนักศึกษา โดยจำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	49
4.5.8 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของนักศึกษา โดยจำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	50
4.5.9 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้าน หรือรองเท้าหุ้มส้นของนักศึกษา โดยจำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	51
4.5.10 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าแตะของนักศึกษา โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา	55
4.5.11 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของนักศึกษา โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา	56
4.5.12 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้าน หรือรองเท้าหุ้มส้นของนักศึกษา โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักศึกษา	57
4.8.1.1 คำร้อยละและการจัดลำดับความสำคัญของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย	60
4.8.1.2 คำร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับ รองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามเพศของนักศึกษา	60
4.8.1.3 คำร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับ รองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามคณะของนักศึกษา	61
4.8.1.4 คำร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับ รองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	62
4.8.1.5 คำร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับ รองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่	หน้า
4.8.2.1 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อ รองเท้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	64
4.8.2.2 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อ รองเท้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำแนกตามเพศของนักศึกษา	65
4.8.2.3 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อ รองเท้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำแนกตามคณะของนักศึกษา	65
4.8.2.4 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อ รองเท้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	66
4.8.2.5 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อ รองเท้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักศึกษา	67
4.8.3.1 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย	69
4.8.3.2 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามเพศของนักศึกษา	70
4.8.3.3 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามคณะของนักศึกษา	71
4.8.3.4 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา	72
4.8.3.5 จำนวนของนักศึกษาและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของนักศึกษา	73

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

รองเท้านับเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่ทุกคนสวมใส่เพื่อป้องกันเท้าจากเชื้อโรค สภาพแวดล้อมที่ขรุขระหรืออันตราย รูปแบบของรองเท้าในยุคแรกๆจะดูเรียบง่าย มักทำจากเศษหญ้าฟางหรือหนังสัตว์ดิบ ในปัจจุบันรองเท้ามีรูปแบบหลากหลายและมีสีสันสวยงามขึ้น รองเท้ายังอาจใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสถานะทางสังคมของผู้สวมใส่และมีบทบาทสำคัญในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการแต่งกาย เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ประโยชน์ในหลายๆด้าน รองเท้าได้รับการออกแบบให้ใช้เฉพาะอย่างมากขึ้น เช่น รองเท้าแตะ รองเท้าผ้าใบ รองเท้ากีฬา รองเท้าที่สวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้น จากรายงาน ปี 2538 ของกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ได้ประมาณว่า ความต้องการรองเท้าของคนในประเทศเฉลี่ยคนละ 2 คู่ต่อปี เมื่อคูณกับจำนวนประชากรซึ่งมีประมาณ 60 ล้านคน ดังนั้นความต้องการรองเท้าของคนในประเทศจึงมีประมาณ 120 ล้านคู่ ในขณะที่กำลังการผลิตเพื่อใช้ในประเทศมีถึง 480 ล้านคู่ โดยจำแนกเป็นรองเท้าแตะมีกำลังการผลิตประมาณ 90 ล้านคู่ รองเท้าผ้าใบและรองเท้ากีฬามีกำลังการผลิตประมาณ 120 ล้านคู่ รองเท้าที่สวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นมีกำลังการผลิตประมาณ 150 ล้านคู่ รองเท้าที่ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรมมีกำลังการผลิตประมาณ 60 ล้านคู่ และรองเท้าประเภทอื่นๆมีกำลังการผลิตประมาณ 60 ล้านคู่ (รายงานกองข้อมูลการค้าปี 2538) แสดงให้เห็นว่ารองเท้าที่ผลิตในประเทศนั้นมีเพียงพอกับความต้องการของคนในประเทศ นอกจากนี้กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ยังระบุว่ามีการส่งออกรองเท้าโดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี จากปี 2536 - 2538 โดยปี 2536 มูลค่าการส่งออก 26,200 ล้านบาท ปี 2537 มูลค่าการส่งออก 38,115 ล้านบาท และปี 2538 มูลค่าการส่งออกเป็น 57,149 ล้านบาท ส่วนปี 2539 เป็นปีที่ทั่วโลกเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจทำให้มีมูลค่าการส่งออกลดลง แต่ก็ยังมีมูลค่าการส่งออกถึง 33,544 ล้านบาท ถึงแม้ว่ามูลค่าการผลิตรองเท้าเพื่อการส่งออกจะมีมูลค่าสูง ขณะเดียวกันกลับมีการนำเข้ารองเท้าจากต่างประเทศซึ่งมีมูลค่าสูงกว่า 1,100 ล้านบาท และนำเข้าเพิ่มขึ้นทุกปี โดยปี 2536 - 2538 มูลค่าการนำเข้าเป็น 1,113 1,362 และ 1,558 ล้านบาทตามลำดับ ส่วนปี 2539 มูลค่านำเข้าเป็น 1,301 ล้านบาท และกลับนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 1,778 ล้านบาทในปี 2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลข้างต้นชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภครายส่วนใหญ่นิยมใช้รองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ จากผลการสำรวจจากเอแบคโพลล์ถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าของคนไทยที่พบว่ารองเท้าเป็นสินค้าที่คนไทยนิยมนำเข้าจากต่างประเทศเป็นอันดับที่ 4 รองจากเสื้อผ้า เครื่องสำอาง และของกิน (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับวันที่ 3 มิถุนายน 2541) การที่คนไทยบางส่วนยังนิยมใช้รองเท้าจากต่างประเทศนั้นอาจเป็นเพราะยังมีความเชื่อที่ว่ารองเท้าที่ผลิตจากต่างประเทศใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดี มีรูปแบบที่ทันสมัย มีความหรูหราเหมาะสมกับฐานะและมีรูปทรงที่แปลกตึงกับรสนิยมของตน

ถึงแม้ว่าความนิยมชมชอบหรือรสนิยมจะเป็นเรื่องความพึงพอใจของแต่ละบุคคลก็ตาม ในช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในภาวะที่วิกฤตต้องมีการกู้ยืมเงินทุนจากกองทุนกู้ยืมระหว่างประเทศหรือ IMF นักศึกษาในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม เป็นกำลังสำคัญของชาติ ในการสร้างค่านิยมที่ดี และเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับวัยรุ่นจะได้รู้จักการประหยัด นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยสนับสนุนสินค้าไทยรวมทั้งยังเป็นการป้องกันเงินตรารั่วไหลออกต่างประเทศ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าของนักศึกษา จะทำให้นักศึกษาได้ตระหนักถึงการสร้างค่านิยมในทางที่ดีและเหมาะสม และช่วยให้หน่วยงานที่ผลิตรองเท้าได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรองเท้าเพื่อนำไปพัฒนาการผลิตให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดซึ่งจะมีผลทำให้การนำเข้ารองเท้าจากต่างประเทศมีปริมาณลดลงได้

การวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษากับนักศึกษาศาสนาบันเทคโน โฉยพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา โดยจำแนกนักศึกษาตามเพศ คณะ และชั้นปี ตามแนวความคิดที่ว่าความแตกต่างระหว่างเพศ คณะ และชั้นปีจะมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อรองเท้าของนักศึกษาแตกต่างกันเนื่องจากตามทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคกล่าวถึงความแตกต่างในพฤติกรรมส่วนหนึ่งเกิดจากความแตกต่างในตัวผู้บริโภคเองเช่น เพศ การศึกษา อายุ ความคิดเห็นส่วนตัวทัศนคติ (อนุชิต สละชูสากล) และจากการศึกษาเหตุจูงใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของนักศึกษาที่สถาบันแห่งนี้พบว่า นักศึกษาที่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศ และคณะ จะมีเหตุจูงใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน (ปิยะฉัตร สงวนทรัพย์และคณะ ปี 2539) และผู้วิจัยคิดว่าพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้ากับการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปอาจมีความคล้ายคลึงกัน ส่วนความแตกต่างในชั้นปีนั้น (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา 2527 : 28) พบว่านักศึกษาที่ศึกษาในชั้นปีที่ต่างกันนั้นจะมีความคิดที่แตกต่างกันไปโดยนักศึกษาในปีหนึ่งจะมีความสนใจในสิ่งรอบด้าน มีความตั้งใจในการศึกษาและอยากปรับตัวให้เข้ากับสังคมมหาวิทยาลัย นักศึกษาปีสองเริ่มมีความคิดเห็นขัดแย้งกับมหาวิทยาลัย มีความรู้สึกว่าตนเองเป็นผู้ใหญ่ขึ้น นักศึกษาปีสามมักจะ

สงบเงียบอยู่กับกลุ่มเพื่อนๆ มีความเฉยเมยต่อสังคมมหาวิทยาลัย ส่วนนักศึกษาปีสี่ส่วนใหญ่มักจะเริ่มสนใจเรื่องเกี่ยวกับการงาน การศึกษาต่อและความก้าวหน้าในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศ คณะ และชั้นปี

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษามีผลต่อปัจจัยที่ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้า
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษามีผลต่อปัจจัยที่ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้า
3. สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษามีผลต่อความคิดเห็นส่วนตัว
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษามีผลต่อความคิดเห็นส่วนตัว

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา โดยศึกษากับนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ทุกคณะ ทุกชั้นปี ในปีการศึกษา 2541

1.5 ข้อตกลงเบื้องต้น

นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่ศึกษาในหลักสูตรต่อเนื่องชั้นปีที่ 1 และปีที่ 2 เทียบได้เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 ของคณะอื่น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อทราบและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าของนักศึกษาให้เหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การลดมูลค่าการนำเข้ารองเท้าจากต่างประเทศ และเป็นข้อมูลให้อุตสาหกรรมรองเท้าของไทยนำไปพิจารณาหาแนวทางในการพัฒนาการผลิตรองเท้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

1.7 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

รองเท้า หมายถึง สิ่งห่อหุ้มเท้าแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ รองเท้าแตะ รองเท้ากีฬา และ รองเท้าที่สวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้น

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อรองเท้า หมายถึง การตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ ที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีทุกคณะ ทุกชั้นปี ในปีการศึกษา 2541

คณะ หมายถึง คณะต่างๆ ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งประกอบด้วยคณะวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีการเกษตร และครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา หมายถึง เพศ คณะ และชั้นปี

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้า ได้แก่ ความเป็นที่ยอมรับใน รูปแบบสี สันตรงกับ ความต้องการ ราคา ย่อมเยา คุณภาพดี อายุการใช้งานยาวนาน ความนิยมในหมู่เพื่อน ความนิยม ในหมู่นักเรียน ร้อง สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ต่างๆ พนักงานขายและสถานที่ซื้อ

ความคิดเห็นส่วนตัว ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับ รองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ และ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

บทที่ 2

ทฤษฎีและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค

ธงชัย สันติวงษ์ (2533 : 29) ได้ให้คำจำกัดความของพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการซื้อสินค้าและบริการ ทั้งนี้รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วและส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว เมื่อก้าวถึงพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคเราจะเห็นว่าตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญ ดังนั้นพฤติกรรมการณ์ซื้อคือการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยเงิน และรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวกำหนดให้มีการกระทำในการซื้อสินค้า

กระบวนการตัดสินใจ

อนุชิต (2540 : 1-3) ได้อธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจไว้ดังนี้ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. การซื้อที่ไม่เคยซื้อมาก่อน หมายถึง การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่ยังไม่เคยซื้อมาก่อน รวมทั้งที่เคยซื้อแต่ใช้แล้วไม่พอใจ
2. การซื้อซ้ำ หมายถึง การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่เคยซื้อแล้วและรู้สึกพึงพอใจในผลที่ได้รับจากการใช้สินค้านั้น

ขั้นตอนสำคัญของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น (Problem of Need Recognition) หมายถึง การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่จนเกิดความต้องการที่จะหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาช่วยแก้ปัญหาที่นั่น ซึ่งก็คือ สินค้าหรือบริการที่สามารถทำหน้าที่แก้ปัญหาที่นั่นนั่นเอง
2. การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) หมายถึง การที่ผู้บริโภคเสาะหาและคัดเลือกข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ เพื่อใช้กำหนดทางเลือกและประกอบการตัดสินใจเลือกทางเลือกในการแก้ปัญหา โดยทั่วไปผู้บริโภคมักจะมีข้อมูลส่วนหนึ่งเก็บไว้ในความทรงจำ แต่บางครั้งก็อาจต้องหาเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) หมายถึง การนำเอาทางเลือกที่รวบรวมไว้ในขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลมาพิจารณาเพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุด ผู้บริโภคมักจะตัดสินใจเลือกใน 2 ระดับ คือ การเลือกตัวสินค้า (Products/Services) และการเลือกตราสินค้า (Brands)

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase or Choice) หมายถึง การตัดสินใจเลือกเอาทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งพร้อมกับดำเนินการเพื่อให้ได้ทางเลือกนั้นมาด้วยวิธีการลักษณะต่างๆ

5. ความรู้สึกหลังการซื้อ (Post Purchase Feelings or the Outcome of Choice) หมายถึง ความรู้สึกภายนอกหลังจากที่ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการที่เลือกซื้อแล้วซึ่งแบ่งออกเป็นความรู้สึกพอใจและไม่พอใจในสินค้าหรือบริการนั้น ความพอใจเกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์จากการใช้ตรงกับที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ และถ้าผู้บริโภคผิดหวังกับการใช้สินค้าหรือบริการนั้นก็จะมีรู้สึกไม่พอใจ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกัน มีดังนี้

- ก. อิทธิพลจากสภาวะแวดล้อม เช่น วัฒนธรรม ชั้นของสังคม และครอบครัวของผู้บริโภค ฯลฯ
- ข. ความแตกต่างในตัวผู้บริโภคเอง เช่น ฐานะทางการเงิน ความรู้ การศึกษา ทักษะ บุคลิกภาพ วิธีการดำเนินชีวิต ฯลฯ
- ค. ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้บริโภคเสาะหามา และเก็บเอาไว้ในความทรงจำ

การประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ

การประเมินทางเลือกเป็นขั้นตอนที่สำคัญในกระบวนการตัดสินใจ ผู้บริโภคจะพิจารณาเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียของสินค้าหรือบริการก่อนที่จะตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการนั้น คุณลักษณะสำคัญที่ผู้บริโภคอาจนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินมีอยู่หลายตัวด้วยกัน เช่น ราคา ตราสินค้าและประเทศผู้ผลิต เป็นต้น ราคามักจะเป็นเกณฑ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ในการเปรียบเทียบทางเลือกแต่ละทางในแต่ละครั้ง ขณะที่ตราสินค้าจะเป็นเกณฑ์ที่บอกถึงระดับคุณภาพของสินค้านั้นๆ ส่วนประเทศผู้ผลิตเป็นเกณฑ์ที่บอกถึงความน่าเชื่อถือของสินค้า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดจำนวน ลักษณะ ตลอดจนความสำคัญของเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินทางเลือกมีอยู่ด้วยกัน 4 ประการ คือ (สละ ชูจงกล 2539 : 8-9)

1. ลักษณะทั่วไปของผู้ซื้อ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ซื้อในด้านอายุ เพศ การศึกษา วัฒนธรรม สังคม และจิตวิทยาของผู้ซื้อว่าสนใจในผลิตภัณฑ์นั้นเพียงใด
2. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ แบบ คุณภาพ ราคา หีบห่อ ครายี่ห้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ลักษณะของผู้ขายที่มีผลบวกด้านความคิดเห็นของผู้ซื้อจะทำให้ผู้ซื้อที่มีความเชื่อถือ มีความพอใจในการปฏิบัติตัวของผู้จำหน่าย การวางตัวของผู้ขายต่อผู้ซื้อ ท่าเลที่ตั้ง สภาพสถานที่จำหน่ายเป็นที่ยอมรับ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อ
4. ลักษณะด้านสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดด้านเวลาและความจำเพาะของผลิตภัณฑ์

การตัดสินใจซื้อ

ชงชัย สันติวงษ์ (2533 : 214-216) ได้อธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคต่างกันคือ

1. สิ่งจูงใจต่างกันเป้าหมายของแต่ละบุคคลมักจะเป็นสิ่งที่สืบเนื่องมาจากค่านิยมที่ต่างกัน
2. การรับรู้และความเข้าใจต่างกัน คือ คนที่อยู่ในชั้นใดมักจะมองเห็นและเข้าใจสิ่งต่างๆ และตีความตัวกระตุ้นอันเดียวกันออกไปตามค่านิยมของชั้นตนเสมอ
3. ลักษณะท่าทางต่างกัน ลักษณะท่าทางของบุคคลต่างๆมักจะผันแปรไปตามชั้นทางสังคมเสมอ
4. การเรียนรู้และความเฉลียวฉลาดต่างกัน
5. ครอบครัวที่แตกต่างกัน ครอบครัวที่ต่างกันในระดับต่างๆอาจทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน
6. แบบของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ชั้นของสังคมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของครอบครัวด้วยการถ่ายทอดวัฒนธรรมของชุมชนเข้าสู่ครอบครัวในแบบต่างๆ กัน
7. กระบวนการตัดสินใจต่างกัน ชั้นของสังคมมักจะเป็นปัจจัยประการสำคัญที่ทำให้กระบวนการตัดสินใจต่างๆแตกต่างกันออกไป
8. แหล่งของข้อมูลที่ได้มาต่างกัน ผู้บริโภคทั้งหลายมักจะได้รับขนาดและแหล่งที่มาของข้อมูลแตกต่างกันไปตามฐานะสังคม
9. กระบวนการซื้อต่างกัน ฐานะทางสังคมมักจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวกับการซื้อว่า จะเลือกซื้อที่ไหน อย่างไร

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2536 : 428) อธิบายไว้ว่าการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ขึ้นกับปัจจัย

2 ประการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ราคาของผลิตภัณฑ์กับเงินที่ผู้บริโภคมี ถ้าปัจจัยทั้ง 2 ประการสมดุลกันและ ผู้บริโภคมีความต้องการ การตัดสินใจซื้อ ก็จะรวดเร็วมากขึ้น หากราคาแพงกว่าเงินที่มีอยู่อาจต้องชะลอการตัดสินใจไปก่อน
2. ความเสี่ยง การตัดสินใจซื้อต้องอาศัยการประเมินทางเลือกของผู้บริโภค ซึ่งอาจเกิดความไม่แน่นอนดังกล่าวเรียกว่าเป็นความเสี่ยงในการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งเป็นโอกาสที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจผิดพลาดหรือซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถสนองความต้องการได้อย่างเต็มที่

การผลิตรองเท้าในประเทศไทย

อุตสาหกรรมรองเท้าของไทยมีผู้ประกอบการมากกว่า 2,000 ราย ร้อยละ 90 เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือน ที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 10 เป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง (กำลังผลิตประมาณ 500,000 คู่/ปี) ถึงขนาดใหญ่ (กำลังผลิตมากกว่า 500,000 คู่/ปี) และผู้ประกอบการขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนและผลิตเพื่อส่งออกจำหน่ายต่างประเทศเป็นหลัก สำหรับปริมาณการผลิตรองเท้าในประเทศไทยทั้งหมดปัจจุบันมีประมาณ 480 ล้านคู่ หรือประมาณร้อยละ 4 ของปริมาณการผลิตรองเท้าของโลก แบ่งออกเป็นกำลังผลิตของผู้ผลิตขนาดเล็ก 210 ล้านคู่คิดเป็นร้อยละ 43.75 ของกำลังการผลิต ขนาดกลาง 170 ล้านคู่คิดเป็นร้อยละ 35.42 และขนาดใหญ่ 100 ล้านคู่คิดเป็นร้อยละ 20.83 (วัชรวิ ถิ่นธานี 2538 : 2)

ลักษณะการผลิตรองเท้าในประเทศไทยมีทั้งการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศและเพื่อการส่งออก การผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศจะมีวิธีการผลิตที่ไม่ยุ่งยากและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะใช้วัตถุดิบที่จัดหาได้ภายในประเทศ สำหรับการผลิตเพื่อการส่งออกนั้น ในขณะนี้โรงงานทำการผลิตใน 3 ลักษณะคือ

- ก. ผลิตภายใต้ใบอนุญาตของบริษัทแม่ในต่างประเทศ
 - ข. รับจ้างหรือรับช่วงทำการผลิตให้แก่ผู้ค้าหรือผู้ผลิตรองเท้าที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศภายใต้ตราห้อยของผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ออกแบบและกำหนดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตให้ รองเท้าที่ผลิตในกรณีนี้จะเป็นรองเท้ากีฬาที่ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เช่น ADIDAS NIKE REEBOK และ CONVERSE เป็นต้น
 - ค. การผลิตเพื่อขายโดยผู้ผลิตเป็นผู้ออกแบบเอง
- ผลิตภัณฑ์รองเท้าที่ส่งออกสามารถแยกตามลักษณะการใช้งานออกเป็น 5 ประเภท (บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2529 : 9-13) คือ

1. รองเท้าแตะ จะใช้ภายในบ้านหรือสวมเพื่อเดินเล่นรูปแบบของรองเท้าส่วนใหญ่จะมีลักษณะฉาบฉวย สีสันฉูดฉาด และมักจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบอยู่เสมอ วัสดุที่ใช้ได้แก่ หนังแท้ หนังเทียม ยางสังเคราะห์ ยางธรรมชาติหรือพีวีซี
2. รองเท้ากีฬาหรือรองเท้าผ้าใบ การผลิตรองเท้าประเภทนี้มักเน้นรูปแบบเพื่อให้เหมาะสมกับกีฬาเฉพาะบางอย่าง สำหรับรองเท้าผ้าใบในปัจจุบันนอกจากจะใช้เป็นรองเท้าแฟชั่น วัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นยางธรรมชาติ ยางสังเคราะห์ ผ้าใบ และหนังกลับ
3. รองเท้าสำหรับสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นและไม่หุ้มส้น ลักษณะของรองเท้าประเภทนี้ส่วนบนจะทำจากหนังแท้หรือหนังเทียมมีการตัดเย็บที่ปราณีต และราคาค่อนข้างสูง รองเท้าส่วนใหญ่เป็นแบบคัชชู จะมีสีมาตรฐานคือดำและน้ำตาล ส่วนรองเท้าสตรีมีรูปแบบมากมายขึ้นอยู่กับความนิยม
4. รองเท้าที่ใช้ในอุตสาหกรรม ลักษณะของรองเท้าเป็นแบบรองเท้าบู๊ต วัสดุที่ใช้ทำอาจเป็นหนังแท้ ยางธรรมชาติหรือยางสังเคราะห์ ส่วนหัวค่อนหน้าจะมีโลหะเสริมเพื่อป้องกันอุบัติเหตุในโรงงานอุตสาหกรรม สำหรับรองเท้าอย่างมักใช้ในอุตสาหกรรมที่มีความเปียกชื้น
5. รองเท้าอื่นๆ เช่น รองเท้าจกสาน รองเท้าผ้า และรองเท้าไม้ เป็นต้น รองเท้าประเภทนี้มีการผลิตและการส่งออกไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นรองเท้าแฟชั่นที่ใช้สวมใส่เดินเล่นตามฤดูกาล

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยะฉัตร สงวนทรัพย์ และคณะ ทำการศึกษาเหตุจูงใจต่างๆ ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีปีการศึกษา 2539 สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิจำแนกตามเพศ คณะ และรายได้ต่อเดือน และจัดสรรตัวอย่างตามสัดส่วนชั้นภูมิ โดยทำการคัดเลือกแบบโควตา ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างทั้งหมด 666 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศและคณะ จะมีเหตุจูงใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่แตกต่างกัน นักศึกษาในกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท ตั้งแต่ 3,001-4,000 บาท และมากกว่า 4,000 บาท จะมีเหตุจูงใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปต่างกัน นอกจากนี้คณะ เพศ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันทำให้นักศึกษาเลือกซื้อเสื้อผ้าในราคาที่แตกต่างกันด้วย

ฝ่ายวิชาการธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ทำโครงการนำร่องเพื่อการศึกษาพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนิสิตนักศึกษาในประเทศไทยปี 2539 ใช้ตัวอย่างนิสิตนักศึกษา 610 คน ซึ่งเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.1 ของยอดรวม) อยู่ในกรุงเทพฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาพบว่านักศึกษาไทยมีการใช้จ่ายเกินตัวมากกว่ารายได้ 2 เท่า โดยรายจ่ายในสินค้าจำเป็นเพื่อการศึกษาร้อยละ 52.5 ของรายจ่ายรวม ที่เหลือเป็นรายจ่ายไม่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาโดยตรง ซึ่งเนื่องจากการเลียนแบบการบริโภคภายใต้ยุคโลกาภิวัตน์ส่งผลให้บริโภค สินค้าที่นิยมในหมู่เพื่อนและสินค้าที่หือชั้นนำราคาแพงจากต่างประเทศ นอกจากนี้นิสิตนักศึกษา ยังมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงจากการมีพาหนะ อุปกรณ์สื่อสาร และบัตรเครดิตใช้กันมาก แม้จะยังไม่มียาได้ จากผลการศึกษายังพบว่านิสิตนักศึกษาเพศชายที่อาศัยกับครอบครัวและศึกษาใน มหาวิทยาลัยของรัฐมีอัตราการบริโภคสูงกว่าเพศหญิงที่อาศัยหอพักและศึกษาในมหาวิทยาลัย เอกชน ตามลำดับ สำหรับแนวทางการลดการใช้จ่ายของนิสิต นักศึกษาสามารถณรงค์ผ่านสื่อ โทรทัศน์ และวิทยุ โดยผลิตภาพยนตร์โฆษณาที่จูงใจให้ลดการใช้จ่ายฟุ่มเฟือยและเก็บออม โดยอาศัยนักแสดง ดารา นักร้องยอดนิยมเป็นต้นแบบ ตลอดจนมีการณรงค์จากรัฐบาลและ หน่วยงานในรูปของกิจกรรม เช่น ประกวดคำขวัญ จัดนิทรรศการ ฯลฯ

รพีพรรณ สุวรรณรัฐโชติ ทำวิจัยในปี 2530 โดยมีจุดมุ่งหมายศึกษาถึงอิทธิพลของ ตัวแทนในการอบรมทางสังคม ได้แก่ บิดามารดา กลุ่มเพื่อน โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ที่มีต่อ การตัดสินใจซื้อของเยาวชนไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยม ศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียนรัฐบาลในเขตอำเภอเมือง จัหวัดสงขลา และจังหวัดปัตตานี จำนวน 243 คน เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยเป็นแบบสอบถาม

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆเยาวชนไทยจะหาข้อมูลหรือ ขอคำแนะนำจากแหล่งต่างๆก่อนการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันไปตามผลิตภัณฑ์ ส่วนการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ตราใดนั้นเยาวชนจะพิจารณาเกณฑ์หลายอย่างประกอบกัน เยาวชนไทยไม่นิยมไปซื้อ สินค้าตามลำพัง แต่นิยมไปซื้อกับเพื่อน ยกเว้นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาค่อนข้างสูงจะนิยมไปกับบิดา มารดาหรือญาติพี่น้อง นอกจากนี้ยังพบว่าเยาวชนไทยรับรู้และเข้าใจว่าสมาชิกในครอบครัวมี บทบาทหรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อหรือทำกิจกรรมต่างๆสลับกันไปตามผลิตภัณฑ์หรือ กิจกรรม แต่ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทางเศรษฐกิจ และกิจกรรมทางด้านสังคมนั้น เยาวชน เหล่านี้รับรู้และเข้าใจว่าบิดามารดามีบทบาทในการตัดสินใจร่วมกัน

สำหรับอิทธิพลของตัวแทนในการอบรมทางสังคมนั้น พบว่าโทรทัศน์มีอิทธิพลในการ สร้างความนิยมตราผลิตภัณฑ์ต่อเยาวชน ในขณะที่หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารไม่มีอิทธิพลดังกล่าว แม้ว่าเยาวชนเหล่านี้จะไม่ค่อยมีการพบปะสังสรรค์กับบิดามารดาและกลุ่มเพื่อนในเรื่องการบริโภค มากนัก แต่เยาวชนเหล่านี้ก็ยังนิยมที่จะขอคำปรึกษาแนะนำจากบิดามารดาและกลุ่มเพื่อน เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการทำปัญหาพิเศษ

3.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ศึกษาหัวข้อเรื่องและกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดทำปัญหาพิเศษ
2. ศึกษาค้นคว้าผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. จัดทำโครงร่างปัญหาพิเศษ โดยเริ่มจากการเขียนภูมิหลังและความสำคัญของปัญหาที่จัดทำ จากนั้นกำหนดขอบเขตข้อจำกัดของการทำปัญหาพิเศษและกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เหมาะสม
4. สร้างแบบสอบถาม
5. ทำ Pre-test เพื่อทดสอบความถูกต้อง เหมาะสมและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม รวมทั้งคำนวณหาขนาดตัวอย่างและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสม
6. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเพื่อความเหมาะสม
7. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว
8. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล
9. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรายงาน

3.2 ประชากร

ประชากร คือ นักศึกษาชาย และนักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังระดับปริญญาตรีทุกชั้นปี ในคณะวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีการเกษตร และครุศาสตร์อุตสาหกรรม ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 10,477 คน (ตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังปีการศึกษา 2541 จำแนกตามคณะ ชั้นปีและเพศ (คน)

คณะ	ชั้นปี 1		ชั้นปี 2		ชั้นปี 3		ชั้นปี 4		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
วิศวกรรมศาสตร์	629	156	768	208	1,023	204	1,490	226	4,704
วิทยาศาสตร์	299	269	184	211	150	133	112	122	1,480
สถาปัตยกรรมศาสตร์	197	103	178	82	134	77	211	147	1,129
เทคโนโลยีการเกษตร	247	354	160	275	200	265	191	287	1,979
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	-	-	-	-	363	164	454	204	1,185
รวม	1,372	882	1,290	776	1,870	843	2,458	986	10,477

ตารางที่ 3.2 ขนาดตัวอย่างของนักศึกษา จำแนกตามคณะ ชั้นปีและเพศ (คน)

คณะ	ชั้นปี 1		ชั้นปี 2		ชั้นปี 3		ชั้นปี 4		รวม
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
วิศวกรรมศาสตร์	23	6	28	8	38	8	55	8	174
วิทยาศาสตร์	11	10	7	8	6	5	4	5	56
สถาปัตยกรรมศาสตร์	7	4	7	3	5	3	8	5	42
เทคโนโลยีการเกษตร	9	13	6	10	7	13	7	11	76
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	-	-	-	-	13	6	17	8	44
รวม	50	33	48	29	69	35	91	37	392

3.3 แผนแบบการสุ่มตัวอย่าง

เลือกใช้แผนแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ตามเพศ คณะ และชั้นปี แต่เนื่องจากจำนวนนักศึกษานในแต่ละชั้นภูมิไม่เท่ากันจึงทำการสุ่มแบบสัดส่วน (Proportional Sampling)

การกำหนดขนาดตัวอย่าง สามารถหาขนาดของตัวอย่างได้จากสูตร

$$n = \frac{N \sum_{h=1}^L N_h S_h^2}{N^2 d^2 + \sum_{h=1}^L N_h S_h^2}$$

โดย

n คือขนาดตัวอย่าง

N คือขนาดประชากรทั้งหมด

N_h คือขนาดประชากรทั้งหมดในแต่ละชั้นภูมิ

α คือระดับนัยสำคัญ

d คือระดับความผิดพลาดที่จะยอมรับได้

S_h^2 คือความแปรปรวนภายในแต่ละชั้นภูมิซึ่งหาได้จากตัวอย่างใน

การทำ Pre-test คำนวณจากสูตรดังนี้

$$S_h^2 = \left(1 - \frac{n_h}{N_h}\right) v_h^2$$

โดย

v_h^2

คือความแปรปรวนของตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิตำนวนจากสูตร

$$v_h^2 = \frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n_h - 1}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์จาก Pre-test

ที่ $\alpha = 0.05$ ระดับความผิดพลาดที่จะยอมรับได้ (d) = 0.05

จากขนาดประชากร (N) เท่ากับ 10,477 คน ได้ขนาดตัวอย่าง (n) เท่ากับ 392 คน

ขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิคำนวณได้จาก

$$n_h = \frac{N_h n}{N}$$

ซึ่งแสดงดังตารางที่ 3.2

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีโครงสร้างดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์ซื้อรองเท้าของนักศึกษา

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆที่

ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ โดยกำหนดระดับการตัดสินใจเป็น 3 ระดับดังนี้

ระดับการตัดสินใจ	คะแนน
สนใจ	3
เฉยๆ	2
ไม่สนใจ	1

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็น แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย กำหนดระดับการตัดสินใจเป็น 5 ระดับดังนี้

ระดับการตัดสินใจ	คะแนน
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศอย่างอิสระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยอย่างอิสระ

3.5 การหาความเชื่อมั่นและความเที่ยงของแบบสอบถาม

การทำ Pre-test จากตัวอย่างจำนวน 125 ชุด นำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นและความเที่ยงของแบบสอบถามได้ดังนี้

3.5.1 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา ดังสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

α = ค่าความเชื่อมั่น

k = จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผลการวิเคราะห์จากการทำ Pre-test

คำนวณค่า α ได้เท่ากับ 0.7685 หมายความว่า ถ้านำแบบสอบถามชุดนี้ไปวัดซ้ำอีกครั้งจะให้ผลเหมือนเดิม 76.85 เปอร์เซ็นต์

3.5.2 ความเที่ยงของแบบสอบถาม (Validity)

การทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามชุดนี้ ใช้วิธีการหาด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนของฮอยท์ ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์หรือความเสมอเหมือนกันของเครื่องมือโดยจะนำเครื่องมือไปสอบวัดครั้งเดียวและนำมาตรวจให้คะแนนแต่ละข้อ ตามวิธีการนี้ความแปรปรวนรวม (SS_t) จะประกอบด้วยแหล่งความแปรปรวน 3 ประการคือความแปรปรวนที่เป็นผลต่างระหว่างผู้ตอบ (SS_p) ความแปรปรวนที่เป็นผลต่างระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อ (SS_i) และความแปรปรวนที่เป็นผลร่วมระหว่างผู้ตอบกับข้อความแต่ละข้อ (SS_c) นำค่า MS_c และ MS_p ไปแทนค่าหาความเที่ยงของแบบสอบถามจากสูตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$r_{tt} = 1 - \frac{MS_e}{MS_p}$$

เมื่อ r_{tt} = ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยง

MS_e = ความแปรปรวนของส่วนที่เหลือ (Mean Square of Residual)

คำนวณจาก $SS_e / df.$ ของ SS_e

MS_p = ความแปรปรวนของผู้ตอบ (Mean Square of Persons)

คำนวณจาก $SS_p / df.$ ของ SS_p

โดย

$$SS_t = \sum (\sum x_i^2) - \frac{(\sum x_i)^2}{kn}$$

$$SS_i = \sum \left(\frac{(\sum x_i)^2}{n} \right) - \frac{(\sum x_i)^2}{kn}$$

$$SS_p = \frac{\sum x_p^2}{k} - \frac{(\sum x_i)^2}{kn}$$

$$SS_e = SS_t - SS_i - SS_p$$

เมื่อ k = จำนวนข้อของแบบสอบถาม

n = จำนวนตัวอย่างที่ตอบ

ผลการวิเคราะห์จากการทำ Pre-test

$$r_{tt} = 1 - \frac{0.9315}{4.0869} = 0.7721$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าความเที่ยงที่ประมาณได้จากข้างต้นเป็นสัมประสิทธิ์ของความเที่ยงซึ่งมีความหมายคล้ายกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ คือเมื่อนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ยกกำลังสองและคูณด้วย 100 ทำเป็นร้อยละจะกลายเป็นค่าสัมประสิทธิ์ของความแปรผันร่วม ดังนั้นจากการคำนวณข้างต้นค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยง (r_u) เท่ากับ 0.7721 แสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้ผู้ตอบมีความเที่ยงตรงในคำตอบ 59.61 เปอร์เซ็นต์

ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามโดยใช้คำถามที่ชัดเจน และตัดคำถามบางข้อที่เกินความจำเป็นคำนวณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามชุดใหม่ได้ α เท่ากับ 0.8789 หมายความว่า ถ้านำแบบสอบถามชุดนี้ไปวัดซ้ำอีกครั้งจะให้ผลเหมือนเดิม 87.89 เปอร์เซ็นต์ และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยง (r_u) ได้เท่ากับ 0.9939 แสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้ผู้ตอบมีความเที่ยงตรงในคำตอบ 98.78 เปอร์เซ็นต์

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การทดสอบไคสแควร์ (Chi-square Test)

ขั้นตอนในการทดสอบสมมติฐาน

1. ตั้งสมมติฐาน

H_0 : ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะย่อยของกลุ่มประชากรทั้งสองกลุ่ม

H_1 : มีความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะย่อยของกลุ่มประชากรทั้งสองกลุ่ม

หรือ H_0 : ไม่มีความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของลักษณะย่อยในกลุ่มประชากรสองกลุ่ม

H_1 : มีความแตกต่างระหว่างสัดส่วนของลักษณะย่อยในกลุ่มประชากรสองกลุ่ม

2. กำหนดระดับนัยสำคัญ (α)

เปิดตาราง $\chi^2_{\alpha, (r-1)(c-1)}$ เมื่อ r คือ จำนวนแถวบน

c คือ จำนวนแถวตั้ง

$(r-1)(c-1)$ คือ ชั้นแห่งความเป็นอิสระ df.

3. อาณาเขตวิกฤติ คือ $\chi^2_{cal} > \chi^2_{\alpha, (r-1)(c-1)}$

4. ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ

$$\chi^2_{cal} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \quad \text{เมื่อ } df. > 1$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\text{หรือ } \chi^2_{\text{cal}} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(|O_{ij} - E_{ij}| - 0.5)^2}{E_{ij}} \text{ เมื่อ } df. = 1$$

O_{ij} = ความถี่ของค่าสังเกตที่ได้จากแถวอนที่ i แถวตั้งที่ j

E_{ij} = ความถี่ของค่าคาดหวังที่ได้จากแถวอนที่ i แถวตั้งที่ j

$$E_{ij} = \frac{\sum r_i \sum c_j}{n}$$

$\sum r_i$ คือ ผลบวกของแถวอนที่ i

$\sum c_j$ คือ ผลบวกของแถวตั้งที่ j

n คือ ความถี่ทั้งหมด

5. สรุปผลถ้าค่า χ^2 ที่คำนวณได้มากกว่าค่า χ^2 ที่ได้จากการเปิดตารางที่ $df. = (r-1)(c-1)$ และ ระดับนัยสำคัญ α จะทำการปฏิเสธสมมติฐานหลัก หรือเมื่อกำหนด $\alpha = 0.05$ ถ้า p -value ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 0.025 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก

การทดสอบ χ^2 ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร โดยทดสอบความสัมพันธ์ของสถานภาพส่วนตัวและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าแตะ รองเท้ากีฬา รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ สมมติฐานคือ

H_0 : สถานภาพส่วนตัวกับปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : สถานภาพส่วนตัวกับปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆมีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของสถานภาพส่วนตัวและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความคิดเห็นส่วนตัว สมมติฐานคือ

H_0 : สถานภาพส่วนตัวกับความคิดเห็นส่วนตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : สถานภาพส่วนตัวกับความคิดเห็นส่วนตัวมีความสัมพันธ์กัน

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความคิดเห็นส่วนตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความคิดเห็นส่วนตัวมีความสัมพันธ์กัน

กรณีค่าความถี่คาดหวังในแต่ละช่วงหรือในแต่ละกลุ่มหรือในแต่ละเซลล์มีความถี่ต่ำกว่า 5 และไม่มากกว่า 20 % จะทำการแก้ไขโดยรวมกลุ่มที่อยู่ใกล้กันเพื่อให้ค่าความถี่คาดหวังมีค่าไม่ต่ำกว่า 5 โดยในการรวมจะต้องไม่เสียความหมายของกลุ่ม

3.6.2 สถิติพรรณนา

ก. ค่าร้อยละ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ และความคิดเห็นส่วนตัว ค่าร้อยละที่แสดงในตารางคำนวณจาก คะแนนรวมของแต่ละปัจจัยหารด้วยคะแนนเต็มของปัจจัยนั้น แล้วคูณด้วย 100

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อรองเท้านำเข้าจากต่างประเทศของนักศึกษา ค่าร้อยละที่แสดงในตารางคำนวณจากจำนวนคนที่มียี่ห้อรองเท้าประเภทนั้นๆ หารด้วยจำนวนนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แล้วคูณด้วย 100

ข. ค่าเฉลี่ย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อรองเท้านำเข้าจากต่างประเทศของนักศึกษา จำนวนคู่เฉลี่ยต่อคนของรองเท้าประเภทต่างๆ คำนวณจาก จำนวนคู่ทั้งหมดที่นำเข้าจากต่างประเทศของรองเท้าประเภทนั้น หารด้วยจำนวนคนที่มียี่ห้อรองเท้าประเภทนั้น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากขนาดตัวอย่าง 392 ชุด แบ่งการวิเคราะห์ได้ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา
- 4.2 พฤติกรรมการซื้อรองเท้านำเข้าจากต่างประเทศของนักศึกษา
- 4.3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับระดับการตัดสินใจซื้อในแต่ละปัจจัยของการซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ
- 4.4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการตัดสินใจซื้อในแต่ละปัจจัยของการซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ
- 4.5 ปัจจัยที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ
- 4.6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับความคิดเห็นส่วนตัว
- 4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความคิดเห็นส่วนตัว
- 4.8 ความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับรองเท้า

4.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา

ตารางที่ 4.1.1 ค่าร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามเพศจากขนาดตัวอย่าง 392 คน

เพศ	ร้อยละ
ชาย	65.82
หญิง	34.18
รวม	100

จากตารางที่ 4.1.1 แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.82 และ 34.18 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1.2 ค่าร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามคณะจากขนาดตัวอย่าง 392 คน

คณะ	ร้อยละ
วิศวกรรมศาสตร์	44.39
วิทยาศาสตร์	14.29
สถาปัตยกรรมศาสตร์	10.71
เทคโนโลยีการเกษตร	19.39
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	11.22
รวม	100

จากตารางที่ 4.1.2 แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่เป็นตัวอย่างมาจากคณะวิศวกรรมศาสตร์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.39 รองลงมาคือคณะเทคโนโลยีการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 19.39

ตารางที่ 4.1.3 ค่าร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามชั้นปีจากขนาดตัวอย่าง 392 คน

ชั้นปี	ร้อยละ
1	21.17
2	19.65
3	26.53
4	32.65
รวม	100

จากตารางที่ 4.1.3 แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่เป็นตัวอย่างมาจากชั้นปีที่ 4 มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.65 รองลงมาเป็นปี 3 มีร้อยละ 26.53

ตารางที่ 4.1.4 ค่าร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากขนาดตัวอย่าง 392 คน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน(บาท)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000	28.82
3,000-5,000	51.28
มากกว่า 5,000	19.90
รวม	100

จากตารางที่ 4.1.4 แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่เป็นตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.28 ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท และนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท มีร้อยละ 28.82 และ 19.90 ตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมการซื้อรองเท้านำเข้าจากต่างประเทศของนักศึกษา

ตารางที่ 4.2.1 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่าง ๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ

ประเภทของรองเท้า	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย(คู่/คน)
แตะ	12.8	1.4
กีฬา	37.8	1.4
หุ้มส้น	39.8	1.8

จากตารางที่ 4.2.1 แสดงพฤติกรรมการซื้อรองเท้าประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาจำนวน 392 คน ซึ่งให้เห็นว่านักศึกษายังนิยมซื้อรองเท้ากีฬาและรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศ ในอัตราสูงคือมีถึงร้อยละ 37.8 และ 39.8 ในขณะที่รองเท้าแตะมีนักศึกษานิยมซื้อเพียงร้อยละ 12.8 เท่านั้น โดยในกลุ่มของผู้ซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศมีจำนวนคู่เฉลี่ยต่อคนคือ 1.8 คู่ต่อคน ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อรองเท้ากีฬาและรองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศมีจำนวนคู่เฉลี่ยต่อคนคือ 1.4 คู่ต่อคน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2.2 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่าง ๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ จำแนกตามเพศของนักศึกษา

เพศ	ประเภทรองเท้า					
	แตะ		กีฬา		หุ้มส้น	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
ชาย	12.8	1.5	39.9	1.4	45.3	1.7
หญิง	12.7	1.2	33.6	1.3	29.1	2.0

จากตารางที่ 4.2.2 นักศึกษาเพศชายมีพฤติกรรมนิยมซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าสูงถึงร้อยละ 45.3 ในขณะที่เพศหญิงมีพฤติกรรมนิยมซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าร้อยละ 29.1 ส่วนรองเท้าแตะและรองเท้ากีฬานักศึกษาเพศชายมีพฤติกรรมนิยมซื้อร้อยละ 39.9 และ 12.8 ในขณะที่เพศหญิงมีเพียงร้อยละ 33.6 และ 12.7 เท่านั้น นักศึกษาเพศชายมีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้นโดยเฉลี่ย 1.5 1.4 และ 1.7 คู่ต่อคนตามลำดับ และนักศึกษาเพศหญิงมีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้นโดยเฉลี่ย 1.2 1.3 และ 2.0 คู่ต่อคนตามลำดับ

ตารางที่ 4.2.3 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่าง ๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ จำแนกตามคณะของนักศึกษา

คณะ	ประเภทรองเท้า					
	แตะ		กีฬา		หุ้มส้น	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
วิศวกรรมศาสตร์	13.2	1.6	39.1	1.4	48.9	1.7
วิทยาศาสตร์	10.7	1.2	30.4	1.3	33.9	1.5
สถาปัตยกรรมศาสตร์	9.5	1.3	47.6	1.4	40.5	2.1
เทคโนโลยีการเกษตร	10.5	1.4	38.2	1.4	30.3	2.2
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	20.5	1.2	31.8	1.4	27.3	1.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.2.3 ในการเลือกซื้อรองเท้าและที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีพฤติกรรมนิยมซื้อคิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมาคือนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์มีร้อยละ 13.2 ในการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีพฤติกรรมนิยมซื้อสูงถึงร้อยละ 47.6 รองลงมาคือนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์มีร้อยละ 39.1 และในการเลือกซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์มีพฤติกรรมนิยมซื้อสูงถึงร้อยละ 48.9 รองลงมาคือนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีร้อยละ 40.5 สำหรับนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์มีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้นโดยเฉลี่ย 1.6 1.4 และ 1.7 คู่ต่อคนตามลำดับ ส่วนนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์มีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้นโดยเฉลี่ย 1.2 1.3 และ 1.5 คู่ต่อคนตามลำดับ ส่วนนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้นโดยเฉลี่ย 1.3 1.4 และ 2.1 คู่ต่อคนตามลำดับ ส่วนนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรมีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้นโดยเฉลี่ย 1.4 1.4 และ 2.2 คู่ต่อคนตามลำดับ และสำหรับนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้นโดยเฉลี่ย 1.2 1.4 และ 1.5 คู่ต่อคนตามลำดับ

ตารางที่ 4.2.4 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่าง ๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา

ชั้นปี	ประเภทรองเท้า					
	แตะ		กีฬา		หุ้มส้น	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
1	8.4	1.4	39.8	1.2	33.7	1.7
2	7.8	1.2	40.3	1.3	41.6	1.5
3	17.3	1.2	43.3	1.4	36.5	1.8
4	14.8	1.7	30.5	1.6	45.3	1.9

จากตารางที่ 4.2.4 ในการเลือกซื้อรองเท้าและที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีพฤติกรรมนิยมซื้อคิดเป็นร้อยละ 17.3 รองลงมาคือนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีร้อยละ 14.8 ในการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีพฤติกรรมนิยมซื้อสูงถึงร้อยละ 43.3 รองลงมาคือนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีร้อยละ 40.3 และในการเลือกซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีพฤติกรรมนิยมซื้อสูงถึงร้อยละ 45.3 รองลงมาคือเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีร้อยละ 41.6 สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้น โดยเฉลี่ย 1.4 1.2 และ 1.7 คู่ต่อคนตามลำดับ ส่วนนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้น โดยเฉลี่ย 1.2 1.3 และ 1.5 คู่ต่อคนตามลำดับ ส่วนนักศึกษาชั้นปีที่ 3 มีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้น โดยเฉลี่ย 1.2 1.4 และ 1.8 คู่ต่อคนตามลำดับ และสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้น โดยเฉลี่ย 1.7 1.6 และ 1.9 คู่ต่อคนตามลำดับ

ตารางที่ 4.2.5 ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยจำนวนคู่ต่อคนของนักศึกษาที่ซื้อรองเท้าประเภทต่าง ๆ ซึ่งนำเข้าจากต่างประเทศ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	ประเภทรองเท้า					
	แตะ		กีฬา		หุ้มส้น	
	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
น้อยกว่า 3,000	9.5	1.5	39.4	1.4	30.2	1.7
ตั้งแต่ 3,000–5,000	16.8	1.4	38.2	1.5	33.3	1.6
มากกว่า 5,000	20.7	1.6	47.2	1.6	45.2	2.0

จากตารางที่ 4.2.5 ในการเลือกซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาทมีพฤติกรรมนิยมซื้อคิดเป็นร้อยละ 20.7 รองลงมาคือนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาทมีร้อยละ 16.8 ในการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาทมีพฤติกรรมนิยมซื้อสูงถึงร้อยละ 47.2 รองลงมาคือนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาทมีร้อยละ 39.4 และในการเลือกซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาทมีพฤติกรรมนิยมซื้อสูงถึงร้อยละ 45.2 รองลงมาคือนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาทมีร้อยละ 33.3 สำหรับนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาทมีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้น โดยเฉลี่ย 1.5 1.4 และ 1.7 คู่ต่อคนตามลำดับ ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาทมีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้น โดยเฉลี่ย 1.4 1.5 และ 1.6 คู่ต่อคนตามลำดับ และนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาทมีรองเท้าแตะ กีฬาและหุ้มส้น โดยเฉลี่ย 1.6 1.6 และ 2.0 คู่ต่อคนตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับระดับการตัดสินใจซื้อในแต่ละปัจจัยของการซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับการตัดสินใจซื้อเนื่องจากปัจจัยต่างๆ เมื่อซื้อรองเท้าแตะ รองเท้ากีฬาและรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้น ทั้งที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ ยกเว้นรองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศเนื่องจากค่าสังเกตที่ได้มีค่าน้อยมาก โดยใช้ χ^2 - test ทดสอบความสัมพันธ์ของเพศกับปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากปัจจัยความเป็นยี่ห้อยี่ห้อชั้นนำเมื่อซื้อรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย (ตารางที่ 4.3.1) นอกจากนี้ยังพบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากปัจจัยรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย (ตารางที่ 4.3.2) เมื่อพิจารณาระดับความสนใจความเป็นยี่ห้อยี่ห้อชั้นนำของรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย เพศชายสนใจมากกว่าเพศหญิง กล่าวคือเพศชายให้ความสนใจร้อยละ 21.55 ในขณะที่เพศหญิงให้ความสนใจเพียงร้อยละ 9.24 อย่างไรก็ตามนักศึกษาทั้งชายและหญิงรู้สึกเฉยๆและไม่สนใจ โดยเฉพาะเพศหญิงมีถึงร้อยละ 50.00 ที่รู้สึกเฉยๆและร้อยละ 40.76 ที่ไม่สนใจ ในขณะที่เพศชายรู้สึกเฉยๆร้อยละ 40.24 และไม่สนใจร้อยละ 38.21 สำหรับระดับการให้ความสนใจในรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการของรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยส่วนใหญ่ให้ความสนใจทั้งเพศชายและหญิง โดยเพศหญิงให้ความสนใจสูงกว่ากล่าวคือเพศหญิงให้ความสนใจร้อยละ 87.18 ในขณะที่เพศชายให้ความสนใจร้อยละ 76.09 ส่วนปัจจัยอื่นๆ (ราคาข้อมเยา คุณภาพดี อายุการใช้งาน ความเป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน ความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง สื่อโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ พนักงานขายและสถานที่ซื้อ) ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับเพศในรองเท้าทุกประเภท (ภาคผนวก ก ตารางที่ 1-3)

ตารางที่ 4.3.1 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทยโดยพิจารณาปัจจัยความเป็นยี่ห้อยี่ห้อชั้นนำ จำแนกตามเพศของนักศึกษา

เพศ	ระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณา ความเป็นยี่ห้อยี่ห้อชั้นนำ			χ^2	p-value
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
ชาย	38.21	40.24	21.55	2.853	0.009*
หญิง	40.76	50.00	9.24		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3.2 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย พิจารณาปัจจัยทางด้านรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการ จำแนกตามเพศของนักศึกษา

เพศ	ระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณา รูปแบบสีสันตรงตามความต้องการ			χ^2	p-value
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
ชาย	4.34	19.57	76.09	5.118	0.024*
หญิง	2.56	10.26	87.18		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคณะกับระดับการตัดสินใจซื้อเนื่องจากปัจจัยต่างๆ เมื่อซื้อรองเท้าแตะ รองเท้ากีฬาและรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้น ทั้งที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ ยกเว้นรองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากค่าสังเกตที่ได้มีค่าน้อยมาก โดยใช้ χ^2 - test ทดสอบความสัมพันธ์ของคณะกับปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ พบว่า คณะมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากปัจจัยความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เมื่อซื้อรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย (ตารางที่ 4.3.3) นอกจากนี้ยังพบว่าคณะมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากปัจจัยสถานที่ซื้อเมื่อซื้อรองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศ (ตารางที่ 4.3.4) และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสนใจกับความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์ของรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย ส่วนใหญ่แล้วในทุกคณะไม่สนใจแต่มีร้อยละความไม่สนใจแตกต่างกัน โดยนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ไม่สนใจมากที่สุด รองลงไปเป็นนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีการเกษตร และครุศาสตร์อุตสาหกรรม มีร้อยละ 81.21 77.77 71.42 69.44 และ 58.14 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาระดับการให้ความสนใจกับสถานที่ซื้อของรองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศพบว่า นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และวิศวกรรมศาสตร์ส่วนใหญ่ไม่สนใจ มีถึงร้อยละ 65.00 และ 39.71 คณะวิทยาศาสตร์นักศึกษที่สนใจและไม่สนใจมีเท่ากันคือร้อยละ 41.18 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมนักศึกษที่สนใจและเฉยๆมีเท่ากันคือร้อยละ 42.86 ส่วนคณะเทคโนโลยีการเกษตร นักศึกษาส่วนใหญ่มีร้อยละ 55.17 รู้สึกเฉยๆ ส่วนปัจจัยอื่นๆ (ความเป็นที่ยอมรับ นำ รูปแบบสีสันตรงตามความต้องการ ราคาข่อมเยา คุณภาพดี อายุการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆและพนักงานขาย)
ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับคณะในรองเท่าทุกประเภท (ภาคผนวก ก ตารางที่ 4-6)

ตารางที่ 4.3.3 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าแต่ละที่ผลิตในประเทศไทย โดยพิจารณาจากปัจจัยความเป็นที่นิยมในหมู่นักเรียนมัธยมตามคณะของนักศึกษา

คณะ	ระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณา			χ^2	p-value
	จาก				
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
วิศวกรรมศาสตร์	81.21	14.54	4.25	18.448	0.018*
วิทยาศาสตร์	77.77	18.51	3.72		
สถาปัตยกรรมศาสตร์	71.42	19.04	9.54		
เทคโนโลยีการเกษตร	69.44	19.44	11.12		
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	58.14	20.93	20.93		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.3.4 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้ากีฬาหน้าเข้าจากต่างประเทศโดยพิจารณาปัจจัยทางด้านสถานที่ซื้อ จำแนกตามคณะของนักศึกษา

คณะ	ระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณา			χ^2	p-value
	จาก				
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
วิศวกรรมศาสตร์	39.71	32.35	27.94	19.76	0.011*
วิทยาศาสตร์	41.18	17.64	41.18		
สถาปัตยกรรมศาสตร์	65.00	25.00	10.00		
เทคโนโลยีการเกษตร	17.24	55.17	27.59		
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	14.28	42.86	42.86		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างชั้นปีกับระดับการตัดสินใจซื้อเนื่องจากปัจจัยต่างๆ เมื่อซื้อรองเท้าแตะ รองเท้ากีฬาและรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้น ทั้งที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ ยกเว้นรองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากค่าสังเกตที่ได้มีค่าน้อยมาก โดยใช้ χ^2 - test ทดสอบความสัมพันธ์ของชั้นปีกับปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ พบว่า ชั้นปีมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาจากปัจจัยพนักงานขายเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย (ตารางที่ 4.3.5) และพบว่าชั้นปียังมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากปัจจัยสถานที่ซื้อเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย (ตารางที่ 4.3.6) นอกจากนี้ยังพบว่าชั้นปีมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากปัจจัยสื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศ (ตารางที่ 4.3.7) เมื่อพิจารณาระดับการให้ความสนใจกับพนักงานขายของรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย ส่วนใหญ่แล้วนักศึกษาทุกชั้นปีไม่สนใจแต่มีร้อยละความไม่สนใจแตกต่างกัน โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ไม่สนใจมากที่สุด รองลงไปเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 4 มีร้อยละ 55.88 55.36 และ 54.12 ตามลำดับ ส่วนนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ส่วนใหญ่มีร้อยละ 43.48 รู้สึกเฉยๆ เมื่อพิจารณาระดับการให้ความสนใจกับสถานที่ซื้อเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ให้ความสนใจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.00 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 ส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆคิดเป็นร้อยละ 47.83 นักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 3 ส่วนใหญ่มีร้อยละ 39.29 และ 50.00 ไม่ให้ความสนใจ เมื่อพิจารณาระดับการให้ความสนใจกับสื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆของการซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศพบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 4 ส่วนใหญ่มีถึงร้อยละ 56.90 และ 42.86 ไม่ให้ความสนใจ ส่วนนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ส่วนใหญ่มีร้อยละ 46.88 และ 47.37 รู้สึกเฉยๆ ส่วนปัจจัยอื่นๆ (ความเป็นที่ยี่ห้อชั้นนำ รูปแบบสี สันตรงตามความต้องการ ราคา ย่อมเยา คุณภาพดี อายุการใช้งาน ความเป็นที่นิยมในหมู่เพื่อนและความเป็นที่นิยมในหมู่นักเรียน) ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับชั้นปีในรองเท้าทุกประเภท (ภาคผนวก ก ตารางที่ 7-9)

ตารางที่ 4.3.5 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย โดยพิจารณาปัจจัยพนักงานขายจำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา

ชั้นปี	ระดับการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาจากพนักงานขาย			χ^2	p-value
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
1	55.36	16.07	28.57	16.685	0.011*
2	36.96	43.48	19.56		
3	55.88	33.83	10.29		
4	54.12	22.35	23.53		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.3.6 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย โดยพิจารณาปัจจัยทางด้านสถานที่ซื้อจำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา

ชั้นปี	ระดับการตัดสินใจโดยพิจารณาจากสถานที่ซื้อ			χ^2	p-value
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
1	39.29	33.93	26.78	14.541	0.024*
2	30.43	47.83	21.74		
3	50.00	27.94	22.06		
4	28.24	31.76	40.00		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3.7 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าสวมใส่ ออกนอกร้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศโดยพิจารณาปัจจัยทางด้านสื่อ โฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ จำแนกตามชั้นปี ของนักศึกษา

ชั้นปี	ระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากสื่อ โฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ			χ^2	p-value
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
1	42.86	17.86	39.28	16.603	0.011*
2	37.50	46.88	15.62		
3	39.47	47.37	13.16		
4	56.90	22.41	20.69		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

4.4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการตัดสินใจซื้อ ในแต่ละปัจจัยของรองเท้าประเภทต่างๆ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากปัจจัยต่างๆ เมื่อซื้อรองเท้าแตะ รองเท้ากีฬาและรองเท้าสวมใส่ออกนอกร้านหรือรองเท้าหุ้มส้น ทั้งที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ ยกเว้นรองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากค่าสังเกตที่ได้มีค่าน้อยมาก โดยใช้ χ^2 - test ทดสอบความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากปัจจัยราคาขอมเยาเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย (ตารางที่ 4.4.1) และพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนยังมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากสื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย (ตารางที่ 4.4.2) นอกจากนี้ยังพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อโดยพิจารณาจากปัจจัยสถานที่ซื้อเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศ (ตารางที่ 4.4.3) เมื่อพิจารณาระดับการให้ความสนใจกับราคาขอมเยาของรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย ส่วนใหญ่แล้วนักศึกษาให้ความสนใจปัจจัยนี้มาก โดยนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาทให้ความสนใจสูงสุด รองลงมาคือนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท และนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท

มีร้อยละ 84.21 66.67 และ 61.36 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาระดับการให้ความสนใจกับสื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย ส่วนใหญ่แล้วนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันไม่ให้ความสนใจ แต่มีร้อยละความไม่สนใจแตกต่างกันโดยนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาทไม่สนใจมากที่สุด รองลงไปเป็นนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท และนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท มีร้อยละ 63.16 45.19 และ 40.91 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสนใจกับปัจจัยสถานที่ซื้อเมื่อซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศพบว่า นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาทมีความสนใจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 52.63 ส่วนนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท และนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท ส่วนใหญ่จะไม่สนใจแต่มีร้อยละความไม่สนใจแตกต่างกัน โดยนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาทไม่สนใจคิดเป็นร้อยละ 47.06 และนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท ไม่สนใจคิดเป็นร้อยละ 36.90 ส่วนปัจจัยอื่นๆ (ความเป็นที่ยอมรับ นำ รูปแบบสี สันตรงตามความต้องการ คุณภาพดี อายุการใช้งาน ความเป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน ความเป็นที่นิยมในหมู่นักเรียนและพนักงานขาย) ไม่พบว่า มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในรองเท้าทุกประเภท (ภาคผนวก ก ตารางที่ 10-12)

ตารางที่ 4.4.1 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยโดยพิจารณาจากปัจจัยทางด้านราคา ย่อมเยา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	ระดับการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาราคาย่อมเยา			χ^2	p-value
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
น้อยกว่า 3,000	2.63	13.16	84.21	12.597	0.013*
ตั้งแต่ 3,000-5,000	2.96	30.37	66.67		
มากกว่า 5,000	9.09	29.55	61.36		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4.2 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยโดยพิจารณาปัจจัยทางด้านสื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	ระดับการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาสื่อ โฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ			χ^2	p-value
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
น้อยกว่า 3,000	63.16	26.32	10.52	13.067	0.011*
ตั้งแต่ 3,000-5,000	45.19	41.48	13.33		
มากกว่า 5,000	40.91	31.82	27.27		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.4.3 ค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศโดยพิจารณาปัจจัยสถานที่ซื้อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	ระดับการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาจากสถานที่ซื้อ			χ^2	p-value
	ไม่สนใจ	เฉยๆ	สนใจ		
น้อยกว่า 3,000	47.06	35.29	17.65	11.621	0.020*
ตั้งแต่ 3,000-5,000	36.90	34.52	28.58		
มากกว่า 5,000	28.95	18.42	52.63		

* มีระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 ปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ

ผลการวิเคราะห์ที่เป็นร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าแตะของนักศึกษา จำแนกตามเพศ พบว่าในการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศ ทั้งเพศชายและหญิงคำนึงถึงทุกปัจจัยพอๆกันอย่างไรก็ตามอาจจัดลำดับความสำคัญได้ดังนี้

ทั้งเพศชายและหญิงคำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทยเพศชายคำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.09 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.33 และราคาย่อมเยาคิดเป็นร้อยละ 89.97 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คือนักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 43.90 เพศหญิงคำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.62 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 93.85 และราคาย่อมเยาคิดเป็นร้อยละ 90.26 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คือนักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 45.83 รองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศเพศชายคำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.94 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 92.93 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 88.89 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คือนักวิ่งและพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 52.53 เท่ากัน เพศหญิงคำนึงถึงรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการและอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.12 เท่ากัน รองลงมาคือคุณภาพรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 92.16 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คือนักวิ่งและพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 49.02 เท่ากัน (ตารางที่ 4.5.1)

ทั้งเพศชายและหญิงคำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทยเพศชายคำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.83 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.42 และรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 92.98 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คือนักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 47.81 เพศหญิงคำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.04 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 93.70 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.59 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คือนักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.85 รองเท้ากีฬานำเข้าจากต่างประเทศเพศชายคำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.76 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 93.53 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.56 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คือนักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร้อยละ 54.69 เพศหญิงคำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.04 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 96.30 และรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 94.81 และคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.11 (ตารางที่ 4.5.2)

ทั้งเพศชายและหญิงคำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจุบันต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยเพศชายคำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.93 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 91.55 และรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 90.58 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 47.10 เพศหญิงคำนึงถึงรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.87 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 93.16 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 90.03 และคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 50.14 รองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศเพศชายคำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.87 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 95.16 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.73 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 54.13 เพศหญิงคำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.44 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 96.5 เท่ากัน โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่งเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 44.44 (ตารางที่ 4.5.3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5.1 ค่าร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าและของนักศึกษา
โดยจำแนกตามเพศของนักศึกษา

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	ผลิตในประเทศ		นำเข้าจากต่างประเทศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	61.11	56.15	81.82	76.47
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	91.33	93.85	92.93	94.12
ราคาย่อมเยา	89.97	90.26	80.81	72.55
คุณภาพดี	93.09	94.62	93.94	92.16
อายุการใช้งาน	87.40	87.69	88.89	94.12
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	61.38	65.64	69.70	56.86
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	43.90	45.38	52.53	49.02
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	51.36	55.90	59.60	64.71
พนักงานขาย	50.00	54.87	52.53	49.02
สถานที่ซื้อ	60.30	58.46	65.66	68.63

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5.2 ค่าร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬานักศึกษา
โดยจำแนกตามเพศของนักศึกษา

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	ผลิตในประเทศ		นำเข้าจากต่างประเทศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	79.17	79.63	88.35	85.93
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	92.98	93.70	93.53	94.81
ราคาเหมาะสม	84.21	86.67	83.82	83.70
คุณภาพดี	95.83	97.04	96.76	97.04
อายุการใช้งาน	93.42	92.59	92.56	96.30
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	62.72	65.93	70.55	69.63
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	47.81	51.85	54.69	51.11
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	60.09	61.48	64.08	71.11
พนักงานขาย	55.04	58.89	55.34	63.70
สถานที่ซื้อ	65.79	65.56	63.11	65.93

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5.3 ค่าร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้าน
หรือรองเท้าหุ้มส้นของนักศึกษา โดยจำแนกตามเพศของนักศึกษา

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	ผลิตในประเทศ		นำเข้าจากต่างประเทศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	73.67	71.51	89.17	85.47
รูปแบบสีทันตรงความต้องการ	90.58	94.87	95.16	96.58
ราคาเหมาะสม	88.89	89.17	80.63	82.91
คุณภาพดี	94.93	93.16	96.87	97.44
อายุการใช้งาน	91.55	90.03	93.73	96.58
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	62.32	65.81	68.38	63.25
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	47.10	50.14	54.13	44.44
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	54.83	55.27	59.83	53.85
พนักงานขาย	54.59	58.12	57.26	52.14
สถานที่ซื้อ	63.53	64.67	64.96	64.96

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งคณะวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีการเกษตร
 ครุศาสตร์อุตสาหกรรมค่านึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจุบันต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้าและ
 ที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้าและที่ผลิตในประเทศไทยคณะวิศวกรรมศาสตร์
 ค่านึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.13 รองลงมาคือรูปแบบและสีสันตรงตาม
 ความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.52 และราคาข่อมเยาคิดเป็นร้อยละ 89.70 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยม
 ในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 41.01 คณะวิทยาศาสตร์ค่านึงถึงคุณภาพของรองเท้า
 เป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.30 รองลงมาคือราคาข่อมเยาคิดเป็นร้อยละ 95.68 และรูปแบบสีสัน
 ตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 90.74 โดยค่านึงถึงสีที่นิยมในหมู่คณาจารย์
 เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 41.98 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ค่านึงถึงรูปแบบสีสันตรงตาม
 ความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.24 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 92.06
 และราคาข่อมเยาคิดเป็นร้อยละ 91.27 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับท้ายๆ
 คิดเป็นร้อยละ 46.03 คณะเทคโนโลยีการเกษตรค่านึงถึงรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเป็น
 อันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.98 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 93.06 และราคาข่อมเยา
 คิดเป็นร้อยละ 87.96 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ
 47.22 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมค่านึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.57
 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.25 และรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็น
 ร้อยละ 90.70 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 54.26
 รองเท้าและที่นำเข้าจากต่างประเทศคณะวิศวกรรมศาสตร์ค่านึงถึงรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการ
 เป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.65 รองลงมาคือคุณภาพรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 94.20 และอายุ
 การใช้งานคิดเป็นร้อยละ 89.86 โดยค่านึงถึงพนักงานขายและความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์
 เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 53.62 เท่ากัน คณะวิทยาศาสตร์ค่านึงถึงรูปแบบสีสันตรงตาม
 ความต้องการ คุณภาพของรองเท้าและอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.44 เท่ากัน โดย
 ค่านึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 61.11 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ค่านึงถึงรูปแบบ
 สีสันตรงตามความต้องการ และคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 91.67 เท่ากัน
 รองลงมาคือราคาข่อมเยาคิดเป็นร้อยละ 83.33 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็น
 อันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 33.33 คณะเทคโนโลยีการเกษตรค่านึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับ
 แรกคิดเป็นร้อยละ 95.83 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการและอายุการใช้งานคิดเป็น
 ร้อยละ 91.67 เท่ากัน โดยค่านึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 37.50 คณะครุศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุตสาหกรรมค่านึงถึงอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 92.59 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการและคุณภาพของรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 88.89 เท่ากัน โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักกรองเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.85 (ตารางที่ 4.5.4)

ทั้งคณะวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีการเกษตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรมค่านึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทยโดยคณะวิศวกรรมศาสตร์ค่านึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.70 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 93.46 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.52 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักกรองเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 45.79 คณะวิทยาศาสตร์ค่านึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 98.37 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.50 และรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 92.68 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักกรองเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 47.15 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ค่านึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 98.48 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 95.45 เท่ากัน โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักกรองเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.52 คณะเทคโนโลยีการเกษตรค่านึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 99.24 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.94 และรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 92.42 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักกรองเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 54.55 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมค่านึงถึงคุณภาพของรองเท้าและรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 92.86 เท่ากัน รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 91.67 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักกรองเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 55.95 รองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศคณะวิศวกรรมศาสตร์ค่านึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.06 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.63 และรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.67 โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักกรองและเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.96 คณะวิทยาศาสตร์ค่านึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.08 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.16 เท่ากัน โดยค่านึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักกรองเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 52.94 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ค่านึงถึงอายุการใช้งาน และคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 98.33 เท่ากัน รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 96.67 โดยค่านึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คิดเป็นร้อยละ 43.33 คณะเทคโนโลยีการเกษตรคำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็น ร้อยละ 96.55 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 95.40 และความเป็นที่ย่อ ฐานนำคิดเป็นร้อยละ 94.25 โดยคำนึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 56.32 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมคำนึงถึงรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 95.24 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.86 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 57.14 (ตารางที่ 4.5.5)

ทั้งคณะวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีการเกษตร ครุศาสตร์อุตสาหกรรมคำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจุบันต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้าหุ้มส้น ที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยคณะวิศวกรรม ศาสตร์คำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.16 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตาม ความต้องการคิดเป็นร้อยละ 93.13 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 91.75 โดยคำนึงถึงความเป็น ที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 47.42 คณะวิทยาศาสตร์คำนึงถึงคุณภาพ ของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.10 รองลงมาคือราคาข้อมเยาและอายุการใช้งานคิดเป็น ร้อยละ 93.48 เท่ากัน และคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็น ร้อยละ 49.28 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็น ร้อยละ 97.10 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 92.75 และอายุการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 91.30 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็น ร้อยละ 47.83 คณะเทคโนโลยีการเกษตรคำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าและรูปแบบสีสันทันตรงตามความ ต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.33 เท่ากัน รองลงมาคือราคาข้อมเยาคิดเป็นร้อยละ 90.91 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 50.91 คณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมคำนึงถึงรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.12 รองลงมา คือคุณภาพของรองเท้าและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 89.22 เท่ากัน โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมใน หมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 47.06 รองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศคณะ วิศวกรรมศาสตร์คำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.86 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทัน ตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 94.12 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.73 โดยคำนึงถึง ความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 50.20 คณะวิทยาศาสตร์คำนึงถึง คุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 98.25 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 96.49 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 94.74 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 52.63 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์คำนึงถึงรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการ และคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 98.04 เท่ากัน รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 94.12 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์นักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 45.10 คณะเทคโนโลยีการเกษตรคำนึงถึงรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 95.65 เท่ากัน โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์นักร้องและพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 44.93 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมคำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าและอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.22 เท่ากัน รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.67 โดยคำนึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 52.78 (ตารางที่ 4.5.6)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5.4 ค่าร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อของทำแตะของนักศึกษา โดยจำแนกตามคณะของนักศึกษา

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	ผลัดในประเทศ						นำเข้าจากต่างประเทศ					
	วิศวกรรมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	วิทยา ศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	เทคโนโลยีการ เกษตร	ครุ ศาสตร์ ศึกษาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	วิทยา ศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	เทคโนโลยีการ เกษตร	ครุ ศาสตร์ ศึกษาศาสตร์	
เป็นที่ชื่นชอบ	57.58	55.56	55.56	55.56	64.81	65.89	84.06	88.89	58.33	83.33	70.37	
รูปแบบผลิตภัณฑ์ตรงความต้องการ	91.52	90.74	95.24	93.98	93.98	90.70	95.65	94.44	91.67	91.67	88.89	
ราคาเหมาะสม	89.70	95.68	91.27	87.96	87.96	86.82	76.81	83.33	83.33	79.17	74.07	
คุณภาพดี	93.13	96.30	92.06	93.06	93.06	94.57	94.20	94.44	91.67	95.83	88.89	
อายุการใช้งาน	87.07	88.27	84.13	87.04	87.04	92.25	89.86	94.44	83.33	91.67	92.59	
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	63.43	62.35	59.52	64.81	64.81	61.24	68.12	72.22	41.67	62.50	66.67	
เป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้อง	41.01	41.98	46.03	47.22	47.22	54.26	53.62	66.67	33.33	41.67	51.85	
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	51.11	48.15	50.79	56.48	56.48	62.02	62.32	77.78	41.67	54.17	62.96	
พนักงานขาย	52.32	50.00	46.83	51.39	51.39	56.59	53.62	61.11	41.67	37.50	55.56	
สถานที่ซื้อ	60.61	61.73	53.17	55.56	55.56	66.67	68.12	72.22	41.67	75.00	62.96	

ตารางที่ 4.5.5 ค่าร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อของนักศึกษา โดยจำแนกตามคณะของนักศึกษา

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	ผลดีในประเทศ						นำเข้าจากต่างประเทศ					
	วิศวกรรมศาสตร์	วิทยา ศาสตร	สถาปัตยกรรมศาสตร์	เทคโนโลยีการ เกษตร	วิศวกรรมศาสตร์	ครุ ศาสตร	วิศวกรรมศาสตร์	วิทยา ศาสตร	สถาปัตยกรรมศาสตร์	เทคโนโลยีการ เกษตร	วิศวกรรมศาสตร์	ครุ ศาสตร
เป็นที่ยอมรับ	79.44	75.61	81.82	82.58	87.75	77.38	88.24	78.33	94.25	85.71		
รูปแบบผลิตภัณฑ์ตรงความต้องการ	93.46	92.68	95.45	92.42	91.67	92.86	92.16	96.67	95.40	100.00		
ราคาเหมาะสม	84.42	89.43	84.85	87.12	81.86	78.57	90.20	83.33	82.76	88.10		
คุณภาพดี	94.70	98.37	98.48	99.24	97.06	92.86	96.08	98.33	96.55	95.24		
อายุการใช้งาน	92.52	93.50	95.45	93.94	93.63	91.67	92.16	98.33	91.95	92.86		
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	62.62	57.72	60.61	75.00	69.61	63.10	60.78	65.00	79.31	73.81		
เป็นที่นิยมในหมู่ดาราในกรร	45.79	47.15	51.52	54.55	51.96	55.95	52.94	46.67	60.92	57.14		
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	59.81	56.91	62.12	62.12	67.65	65.48	62.75	53.33	67.82	78.57		
พนักงานขาย	57.01	54.47	54.55	56.82	58.82	58.33	56.86	43.33	56.32	78.57		
สถานที่ซื้อ	65.11	65.85	65.15	65.15	62.75	69.05	66.67	48.33	70.11	76.19		

ตารางที่ 4.5.6 ค่าร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อของทำสวามีได้ออกนอกบ้านหรือรองทำหุ้มสันของนักศึกษา โดยจำแนกตามคณะของนักศึกษา

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	ผลัดในประเทศ						นำเข้าจากต่างประเทศ																							
	วิศวะ		วิทยา		สถาปัตย์		เทคโนโลยี		ครุ		วิศวะ		วิทยา		สถาปัตย์		เทคโนโลยี		ครุ											
	กรรม	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	กรรม	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	กรรม	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	กรรม	ศาสตร์	ศาสตร์	ศาสตร์	กรรม	ศาสตร์									
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	73.88	69.57	62.32	76.97	73.53	88.24	84.21	88.24	92.75	86.11	93.13	89.13	92.75	93.33	94.12	96.49	98.04	100.00	91.67	93.82	93.48	88.41	90.91	82.35	81.57	80.70	88.24	71.01	88.89	
รูปแบบผลิตภัณฑ์ตรงความต้องการ	94.16	97.10	97.10	93.33	89.22	96.86	98.25	98.04	95.65	97.22	91.75	93.48	91.30	89.70	89.22	94.74	98.04	95.65	97.22	65.64	63.04	56.52	65.45	62.75	66.67	63.16	62.75	69.57	77.78	
อายุการใช้งาน	47.42	49.28	47.83	50.91	47.06	50.20	52.63	45.10	59.42	55.56	57.04	50.72	53.62	54.55	56.86	52.94	63.77	66.67	66.67	และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	55.33	55.07	52.17	56.97	61.76	60.61	60.61	44.93	52.78
พนักงานขาย	64.95	63.77	59.42	60.61	70.59	65.49	64.91	58.82	69.57	61.11	64.95	63.77	59.42	60.61	70.59	65.49	64.91	58.82	69.57	สถานที่ซื้อ	สถานที่ซื้อ	64.95	63.77	59.42	60.61	70.59	65.49	64.91	58.82	69.57

นักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 คำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทยโดยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.87 รองลงมาคือรูปแบบและสีเส้นตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.45 และราคาข้อมเยาคิดเป็นร้อยละ 91.03 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 44.44 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 91.78 รองลงมาคือรูปแบบสีเส้นตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.32 และราคาข้อมเยาคิดเป็นร้อยละ 90.41 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 43.38 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.67 รองลงมาคือรูปแบบสีเส้นตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 94.00 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 91.33 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 44.67 นักศึกษาชั้นปีที่ 4 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.07 รองลงมาคือรูปแบบสีเส้นตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.73 และราคาข้อมเยาคิดเป็นร้อยละ 90.13 โดยคำนึงถึงสื่อโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 52.27 รองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 คำนึงถึงรูปแบบสีเส้นตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือคุณภาพรองเท้า อายุการใช้งาน และความเป็นที่ยี่ห้อขึ้นนำคิดเป็นร้อยละ 95.24 เท่ากัน โดยคำนึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 57.14 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 คำนึงถึงอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.44 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าและรูปแบบสีเส้นตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 94.44 เท่ากัน โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 44.44 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 92.59 รองลงมาคือรูปแบบสีเส้นตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 88.89 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 85.19 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 37.04 นักศึกษาชั้นปีที่ 4 คำนึงถึงรูปแบบสีเส้นตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.74 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.98 เท่ากัน โดยคำนึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 50.88 (ตารางที่ 4.5.7)

นักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 คำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทยโดยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.96 รองลงมาคือรูปแบบและสีเส้นตรงตาม

ความต้องการและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.52 เท่ากัน โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักร็องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.02 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.75 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 94.31 และรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.06 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักร็องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 45.53 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าและรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.56 เท่ากัน รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.78 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่เพื่อนเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 36.67 นักศึกษาชั้นปีที่ 4 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.65 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.12 เท่ากัน โดยคำนึงถึงสื่อโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 49.64 รองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.97 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 95.96 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 94.95 โดยคำนึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.52 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.85 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 95.70 และรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 90.32 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักร็องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 49.46 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.56 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.59 เท่ากัน โดยคำนึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 58.52 นักศึกษาชั้นปีที่ 4 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.44 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 96.58 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.31 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักร็องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 52.14 (ตารางที่ 4.5.8)

นักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1-4 คำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยโดยนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.43 รองลงมาคือราคาข้อมเยาคิดเป็นร้อยละ 91.67 และรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 90.48 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักร็องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 48.21 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.65 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.03 เท่ากัน โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คارانักร็องเป็น

อันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 53.62 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คำนึงถึงรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.12 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 92.65 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 89.71 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 45.59 นักศึกษาชั้นปีที่ 4 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าและรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 92.94 เท่ากัน รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.55 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 48.24 รองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้ามาจากต่างประเทศนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 คำนึงถึงคุณภาพรองเท้าและอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.43 เท่ากันรองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 95.24 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 59.52 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 คำนึงถึงอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.92 รองลงมาคือคุณภาพรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 96.88 และรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 95.83 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 45.83 นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.49 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 92.98 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.11 โดยคำนึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 47.37 นักศึกษาชั้นปีที่ 4 คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.70 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 97.13 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.10 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 52.30 (ตารางที่ 4.5.9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5.7 คำร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าแตะของนักศึกษา โดยจำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	ผลดีในประเทศไทย				นำเข้าจากต่างประเทศ			
	ชั้นปีที่1	ชั้นปีที่2	ชั้นปีที่3	ชั้นปีที่4	ชั้นปีที่1	ชั้นปีที่2	ชั้นปีที่3	ชั้นปีที่4
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	60.68	54.34	63.67	58.13	95.24	88.89	70.37	80.70
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	91.45	91.32	94.00	91.73	100.00	94.44	88.89	94.74
ราคาขอมเยา	91.03	90.41	89.00	90.13	90.48	77.78	72.22	78.95
คุณภาพดี	94.87	91.78	94.67	93.07	95.24	94.44	92.59	92.98
อายุการใช้งาน	85.04	85.39	91.33	87.20	95.24	97.44	85.19	92.98
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	67.52	63.93	61.67	60.27	71.43	72.22	51.85	73.68
เป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้อง	44.44	43.38	44.67	59.20	71.43	44.44	37.04	59.65
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	56.41	52.97	51.33	52.27	76.19	61.11	51.85	64.91
พนักงานขาย	52.99	52.97	48.67	52.53	57.14	61.11	46.30	50.88
สถานที่ซื้อ	60.26	53.88	59.00	63.20	71.43	66.67	53.70	77.19

ตารางที่ 4.5.8 ค่าร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาของนักศึกษา โดยจำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	ผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย				นำเข้าจากต่างประเทศ			
	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	80.95	76.42	80.56	78.99	87.88	87.10	85.93	89.74
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	92.52	91.06	95.56	93.12	95.96	90.32	92.59	96.58
ราคาคุ้มค่า	87.07	86.18	84.44	84.06	85.86	80.65	85.93	82.05
คุณภาพดี	97.96	96.75	95.56	95.65	96.97	97.85	95.56	97.44
อายุการใช้งาน	92.52	94.31	92.78	93.12	94.95	95.70	92.59	92.31
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	68.71	62.60	36.67	62.32	75.76	68.82	65.93	71.79
เป็นที่นิยมในหมู่ดารานักกร้อ	51.02	45.53	50.00	49.64	60.61	49.46	60.00	52.14
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	64.63	60.98	55.56	61.59	66.67	64.52	65.19	68.38
พนักงานขาย	58.50	57.72	53.89	56.52	51.52	53.76	58.52	65.81
สถานที่ซื้อ	65.31	65.04	61.11	69.20	65.66	59.14	60.74	70.09

ตารางที่ 4.5.9 ค่าร้อยละของปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นของนักศึกษา โดยจำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	ผลัดในประเทศไทย				นำเข้าจากต่างประเทศ			
	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	73.21	69.57	77.94	69.80	88.10	88.54	85.96	89.66
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	90.48	92.03	94.12	92.94	95.24	95.83	92.98	97.13
ราคาเหมาะสม	91.67	90.58	87.25	87.84	80.95	76.04	85.96	81.03
คุณภาพดี	96.43	95.65	92.65	92.94	96.43	96.88	96.49	97.70
อายุการใช้งาน	88.69	92.03	89.71	92.55	96.43	97.92	92.11	93.10
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	63.10	69.57	62.75	62.35	72.62	63.54	65.79	67.24
เป็นที่นิยมในหมู่ดารานักกร้อง	48.21	53.62	45.59	48.24	59.52	45.83	50.00	52.30
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	52.38	62.32	50.49	56.47	65.48	59.38	57.89	54.60
พนักงานขาย	57.74	60.87	51.47	56.47	63.10	56.25	47.37	58.05
สถานที่ซื้อ	62.50	63.77	57.35	70.59	67.86	60.42	56.14	71.84

นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท ตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท คำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทยนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.72 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.74 เท่ากัน และราคาข้อมเยาคิดเป็นร้อยละ 90.83 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 44.95 นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000 – 5,000 บาท คำนึงถึงรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.50 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 92.78 และราคาข้อมเยาคิดเป็นร้อยละ 90.21 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 44.16 นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 92.69 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 89.50 และราคาข้อมเยาและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 88.58 เท่ากัน โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 44.29 รองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพรองเท้าและอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.94 เท่ากัน รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 90.91 โดยคำนึงถึงพนักงานขายเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 48.48 นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000 – 5,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพรองเท้าและรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.05 เท่ากัน รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 89.29 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 21.43 นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท คำนึงถึงรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.94 รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 90.91 เท่ากัน โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 57.58 (ตารางที่ 4.5.10)

นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท ตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท คำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆคล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทยนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.40 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.24 และรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 92.34 โดยคำนึงถึงสถานที่ซื้อเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 40.09 นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3,000 – 5,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.73 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 92.88 และรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 92.59 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 48.72 นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.39 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 96.08 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.46 โดยความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 57.52 รองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศ นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.50 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 90.24 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 89.43 โดยคำนึงถึงสื่อโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 41.46 นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000 – 5,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.40 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 96.10 และรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 92.94 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.95 นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 98.89 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.33 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 50.44 (ตารางที่ 4.5.11)

นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท ตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท คำนึงถึงอันดับความสำคัญในปัจจัยต่างๆ คล้ายกันไม่ว่าจะซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ รองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย โดยนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท คำนึงถึงรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการและราคาข้อมเยาเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 93.86 เท่ากัน รองลงมาคือคุณภาพของรองเท้าคิดเป็นร้อยละ 93.42 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 48.68 นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000 – 5,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 94.07 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 91.11 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 90.37 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่ดารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 47.90 นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท คำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 95.45 รองลงมาคือรูปแบบสีสันทันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 94.70 และอายุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.18 โดยความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 50.00 รองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาทคำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 97.06 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการและอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 96.08 เท่ากัน โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 50.98 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000 – 5,000 บาทคำนึงถึงคุณภาพรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 96.43 รองลงมาคือรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการคิดเป็นร้อยละ 95.24 และอายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 93.65 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.98 นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาทคำนึงถึงคุณภาพของรองเท้าเป็นอันดับแรกคิดเป็นร้อยละ 98.25 รองลงมาคืออายุการใช้งานคิดเป็นร้อยละ 94.74 และความเป็นที่ยี่ห้อชั้นนำคิดเป็นร้อยละ 87.72 โดยคำนึงถึงความเป็นที่นิยมในหมู่คารานักร้องเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 51.75 (ตารางที่ 4.5.12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5.12 ค่าร้อยละของปัจจัยประกอบการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีหรือรองศาสตราจารย์ของนักศึกษาโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา (บาท)

ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ	ผลดีในประเทศ		นำเข้าจากต่างประเทศ	
	น้อยกว่า	ตั้งแต่	น้อยกว่า	ตั้งแต่
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	3,000	3,000-5,000	3,000	3,000-5,000
รูปแบบผลิตภัณฑ์ตรงความต้องการ	69.30	71.85	86.27	89.29
ราคาเหมาะสม	93.86	91.11	96.08	95.24
คุณภาพดี	93.86	87.90	78.43	83.73
อายุการใช้งาน	93.42	94.07	97.06	96.43
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	90.35	90.37	96.08	93.65
เป็นที่นิยมในหมู่นักเรียน	63.16	64.20	72.55	64.29
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	48.68	47.90	50.98	51.98
พนักงานขาย	49.12	56.05	62.75	55.95
สถานที่ซื้อ	49.56	59.01	53.92	55.56
	57.02	66.42	56.86	63.89
			68.94	
				87.72
				5,000
				69.30
				78.07
				98.25
				94.74
				68.42
				51.75
				59.65
				58.77
				74.56

4.6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับความคิดเห็นส่วนตัว

เนื่องจากปัจจัยประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาการผลิตรองเท้าประเภทต่างๆ ในประเทศไทยคล้ายๆกันจึงรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนารองเท้าทั้ง 3 ประเภทไว้ด้วยกัน

4.6.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย โดยการทดสอบ χ^2 -test พบว่าไม่มีปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กับสถานภาพส่วนตัวในการพัฒนาการผลิตรองเท้าในประเทศไทย หมายความว่า แต่ละเพศ คณะ และชั้นปี มีสัดส่วนของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนา (ราคา รูปแบบและสี สัน อายุการใช้งาน วัสดุและคุณภาพในการตัดเย็บ) สำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยเหมือนกัน (ภาคผนวก ก ตารางที่ 13 - 15)

4.6.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยการทดสอบ χ^2 -test พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศเหมือนกัน (ภาคผนวก ก ตารางที่ 17)

4.6.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย โดยการทดสอบ χ^2 -test พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยเหมือนกัน (ภาคผนวก ก ตารางที่ 18)

4.7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความคิดเห็นส่วนตัว

4.7.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย โดยการทดสอบ χ^2 -test พบว่าไม่มีปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในการพัฒนาการผลิตรองเท้าในประเทศไทย หมายความว่า นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีสัดส่วนของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนา (ราคา รูปแบบและสี สัน อายุการใช้งาน วัสดุและคุณภาพ) สำหรับการตัดเย็บ) สำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยเหมือนกัน (ภาคผนวก ก ตารางที่ 16)

4.7.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยการทดสอบ χ^2 -test พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศเหมือนกัน (ภาคผนวก ก ตารางที่ 19)

4.7.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย โดยการทดสอบ χ^2 -test พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยเหมือนกัน (ภาคผนวก ก ตารางที่ 20)

4.8 ความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับรองเท้า

4.8.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ตารางที่ 4.8.1.1 ค่าร้อยละและการจัดลำดับความสำคัญของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัย	ร้อยละ
ราคา	74.83
รูปแบบสีส้น	95.32
อายุการใช้งาน	94.05
วัสดุคืบ	91.33
ความปราณีตในการตัดเย็บ	93.45

จากตารางที่ 4.8.1.1 นักศึกษาคิดว่ารองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยควรได้รับการพัฒนา ด้านรูปแบบสีส้นเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 95.32 รองลงมาคืออายุการใช้งานมีร้อยละ 94.05 และความปราณีตในการตัดเย็บมีร้อยละ 93.45

ตารางที่ 4.8.1.2 ค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามเพศของนักศึกษา

ปัจจัย	เพศ	
	ชาย	หญิง
ราคา	75.71	73.13
รูปแบบสีส้น	96.12	93.78
อายุการใช้งาน	94.06	94.03
วัสดุคืบ	91.47	91.04
ความปราณีตในการตัดเย็บ	93.15	94.03

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.8.1.2 นักศึกษาชายคิดว่าควรพัฒนาทางด้านรูปแบบสีสันเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 96.12 รองลงมาคืออายุการใช้งานมีร้อยละ 94.06 และความปราณีตในการตัดเย็บมีร้อยละ 93.15 ส่วนนักศึกษาหญิงคิดว่าควรพัฒนาทางด้านอายุการใช้งาน และความปราณีตในการตัดเย็บเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 94.03 เท่ากัน รองลงมาคือรูปแบบสีสันมีร้อยละ 93.78

ตารางที่ 4.8.1.3 ค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามคณะของนักศึกษา

ปัจจัย	คณะ				
	วิศวกรรมศาสตร์	วิทยาศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	เทคโนโลยีการเกษตร	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
ราคา	75.48	73.81	71.43	76.32	74.24
รูปแบบสีสัน	94.06	97.02	96.83	96.93	93.94
อายุการใช้งาน	94.06	92.86	96.03	96.49	89.39
วัสดุคืบ	91.19	91.07	91.27	94.30	87.12
ความปราณีตในการตัดเย็บ	94.44	95.83	92.86	92.54	88.64

จากตารางที่ 4.8.1.3 นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์คิดว่าควรพัฒนาทางด้านความปราณีตในการตัดเย็บเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 94.44 รองลงมาคืออายุการใช้งาน และรูปแบบสีสันมีร้อยละ 94.06 เท่ากัน นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์คิดว่าควรพัฒนาทางด้านรูปแบบสีสันเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 97.02 รองลงมาคือความปราณีตในการตัดเย็บมีร้อยละ 95.83 และอายุการใช้งานมีร้อยละ 92.86 นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรคิดว่าควรพัฒนาทางด้านรูปแบบสีสันเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 96.93 รองลงมาคืออายุการใช้งานมีร้อยละ 96.49 และวัสดุคืบมีร้อยละ 94.30 ส่วนนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีความคิดเห็นเหมือนกันว่าควรพัฒนาทางด้านรูปแบบสีสันเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 96.83 และ 93.94 รองลงมาคืออายุการใช้งานมีร้อยละ 96.03 และ 89.39 ด้านความปราณีตในการตัดเย็บมีร้อยละ 92.86 และ 88.64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8.1.4 ค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา

ปัจจัย	ชั้นปี			
	ชั้นปีที่1	ชั้นปีที่2	ชั้นปีที่3	ชั้นปีที่4
ราคา	76.31	74.89	76.60	72.40
รูปแบบสีส้น	95.98	94.37	95.83	95.05
อายุการใช้งาน	93.57	94.81	96.15	92.19
วัสดุคืบ	90.76	93.07	91.67	90.36
ความปราณีตในการตัดเย็บ	94.38	91.77	94.87	92.71

จากตารางที่ 4.8.1.4 นักศึกษาชั้นปีที่1และ4 มีความคิดเห็นเหมือนกันว่าควรพัฒนาทางด้านรูปแบบสีส้นเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 95.98 และ 95.05 รองลงมาคือความปราณีตในการตัดเย็บ มีร้อยละ 94.38 และ 92.71 ด้านอายุการใช้งานมีร้อยละ 93.57 และ 92.19 นักศึกษาชั้นปีที่2 คิดว่าควรพัฒนาทางด้านอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 94.81 รองลงมาคือรูปแบบสีส้นมีร้อยละ 94.37 และด้านวัสดุคืบมีร้อยละ 93.07 ส่วนนักศึกษาชั้นปีที่3 คิดว่าควรพัฒนาด้านอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 96.15 รองลงมาคือรูปแบบสีส้นมีร้อยละ 95.83 และความปราณีตในการตัดเย็บมีร้อยละ 94.87

ตารางที่ 4.8.1.5 ค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา

ปัจจัย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
	น้อยกว่า 3,000	ตั้งแต่ 3,000-5,000	มากกว่า 5,000
ราคา	74.63	74.30	76.50
รูปแบบสีส้น	93.81	96.35	94.87
อายุการใช้งาน	94.69	94.20	92.74
วัสดุคืบ	91.45	90.55	93.16
ความปราณีตในการตัดเย็บ	93.22	93.70	93.16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.8.1.5 นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท คิดว่าควรพัฒนาทางด้านอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 94.69 รองลงมาคือรูปแบบสีสันมีร้อยละ 93.81 และความปราณีตในการตัดเย็บมีร้อยละ 93.22 นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท คิดว่าควรพัฒนาทางด้านรูปแบบสีสันเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 96.35 รองลงมาคืออายุการใช้งานมีร้อยละ 94.20 และความปราณีตในการตัดเย็บมีร้อยละ 93.70 ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท คิดว่าควรพัฒนาทางด้านรูปแบบสีสันเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 94.87 รองลงมาคือด้านวัสดุคุณภาพและความปราณีตในการตัดเย็บมีร้อยละ 93.16 เท่ากัน

4.8.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ

จากตัวอย่างนักศึกษาจำนวน 392 คน มีผู้ให้ความคิดเห็น 354 คน พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 68.64 ของผู้ให้ความคิดเห็นทั้งหมด เนื่องจากคิดว่ารองเท้าจากต่างประเทศมีราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 35.59 เป็นการไม่ส่งเสริมสินค้าไทยคิดเป็นร้อยละ 20.62 และทำให้ประเทศเสียดุลการค้าคิดเป็นร้อยละ 12.43 ส่วนนักศึกษากลุ่มที่เห็นด้วยกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศมีร้อยละ 31.36 โดยคิดว่ารองเท้าจากต่างประเทศมีคุณภาพดีมีร้อยละ 28.53 และเป็นเรื่องของรสนิยมส่วนบุคคลมีร้อยละ 2.83 (ตารางที่ 4.8.2.1)

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศโดยจำแนกตามเพศ พบว่านักศึกษาชายและหญิงส่วนใหญ่มีร้อยละ 65.27 และ 75.65 ไม่เห็นด้วยกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ (ตารางที่ 4.8.2.2)

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศโดยจำแนกตามคณะ พบว่านักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ เทคโนโลยี การเกษตร และครุศาสตร์อุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีร้อยละ 69.38 74.54 54.55 61.77 และ 81.58 ไม่เห็นด้วยกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ (ตารางที่ 4.8.2.3)

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศโดยจำแนกตามชั้นปี พบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ส่วนใหญ่มีร้อยละ 66.23 65.22 67.39 และ 73.28 ไม่เห็นด้วยกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ (ตารางที่ 4.8.2.4)

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่านักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท ตั้งแต่ 3,000-5,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีร้อยละ 79.21 82.98 และ 72.31 ไม่เห็นด้วยกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ (ตารางที่ 4.8.2.5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8.2.1 จำนวนของนักศึกษา และค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	111	31.36
- คุณภาพดีกว่า	101	28.53
- รสนิยมส่วนบุคคล	10	2.83
ไม่เห็นด้วย	243	68.64
- ราคาแพง	126	35.59
- ไม่ส่งเสริมสินค้าไทย	73	20.62
- เสียบุคลากรค่า	44	12.43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8.2.2 จำนวนของนักศึกษา และค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำนวนตามเพศของนักศึกษา

	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	83	34.73	28	24.35
ไม่เห็นด้วย	156	65.27	87	75.65

ตารางที่ 4.8.2.3 จำนวนของนักศึกษา และค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำนวนตามคณะของนักศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การซื้อรองเท้าที่นำเข้ามาจากต่าง ประเทศ	คณะ									
	วิศวกรรมศาสตร์		วิทยาศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		เทคโนโลยีการเกษตร		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	49	30.62	14	25.46	15	45.45	26	38.23	7	18.42
ไม่เห็นด้วย	111	69.38	41	74.54	18	54.55	42	61.77	31	81.58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8.2.4 จำนวนของนักศึกษา และค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการชอรองที่นำเข้ามาจากต่างประเทศจำนวนตามชั้นปีของนักศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการชอรองที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	ชั้นปี							
	1		2		3		4	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	26	33.77	24	34.78	30	32.61	31	26.72
ไม่เห็นด้วย	51	66.23	45	65.22	62	67.39	85	73.28

ตารางที่ 4.8.2.5 จำนวนของนักศึกษา และค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการชอรองที่นำเข้ามาจากต่างประเทศจำนวนตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการชอรองที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 3,000		ตั้งแต่ 3,000-5,000		มากกว่า 5,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	21	20.79	32	17.02	18	27.69
ไม่เห็นด้วย	80	79.21	156	82.98	47	72.31

4.8.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

จากตัวอย่างนักศึกษาจำนวน 392 คน มีผู้ให้ความคิดเห็น 381 คน พบว่านักศึกษาก่อนใหญ่คิดว่าในการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยนั้น อันดับแรกรัฐบาลควรรณรงค์ให้ประชาชนทราบว่าการซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยเป็นการช่วยให้คนไทยมีงานทำ มีร้อยละ 38.84 ของผู้ให้ความคิดเห็นทั้งหมด รองลงมาคิดว่าผู้ผลิตรองเท้าควรพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคหันมาซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยมากขึ้น โดยไม่ต้องรณรงค์มากนักมีร้อยละ 38.06 คิดว่าควรปรับเปลี่ยนทัศนคติ รวมทั้งสร้างค่านิยมที่ดีเกี่ยวกับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย มีร้อยละ 14.44 และอันดับสุดท้ายนักศึกษาคิดว่าควรส่งเสริมการโฆษณาให้มากขึ้น มีร้อยละ 8.66 (ตารางที่ 4.8.3.1)

เมื่อพิจารณาความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยโดยจำแนกตามเพศ พบว่านักศึกษาทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่มองเห็นว่าควรรณรงค์ในเรื่อง พัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น และรณรงค์ซื้อรองเท้าไทยเพื่อช่วยให้คนไทยมีงานทำ โดยเพศชายให้ความสำคัญกับการพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้นเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 39.76 และเพื่อช่วยให้คนไทยมีงานทำร้อยละ 36.15 ในขณะที่เพศหญิงให้ความสำคัญกับการรณรงค์เพื่อช่วยคนไทยมีงานทำเป็นอันดับแรกมีร้อยละ 43.94 และพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้นมีร้อยละ 34.85 (ตารางที่ 4.8.3.2)

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์จำแนกตามคณะของนักศึกษา พบว่านักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ และเทคโนโลยีการเกษตร ส่วนใหญ่คิดว่ารัฐบาลควรรณรงค์ให้ประชาชนทราบว่าการซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยเป็นการช่วยให้คนไทยมีงานทำ โดยมีร้อยละ 41.82 45.24 และ 41.09 ตามลำดับ รองลงมาคือพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้นมีร้อยละ 38.18 28.57 และ 36.99 ตามลำดับส่วนนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ส่วนใหญ่มีร้อยละ 42.86 คิดว่าผู้ผลิตรองเท้าควรพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น รองลงมา มีร้อยละ 37.50 เพื่อช่วยให้คนไทยมีงานทำ และนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมส่วนใหญ่คิดว่าควรปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างค่านิยมที่ดีเพื่อช่วยให้คนไทยมีงานทำ และผู้ผลิตรองเท้าควรพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น โดยมีร้อยละ 30.23 เท่ากัน (ตารางที่ 4.8.3.3)

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์จำแนกตามชั้นปีของนักศึกษา พบว่านักศึกษา ชั้นปีที่ 1 - 3 ส่วนใหญ่คิดว่ารัฐบาลควรรณรงค์ให้ประชาชนทราบว่าการซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยเป็นการช่วยให้คนไทยมีงานทำ โดยมีร้อยละ 41.25 37.33 และ 45.10 ตามลำดับ รองลงมาคือควรพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้นมีร้อยละ 35.00 34.67 และ 40.19 ตามลำดับ ส่วนนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ส่วนใหญ่มีร้อยละ 40.33 คิดว่าผู้ผลิตรองเท้าควรพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น ซึ่งจะทำให้

ผู้บริโภคหันมาซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยมากขึ้น โดยไม่ต้องรณรงค์มากนัก รองลงมา มีร้อยละ 33.06 คิดว่าเพื่อช่วยคนไทยมีงานทำ (ตารางที่ 4.8.3.4)

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษาพบว่านักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท และนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 3,000-5,000 บาท ส่วนใหญ่คิดว่ารัฐบาลควรรณรงค์ให้ประชาชนทราบว่า การซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยเป็นการช่วยให้คนไทยมีงานทำ โดยมีร้อยละ 38.53 และ 43.15 รองลงมาคือควรพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้นมีร้อยละ 28.44 และ 34.51 ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่มีร้อยละ 49.33 คิดว่าผู้ผลิตรองเท้าควรพัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น รองลงมา มีร้อยละ 26.67 คิดว่าเพื่อช่วยให้คนไทยมีงานทำ (ตารางที่ 4.8.3.5)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8.3.1 จำนวนของนักศึกษา และคําร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการณรงค์ให้ชอรองทำที่ผลิตในประเทศไทย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ	จำนวน	ร้อยละ
การรณรงค์ให้ชอรองทำที่ผลิตในประเทศไทย		
ปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างค่านิยมที่ดี	55	14.44
พัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น	145	38.06
ส่งเสริมการโฆษณา	33	8.66
รณรงค์ชอรองทำไทยเพื่อช่วยคนไทยมีงานทำ	148	38.84

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8.3.2 จำนวนของนักศึกษา และค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการณรงค์ให้ชอรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย
จำแนกตามเพศของนักศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การณรงค์ให้ชอรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างค่านิยมที่ดี	34	13.65	21	15.91
พัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น	99	39.76	46	34.85
ส่งเสริมการโฆษณา	26	10.44	7	5.30
รณรงค์ชอรองเท้าไทยเพื่อช่วยคนไทยมีงานทำ	90	36.15	58	43.94

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8.3.3 จำนวนของนักศึกษ และค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ชื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

จำแนกตามคณะของนักศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การรณรงค์ให้ชื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย	คณะ									
	วิศวกรรมศาสตร์		วิทยาศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		เทคโนโลยีการเกษตร		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	17	10.12	8	14.55	6	14.29	11	15.07	13	30.23
ปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างค่านิยมที่ดี	72	42.86	21	38.18	12	28.57	27	36.99	13	30.23
พัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น	16	9.52	3	5.45	5	11.90	5	6.85	4	9.31
ส่งเสริมการโฆษณา	63	37.50	23	41.82	19	45.24	30	41.09	13	30.23
รณรงค์ชื้อรองเท้าไทยเพื่อช่วยคนไทย มีงานทำ										

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8.3.4 จำนวนของนักศึกษา และค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับการณรงค์ให้ชอรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย
จำนวนตามชั้นปีของนักศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การณรงค์ให้ชอรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย	ชั้นปี							
	1		2		3		4	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างค่านิยมที่ดี	10	12.50	14	18.67	14	13.73	17	13.71
พัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น	28	35.00	26	34.67	41	40.19	50	40.33
ส่งเสริมการโฆษณา	9	11.25	7	9.33	1	0.98	16	12.90
รณรงค์ชอรองเท้าไทยเพื่อช่วยคนไทยมั่งคั่ง	33	41.25	28	37.33	46	45.10	41	33.06

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8.3.5 จำนวนของนักศึกษา และค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมรงค์ให้ช้อรองทำที่ผลิตในประเทศไทย
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ กิจกรรมรงค์ให้ช้อรองทำ ที่ผลิตในประเทศไทย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 3,000		ตั้งแต่ 3,000-5,000		มากกว่า 5,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างค่านิยมที่ดี	20	18.35	26	13.20	12	16.00
พัฒนาการผลิตให้ดีขึ้น	31	28.44	68	34.51	34	49.33
ส่งเสริมการโฆษณา	16	14.68	18	9.14	9	12.00
รณรงค์ช้อรองทำไทยเพื่อช่วยคนไทย มีงานทำ	42	38.53	85	43.15	20	26.67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การนำเข้ารองเท้าจากต่างประเทศนับเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประเทศขาดดุลการค้า ทั้งที่ประเทศไทยมีกำลังการผลิตรองเท้าเพียงพอกับความต้องการของคนในประเทศ ดังนั้นจึงได้ ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าของผู้บริโภคเพื่อให้ทราบ และสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการเลือกซื้อรองเท้าให้เหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่การลดมูลค่าการนำเข้า รองเท้าจากต่างประเทศ และเป็นข้อมูลให้อุตสาหกรรมรองเท้าของไทยนำไปพิจารณาหาแนวทาง ในการพัฒนาการผลิตรองเท้าให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

ในการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลของรองเท้า 3 ประเภทได้แก่ รองเท้าแตะ รองเท้ากีฬา และรองเท้าหุ้มส้น จากนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง ปีการศึกษา 2541 โดยสุ่มตัวอย่างจำนวน 392 คน ตามสัดส่วนของจำนวนนักศึกษา จำแนกตามเพศ คณะ และชั้นปี เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติร้อยละ และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยไคสแควร์ จากข้อมูล เกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อรองเท้านำเข้าจากต่างประเทศของนักศึกษาพบว่า นักศึกษายังนิยม ซื้อรองเท้ากีฬาและรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศในอัตราที่สูง ซึ่งนักศึกษาแต่ละคน มีจำนวนคู่โดยเฉลี่ยของรองเท้าหุ้มส้นถึง 1.8 คู่ต่อคนแสดงให้เห็นว่านักศึกษาก็เป็นส่วนหนึ่ง ในการทำให้มูลค่าการนำเข้ารองเท้าจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น จากผลการวิเคราะห์เมื่อพิจารณาถึง ความสัมพันธ์ของสถานภาพส่วนตัวและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการตัดสินใจซื้อในแต่ละ ปัจจัยของการซื้อรองเท้าประเภทต่างๆ สรุปความสัมพันธ์ดังนี้

ในการเลือกซื้อรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทยพบว่า นักศึกษาเพศชายและหญิง ส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆกับปัจจัยความเป็นที่หือชั้นนำ และนักศึกษาแต่ละคณะส่วนใหญ่ไม่สนใจปัจจัย ความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์

ในการเลือกซื้อรองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศและรองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทย พบว่า นักศึกษาให้ความสนใจปัจจัยที่ประกอบการตัดสินใจซื้อต่างๆเหมือนกัน

ในการเลือกซื้อรองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศพบว่า นักศึกษาแต่ละคณะมีความ สนใจปัจจัยสถานที่ซื้อแตกต่างกัน โดยนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม (ร้อยละ 42.86) และวิทยาศาสตร์ (ร้อยละ 41.18) ให้ความสนใจมากกว่านักศึกษาคณะอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

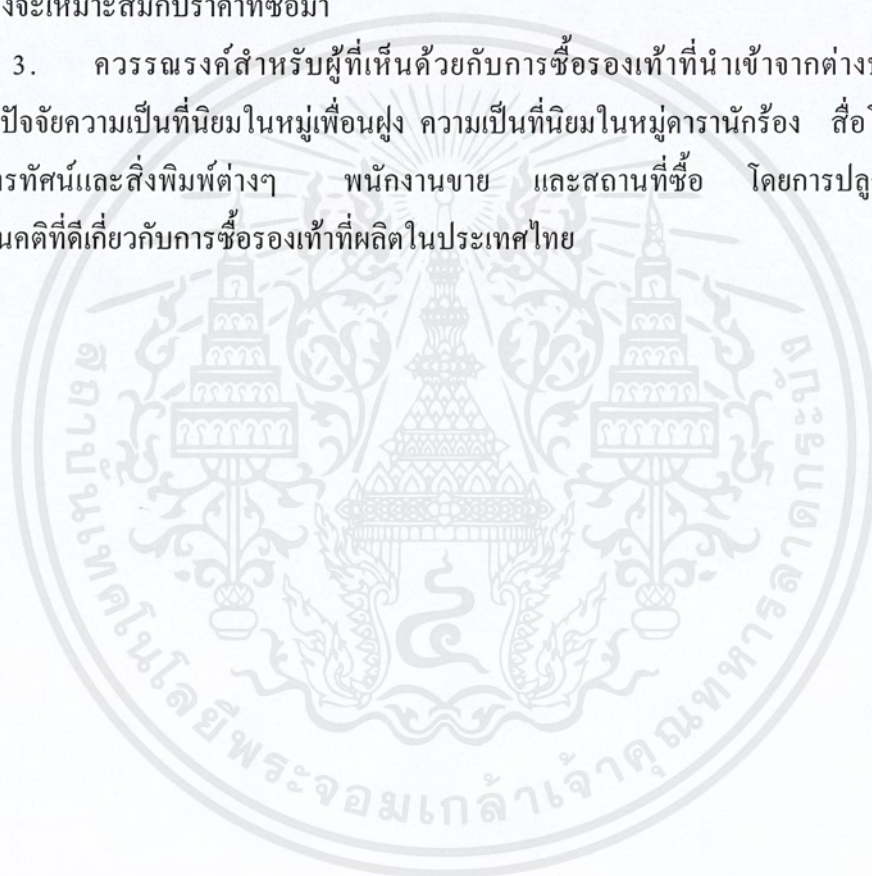
ในการเลือกซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยพบว่า นักศึกษาเพศหญิง (ร้อยละ 87.18) ให้ความสนใจปัจจัยรูปแบบสีสันตรงตามความต้องการมากกว่า นักศึกษาเพศชาย (ร้อยละ 76.09) นักศึกษาชั้นปีที่ 2 ส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆกับปัจจัยพนักงานขายในขณะที่นักศึกษาระดับชั้นปีอื่นๆส่วนใหญ่ไม่ให้ความสนใจ แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยสถานที่ซื้อนักศึกษาระดับปีที่ 4 (ร้อยละ 40.00) ให้ความสนใจปัจจัยนี้มากกว่านักศึกษาระดับชั้นปีอื่นๆ นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท (ร้อยละ 84.21) สนใจปัจจัยราคาข้อยอมเยาะและปัจจัยทางด้านสื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆมากกว่านักศึกษาระดับชั้นปีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอื่นๆที่แตกต่างกัน

ในการเลือกซื้อรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 ส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆกับปัจจัยสื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ในขณะที่นักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 และ 4 ส่วนใหญ่ไม่สนใจ นักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 52.63) สนใจปัจจัยสถานที่ซื้อที่มากกว่านักศึกษาระดับชั้นปีที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอื่นๆที่แตกต่างกัน

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อพบว่า ไม่ว่าจะเลือกรองเท้าประเภทใดก็ตาม นักศึกษาทุกเพศ คณะ และชั้นปี พิจารณาถึงทุกปัจจัยพอๆกัน อย่างไรก็ตามยังคงใช้เหตุผลในการเลือกซื้อรองเท้ามากกว่าที่จะคำนึงถึงค่านิยมหรือการโฆษณา คือพิจารณาคุณภาพ รูปแบบสีสัน อายุการใช้งาน และราคาข้อยอมเยาะเป็นอันดับแรกๆ ส่วนปัจจัยที่นักศึกษาคำนึงถึงน้อยที่สุดคือความเป็นที่นิยมในหมู่คนรอบข้าง และพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นในการพัฒนาการผลิตรองเท้าในประเทศไทย คือนักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าควรพัฒนาในด้านความปราณีตในการตัดเย็บ วัสดุดิบ รูปแบบสีสัน และอายุการใช้งานเป็นอันดับแรกๆเช่นกัน แสดงให้เห็นว่านักศึกษาคิดว่ารองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยมีคุณภาพที่ไม่ดีพอจึงส่งผลให้นักศึกษาส่วนหนึ่งเห็นด้วยกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ แต่นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับความคิดเห็นนี้เนื่องจากรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาแพง ทั้งยังเป็นการไม่ส่งเสริมสินค้าไทย โดยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยว่าการซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยจะช่วยให้คนไทยมีงานทำ นอกจากนี้ควรกระตุ้นให้ผู้ผลิตพัฒนาการผลิตรองเท้าให้ดีขึ้นด้วย และควรส่งเสริมการโฆษณา รวมทั้งปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างค่านิยมที่ดีให้กับรองเท้าไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษากับประชากรหลายๆกลุ่ม เพื่อให้เกิดประโยชน์และนำไปใช้งานได้จริง เช่น ในกรณีศึกษาครั้งนี้พบว่านักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ใช้รองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศในปริมาณที่น้อยเมื่อเทียบกับประชาชนทั่วไป
2. ควรศึกษารายละเอียดของรองเท้าที่นักศึกษาต้องการเพิ่มเติม เช่น รองเท้าต้องมีช่วงราคาเท่าใด ลักษณะของรองเท้าควรเป็นอย่างไรและอายุการใช้งานของรองเท้าควรยาวนานแค่ไหนจึงจะเหมาะสมกับราคาที่ซื้อ
3. ควรรณรงค์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศแต่ไม่สนใจปัจจัยความเป็นที่นิยมในหมู่เพื่อนฝูง ความเป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์ สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ พนักงานขาย และสถานที่ซื้อ โดยการปลูกฝังค่านิยม สร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- ธงชัย สันติวงศ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสำนักพิมพ์ไทย
วัฒนาพานิชย์, 2527.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธ์. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4.
กรุงเทพมหานคร : B&B Publishing, 2537.
- บุญนาค ภัทรพงศ์มณี. พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวัยรุ่นตอนปลายในกรุงเทพมหานคร.
บัณฑิตวิทยาลัย คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6.
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วัชรီ ถิ่นธานี. อุตสาหกรรมรองเท้า รายงานการศึกษาภาวะอุตสาหกรรมกองส่งเสริมการลงทุนที่ 3
กรุงเทพ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนสำนักนายกรัฐมนตรี, 2538.
- สมาคมรองเท้าไทย. Thai Footwear Association. กรุงเทพมหานคร, 2540.
- อนุชิต เทียงธรรม. เอกสารประกอบการเรียนวิชาการตลาด. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ. กรุงเทพฯ, 2541.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ
รองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย	
	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	9.459	0.009*
รูปแบบสีเส้นตรงความต้องการ	2.853	0.240
ราคาเหมาะสม	0.271	0.873
คุณภาพดี	2.244	0.326
อายุการใช้งาน	0.829	0.661
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	2.837	0.242
เป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์	1.685	0.431
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	5.565	0.062
พนักงานขาย	3.621	0.164
สถานที่ซื้อ	1.015	0.602

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทย		รองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศ	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	3.046	0.218	0.615	0.735
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	0.352	0.646	0.319	0.572
ราคาย่อมเยา	0.962	0.618	0.338	0.845
คุณภาพดี	0.514	0.626	0.055	0.814
อายุการใช้งาน	0.346	0.585	2.180	0.140
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	2.069	0.355	7.278	0.026
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	2.307	0.316	3.315	0.191
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	1.452	0.484	2.532	0.283
พนักงานขาย	1.463	0.481	3.037	0.219
สถานที่ซื้อ	0.639	0.727	5.543	0.063

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ รองเท้าสวมใส่งอกนอกบ้านหรือรองเท้าวู้มสันที่ผลิตในประเทศไทย และนำเข้า จากต่างประเทศ

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้าสวมใส่งอกนอกบ้านหรือรองเท้าวู้มสันที่ผลิตในประเทศไทย		รองเท้าสวมใส่งอกนอกบ้านหรือรองเท้าวู้มสันที่นำเข้าจากต่างประเทศ	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	0.895	0.639	1.128	0.569
รูปแบบสีตรงความต้องการ	5.099	0.024*	0.754	0.385
ราคาเหมาะสม	1.477	0.478	1.782	0.410
คุณภาพดี	1.190	0.275	0.028	0.867
อายุการใช้งาน	1.083	0.298	1.051	0.305
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	1.161	0.560	3.395	0.183
เป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์	1.311	0.519	4.740	0.094
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	0.040	0.980	2.167	0.338
พนักงานขาย	1.324	0.516	1.445	0.486
สถานที่ซื้อ	1.240	0.538	0.161	0.923

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ รองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย	
	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นที่หือชั้นนำ	11.373	0.181
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	2.952	0.566
ราคาย่อมเยา	6.740	0.150
คุณภาพดี	1.962	0.743
อายุการใช้งาน	3.924	0.416
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	6.927	0.545
เป็นที่นิยมในหมู่คานักรื่อง	18.448	0.018*
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	13.164	0.106
พนักงานขาย	5.253	0.730
สถานที่ซื้อ	13.499	0.096

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคณะกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ
รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้ากีฬาที่ผลิตใน ประเทศไทย		รองเท้ากีฬาที่นำเข้า จากต่างประเทศ	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	9.840	0.276	10.032	0.040
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	0.491	0.974	5.302	0.258
ราคาย่อมเยา	5.470	0.242	3.930	0.416
คุณภาพดี	10.956	0.027	0.650	0.957
อายุการใช้งาน	1.829	0.767	2.374	0.667
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	14.119	0.079	9.482	0.303
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	11.545	0.173	2.069	0.154
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	3.612	0.890	2.307	0.030
พนักงานขาย	6.258	0.618	1.452	0.031
สถานที่ซื้อ	4.634	0.796	1.463	0.011*

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคณะกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าวุ่นที่ผลิตในประเทศไทย และนำเข้า จากต่างประเทศ

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าวุ่นที่ผลิตในประเทศไทย		รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าวุ่นที่นำเข้าจากต่างประเทศ	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	10.368	0.240	1.960	0.743
รูปแบบสีตรงความต้องการ	0.716	0.949	6.236	0.182
ราคาย่อมเยา	4.969	0.291	3.730	0.444
คุณภาพดี	4.077	0.396	1.037	0.904
อายุการใช้งาน	2.834	0.586	0.701	0.951
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	6.097	0.636	7.147	0.521
เป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์	5.726	0.798	5.573	0.233
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	4.692	0.790	4.830	0.305
พนักงานขาย	5.519	0.701	7.342	0.119
สถานที่ซื้อ	4.665	0.793	3.883	0.868

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างชั้นปีกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ รองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย	
	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	8.039	0.235
รูปแบบสี สันตรงความต้องการ	3.372	0.338
ราคาย่อมเยา	0.844	0.839
คุณภาพดี	3.997	0.262
อายุการใช้งาน	8.023	0.236
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	4.693	0.584
เป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์	1.531	0.957
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	8.797	0.185
พนักงานขาย	6.642	0.355
สถานที่ซื้อ	5.976	0.426

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างชั้นปีกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้ากีฬาที่ผลิต ในประเทศไทย		รองเท้ากีฬาที่นำเข้า จากต่างประเทศ	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	2.613	0.904	0.989	0.804
รูปแบบสีทันตรงความต้องการ	2.936	0.402	3.288	0.349
ราคาข่อมเยา	1.820	0.611	2.304	0.512
คุณภาพดี	1.694	0.638	0.276	0.964
อายุการใช้งาน	0.415	0.937	1.960	0.581
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	4.389	0.624	4.291	0.637
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	1.611	0.962	4.801	0.570
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	8.138	0.228	6.468	0.373
พนักงานขาย	2.023	0.918	11.596	0.072
สถานที่ซื้อ	6.552	0.364	7.130	0.309

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างชั้นปีกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าวุ่นส้นที่ผลิตในประเทศไทย และนำเข้า จากต่างประเทศ

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าวุ่นส้นที่ผลิตในประเทศไทย		รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าวุ่นส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศ	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	7.599	0.269	1.278	0.734
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	1.849	0.604	1.510	0.680
ราคาข่อมเยา	2.760	0.430	4.903	0.179
คุณภาพดี	2.448	0.485	0.420	0.936
อายุการใช้งาน	1.992	0.574	4.029	0.258
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	4.410	0.621	2.234	0.897
เป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์	10.306	0.112	7.068	0.315
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	12.392	0.054	16.603	0.011*
พนักงานขาย	16.685	0.011*	14.098	0.029
สถานที่ซื้อ	14.541	0.024*	13.450	0.027

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 10 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าและที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้าและที่ผลิตในประเทศไทย	
	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นที่หือชั้นนำ	3.152	0.533
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	3.565	0.168
ราคาข้อมเยา	0.558	0.756
คุณภาพดี	3.634	0.163
อายุการใช้งาน	2.259	0.688
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	2.969	0.563
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักร็อง	0.619	0.961
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	5.195	0.268
พนักงานขาย	9.230	0.056
สถานที่ซื้อ	7.704	0.103

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 11 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบ การตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้ากีฬาที่ผลิต ในประเทศไทย		รองเท้ากีฬาที่นำเข้า จากต่างประเทศ	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	8.159	0.086	3.623	0.163
รูปแบบสีเส้นตรงความต้องการ	2.107	0.349	3.962	0.138
ราคาย่อมเยา	2.122	0.346	0.339	0.844
คุณภาพดี	1.101	0.577	5.598	0.061
อายุการใช้งาน	0.185	0.912	5.341	0.069
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	8.365	0.079	1.056	0.901
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	10.381	0.034	2.460	0.652
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	10.363	0.035	3.694	0.449
พนักงานขาย	4.603	0.331	3.983	0.137
สถานที่ซื้อ	7.581	0.108	5.924	0.205

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 12 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยต่างๆที่ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยและนำเข้าจากต่างประเทศ

ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อ	รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย		รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศ	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
เป็นยี่ห้อชั้นนำ	10.410	0.034	0.215	0.898
รูปแบบสีสันตรงความต้องการ	1.327	0.515	0.354	0.838
ราคาเหมาะสม	9.653	0.008*	2.434	0.296
คุณภาพดี	0.259	0.879	0.635	0.728
อายุการใช้งาน	0.563	0.755	0.453	0.797
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	0.521	0.971	2.855	0.582
เป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์	2.381	0.666	1.362	0.851
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	13.067	0.011*	3.507	0.477
พนักงานขาย	8.500	0.075	3.409	0.492
สถานที่ซื้อ	8.690	0.069	11.621	0.020*

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 13 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัย	χ^2	p-value (2-sided)
ราคา	1.909	0.385
รูปแบบและสีส้น	1.361	0.243
อายุการใช้งาน	0.122	0.727
วัสดุคืบ	0.569	0.752
ความปราณีตในการตัดเย็บ	0.299	0.861

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 14 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคณะกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัย	χ^2	p-value (2-sided)
ราคา	2.519	0.961
รูปแบบและสีส้น	5.460	0.243
อายุการใช้งาน	8.237	0.083
วัสดุคืบ	4.333	0.363
ความปราณีตในการตัดเย็บ	8.692	0.069

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างชั้นปีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัย	χ^2	p-value (2-sided)
ราคา	5.854	0.440
รูปแบบและสีส้น	0.847	0.838
อายุการใช้งาน	5.731	0.125
วัสดุคืบ	1.302	0.729
ความปรารถนาในการตัดเย็บ	2.650	0.449

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 16 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

ปัจจัย	χ^2	p-value (2-sided)
ราคา	0.905	0.924
รูปแบบและสีส้น	3.678	0.159
อายุการใช้งาน	1.355	0.508
วัสดุคืบ	1.948	0.378
ความปรารถนาในการตัดเย็บ	0.134	0.935

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ

	เพศ		คณะ		ชั้นปี	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ	3.887	0.049	8.426	0.077	1.808	0.613

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

	เพศ		คณะ		ชั้นปี	
	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)	χ^2	p-value (2-sided)
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย	4.830	0.185	15.513	0.215	14.370	0.110

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนตัวกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
	χ^2	p-value (2-sided)
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	3.478	0.176

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
	χ^2	p-value (2-sided)
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย	10.686	0.185

* มีนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าของนักศึกษาสถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องหรือสอดคล้องกับความเป็นจริง

1.1 เพศ

() ชาย

() หญิง

1.2 คณะ

() วิศวกรรมศาสตร์

() วิทยาศาสตร์

() สถาปัตยกรรมศาสตร์

() เทคโนโลยีการเกษตร

() ครุศาสตร์อุตสาหกรรม

1.3 ชั้นปี _____

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

() ต่ำกว่า 3,000 บาท

() ตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท

() มากกว่า 5,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเลือกซื้อรองเท้าของนักศึกษา

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านเห็นว่าถูกต้องหรือสอดคล้องกับความเป็นจริง

2.1 ท่านมี รองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย หรือไม่

- () มี จำนวน _____ คู่
() ไม่มี

2.2 ท่านมี รองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศ หรือไม่

- () มี จำนวน _____ คู่
() ไม่มี

2.3 ท่านมี รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทย หรือไม่

- () มี จำนวน _____ คู่
() ไม่มี

2.4 ท่านมี รองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศ หรือไม่

- () มี จำนวน _____ คู่
() ไม่มี

2.5 ท่านมี รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย หรือไม่

- () มี จำนวน _____ คู่
() ไม่มี

2.6 ท่านมี รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศ หรือไม่

- () มี จำนวน _____ คู่
() ไม่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ประกอบการตัดสินใจซื้อ

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่สอดคล้องกับความคิดของท่าน

3.1 การตัดสินใจซื้อ รองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทย ท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆ เหล่านี้หรือไม่

ปัจจัย	สนใจ	เฉยๆ	ไม่สนใจ
เป็นยี่ห้อชั้นนำ			
รูปแบบสี สันตรงความต้องการ			
ราคาย่อมเยา			
คุณภาพดี			
อายุการใช้งาน			
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน			
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง			
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ			
พนักงานขาย			
สถานที่ซื้อ			

3.2 การตัดสินใจซื้อ รองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศ ท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆ เหล่านี้หรือไม่

ปัจจัย	สนใจ	เฉยๆ	ไม่สนใจ
เป็นยี่ห้อชั้นนำ			
รูปแบบสี สันตรงความต้องการ			
ราคาย่อมเยา			
คุณภาพดี			
อายุการใช้งาน			
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน			
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง			
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ			
พนักงานขาย			
สถานที่ซื้อ			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 การตัดสินใจซื้อ รองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทย ท่านให้ความสนใจกับ ปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่

ปัจจัย	สนใจ	เฉยๆ	ไม่สนใจ
เป็นยี่ห้อชั้นนำ			
รูปแบบสี สันตรงความต้องการ			
ราคาย่อมเยา			
คุณภาพดี			
อายุการใช้งาน			
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน			
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง			
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ			
พนักงานขาย			
สถานที่ซื้อ			

3.4 การตัดสินใจซื้อ รองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศ ท่านให้ความสนใจกับ ปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่

ปัจจัย	สนใจ	เฉยๆ	ไม่สนใจ
เป็นยี่ห้อชั้นนำ			
รูปแบบสี สันตรงความต้องการ			
ราคาย่อมเยา			
คุณภาพดี			
อายุการใช้งาน			
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน			
เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง			
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ			
พนักงานขาย			
สถานที่ซื้อ			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การตัดสินใจซื้อ รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย ท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่

ปัจจัย	สนใจ	เฉยๆ	ไม่สนใจ
เป็นยี่ห้อชั้นนำ			
รูปแบบสีสันทรงความต้องการ			
ราคาย่อมเยา			
คุณภาพดี			
อายุการใช้งาน			
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน			
เป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์			
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ			
พนักงานขาย			
สถานที่ซื้อ			

3.6 การตัดสินใจซื้อ รองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศ ท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่

ปัจจัย	สนใจ	เฉยๆ	ไม่สนใจ
เป็นยี่ห้อชั้นนำ			
รูปแบบสีสันทรงความต้องการ			
ราคาย่อมเยา			
คุณภาพดี			
อายุการใช้งาน			
เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน			
เป็นที่นิยมในหมู่คณาจารย์			
สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ			
พนักงานขาย			
สถานที่ซื้อ			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่4 ความคิดเห็นส่วนตัว

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านคิดว่าถูกต้องหรือสอดคล้องกับความเป็นจริง

ก. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

4.1 ท่านคิดว่ารองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยควรได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

	มาก	ปานกลาง	น้อย
ราคา			
รูปแบบสีล้น			
อายุการใช้งาน			
วัตถุดิบ			
ความปราณีตในการตัดเย็บ			

ข. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ

4.2 ท่านเห็นด้วยกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศหรือไม่ เพราะเหตุใด

ค. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย

4.3 ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยอย่างไรบ้าง



ภาคผนวก ค
คู่มือการลงรหัส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่มือการตรวจรหัส

แบบสอบถาม

พฤติกรรม การตัดสินใจเลือกซื้อรองเท้าของนักศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

- แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรองเท้าของนักศึกษากำหนดรหัสดังนี้

	รหัส
ไม่มี	0
มี	1-10

- แบบสอบถามตอนที่ 3 ปัจจัยประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้ากำหนดรหัสดังนี้

	รหัส
สนใจ	3
เฉยๆ	2
ไม่สนใจ	1
ไม่ตอบ	0

- แบบสอบถามตอนที่ 4 ข้อ 4.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ควรได้รับการพัฒนาสำหรับรองเท้าที่ผลิตในประเทศไทย กำหนดรหัสดังนี้

	รหัส
มาก	3
ปานกลาง	2
น้อย	1
ไม่ตอบ	0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมน์	ข้อความ	รายการข้อมูล	รหัส	ตัวแปร
		ตอนที่1 สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา		
1	1.1	เพศ		SEX
		หญิง	0	
		ชาย	1	
2	1.2	คณะ		FAC
		วิศวกรรมศาสตร์	1	
		วิทยาศาสตร์	2	
		สถาปัตยกรรมศาสตร์	3	
		เทคโนโลยีการเกษตร	4	
		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	5	
3	1.3	ชั้นปี	1-4	YEAR
4	1.4	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		SAL
		น้อยกว่า 3,000 บาท	1	
		ตั้งแต่ 3,000 – 5,000 บาท	2	
		มากกว่า 5,000 บาท	3	
		ตอนที่2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ รองเท้าของนักศึกษา		
5	2.1	ท่านมีรองเท้าแตะที่ผลิตในประเทศไทยหรือไม่	0-10	G1
6	2.2	ท่านมีรองเท้าแตะที่นำเข้าจากต่างประเทศหรือไม่	0-10	G2
7	2.3	ท่านมีรองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทยหรือไม่	0-10	G3
8	2.4	ท่านมีรองเท้ากีฬาที่นำเข้าจากต่างประเทศหรือไม่	0-10	G4
9	2.5	ท่านมีรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้า หุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทยหรือไม่	0-10	G5
10	2.6	ท่านมีรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้า หุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศหรือไม่	0-10	G6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมน์	ข้อความ	รายการข้อมูล	รหัส	ตัวแปร
		ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ประกอบการตัดสินใจซื้อรองเท้า		
		การตัดสินใจซื้อรองเท้าและที่ผลิตในประเทศไทย		
		ท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่		
11	3.1-1	เป็นยี่ห้อชั้นนำ	0-3	A1
12	3.1-2	รูปแบบสีสันทรงความต้องการ	0-3	A2
13	3.1-3	ราคาย่อมเยา	0-3	A3
14	3.1-4	คุณภาพดี	0-3	A4
15	3.1-5	อายุการใช้งาน	0-3	A5
16	3.1-6	เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	0-3	A6
17	3.1-7	เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	0-3	A7
18	3.1-8	สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	0-3	A8
19	3.1-9	พนักงานขาย	0-3	A9
20	3.1-10	สถานที่ซื้อ	0-3	A10
		การตัดสินใจซื้อรองเท้าและที่นำเข้าจากต่างประเทศ		
		ท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่		
21	3.2-1	เป็นยี่ห้อชั้นนำ	0-3	B1
22	3.2-2	รูปแบบสีสันทรงความต้องการ	0-3	B2
23	3.2-3	ราคาย่อมเยา	0-3	B3
24	3.2-4	คุณภาพดี	0-3	B4
25	3.2-5	อายุการใช้งาน	0-3	B5
26	3.2-6	เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	0-3	B6
27	3.2-7	เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	0-3	B7
28	3.2-8	สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	0-3	B8
29	3.2-9	พนักงานขาย	0-3	B9
30	3.2-10	สถานที่ซื้อ	0-3	B10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมน์	ข้อความ	รายการข้อมูล	รหัส	ตัวแปร
31	3.3-1	การตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬาที่ผลิตในประเทศไทย ท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่ เป็นยี่ห้อชั้นนำ	0-3	C1
32	3.3-2	รูปแบบสีสันทันตรงความต้องการ	0-3	C2
33	3.3-3	ราคาย่อมเยา	0-3	C3
34	3.3-4	คุณภาพดี	0-3	C4
35	3.3-5	อายุการใช้งาน	0-3	C5
36	3.3-6	เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	0-3	C6
37	3.3-7	เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	0-3	C7
38	3.3-8	สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	0-3	C8
39	3.3-9	พนักงานขาย	0-3	C9
40	3.3-10	สถานที่ซื้อ	0-3	C10
41	3.4-1	การตัดสินใจซื้อรองเท้ากีฬานำเข้าจากต่างประเทศ ท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่ เป็นยี่ห้อชั้นนำ	0-3	D1
42	3.4-2	รูปแบบสีสันทันตรงความต้องการ	0-3	D2
43	3.4-3	ราคาย่อมเยา	0-3	D3
44	3.4-4	คุณภาพดี	0-3	D4
45	3.4-5	อายุการใช้งาน	0-3	D5
46	3.4-6	เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	0-3	D6
47	3.4-7	เป็นที่นิยมในหมู่คารานักวิ่ง	0-3	D7
48	3.4-8	สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	0-3	D8
49	3.4-9	พนักงานขาย	0-3	D9
50	3.4-10	สถานที่ซื้อ	0-3	D10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมน์	ข้อความ	รายการข้อมูล	รหัส	ตัวแปร
		การตัดสินใจซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่ผลิตในประเทศไทย ท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่		
51	3.5-1	เป็นยี่ห้อชั้นนำ	0-3	E1
52	3.5-2	รูปแบบสีสันทตรงความต้องการ	0-3	E2
53	3.5-3	ราคาข้อมเยา	0-3	E3
54	3.5-4	คุณภาพดี	0-3	E4
55	3.5-5	อายุการใช้งาน	0-3	E5
56	3.5-6	เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	0-3	E6
57	3.5-7	เป็นที่นิยมในหมู่คารานักรื่อง	0-3	E7
58	3.5-8	สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	0-3	E8
59	3.5-9	พนักงานขาย	0-3	E9
60	3.5-10	สถานที่ซื้อ	0-3	E10
		การตัดสินใจซื้อรองเท้าสวมใส่ออกนอกบ้านหรือรองเท้าหุ้มส้นที่นำเข้าจากต่างประเทศท่านให้ความสนใจกับปัจจัยต่างๆเหล่านี้หรือไม่		
61	3.6-1	เป็นยี่ห้อชั้นนำ	0-3	F1
62	3.6-2	รูปแบบสีสันทตรงความต้องการ	0-3	F2
63	3.6-3	ราคาข้อมเยา	0-3	F3
64	3.6-4	คุณภาพดี	0-3	F4
65	3.6-5	อายุการใช้งาน	0-3	F5
66	3.6-6	เป็นที่นิยมในหมู่เพื่อน	0-3	F6
67	3.6-7	เป็นที่นิยมในหมู่คารานักรื่อง	0-3	F7
68	3.6-8	สื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ	0-3	F8
69	3.6-9	พนักงานขาย	0-3	F9
70	3.6-10	สถานที่ซื้อ	0-3	F10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมน์	ข้อคำถาม	รายการข้อมูล	รหัส	ตัวแปร
		ตอนที่ 4 ความคิดเห็นส่วนตัว ท่านคิดว่ารองเท้าที่ผลิตในประเทศไทยควรได้รับการพัฒนาในด้านต่างๆเหล่านี้มากน้อยเพียงใด		
71	4.1-1	ราคา	0-3	OP1
72	4.1-2	รูปแบบสีส้น	0-3	OP2
73	4.0-3	อายุการใช้งาน	0-3	OP3
74	4.1-4	วัสดุคิบ	0-3	OP4
75	4.1-5	ความปราณีตในการตัดเย็บ	0-3	OP5
76	4.2	ท่านเห็นด้วยกับการซื้อรองเท้าที่นำเข้าจากต่างประเทศหรือไม่ เพราะเหตุใด		OP6
77	4.3	ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ซื้อรองเท้าที่ผลิตในประเทศอย่างไรบ้าง		OP7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้