



ปัญหาพิเศษ

การศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อสื่อสำเร็จรูปของนักศึกษา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ร/ท.
ร/ล
2539

นางสาวปิยะฉัตร สวงทรัพย์
นางสาวพรพิมล แสงอังคนาวิน
นางสาวอรนิตย์ พรรณาเลิศ
นายสมิทธิ บุญสนอง

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน.....
วัน,เดือน,ปี.....

612553900

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาสถิติประยุกต์
คณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2539

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SPECIAL PROBLEM

**THE INSPIRATIONS OF BUYING GENERAL SHIRTS OF KING MONGKUT'S
INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG 'STUDENTS**

BY

MISS PIYACHAT SANGUANSUB

MISS PORNPIMON SANGUNGANAWIN

MISS ORANIT PORNTHANALERT

MR. SMITHI BOONSANONG

**SPECIAL PROBLEM SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF BACHELOR OF SCIENCE
DEPARTMENT OF APPLIED STATISTICS
FACULTY OF SCIENCE**

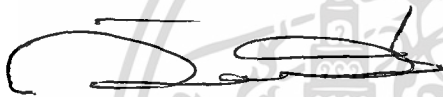
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

1996

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อโครงการพิเศษ การศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปของนักศึกษาสถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
โดย นางสาวปิยะฉัตร สวงนทรัพย์
นางสาวพรพิมล แสงอังคนาวิน
นางสาวอรนิตย์ พรธนาเลิศ
นายสมิทธิ บุญสนอง
ภาควิชา สถิติประยุกต์
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์

ภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้นำปัญหาพิเศษฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต



(ผศ. วีรศักดิ์ สุรพัฒน์)

หัวหน้าภาควิชา

คณะกรรมการปัญหาพิเศษ



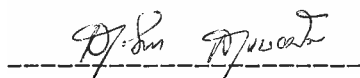
(อาจารย์สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์)

ประธานกรรมการ



(ผศ.วรรัตน์ เรืองรัตน์เมธี)

กรรมการ



(อาจารย์สุจิตรา สุขคนธมัต)

กรรมการ

ลิขสิทธิ์ของภาควิชาสถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อโครงการพิเศษ	การศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
โดย	นางสาวปิยะฉัตร สวงนทรัพย์ นางสาวพรพิมล แสงอังคนาวิน นางสาวอรนิตย์ พรธนาเลิศ นายสมิทธิ บุญสนอง
ภาควิชา	สถิติประยุกต์
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์
ภาควิชา	สถิติประยุกต์
ปีการศึกษา	2539

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2539 ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้แก่ รูปแบบ, คุณภาพ, ราคา, บุคคลที่ใกล้ชิด, ยี่ห้อ และการส่งเสริมการขาย (ส่วนลดราคา, การโฆษณา) จำแนกตามตัวแปร คณะ, เพศ และ รายได้ต่อเดือน(บาท) โดยใช้การวิเคราะห์แบบสถิติที่ไม่ใช้พารามิเตอร์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ และจัดสรรขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนของชั้นภูมิ โดยทำการคัดเลือกแบบโควต้า ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 666 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการวิจัยพบว่า

- นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป แตกต่างกัน
- นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน
- นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 3000 บาท, ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ มากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน
- นักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิงมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน
- นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 3000 บาท, ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ มากกว่า 4000 บาท มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน
- นักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิงซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในราคาต่างๆ แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 3000 บาท, ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ มากกว่า 4000 บาท ซื้อเสื้อสำเร็จรูปในราคาต่างๆแตกต่างกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Special Problem Title	The inspirations of buying general shirts of King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang bachelor's students.
Name	Miss Piyachat Sanguansub Miss Pornpimon Saengungkanawin Miss Oranit Pornthanalert Mr. Smithi Boonsanong
Special Project Advisor	Mr. Sittichai Charoensettasilp
Department	Applied Statistics
Academic Year	1996

Abstract

The purpose of this special problem is to study The inspirations of buying general shirts of King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang bachelor's students in this academic year in good taste. The inspirations of buying can be divided into: styles , quality, price, closing persons, brand name and sale promotion (on sale, advertisements) Then, the variables are classified into faculty, sex and income per month . This research used analysis of data by nonparametric statistic . There are 666 samples from stratified sampling and allocate sampling size by proportion allocation . collecting data used questionairs and the result of the research found that:

- The students from faculty of Engineering, faculty of Science, faculty of Archeitectoral, faculty of Industrial Education and faculty of Agricultural Technology were statistically significantly different in the inspirations of buying general shirts.
- Male and female were statistically significantly different in the inspirations of buying general shirts.
- The students had income per month less than 3,000 bath, 3,001 - 4,000 bath and more than 4,000 bath were not statistically significantly different in the inspirations of buying general shirts.
- The frequency of buying between male and female were statistically significantly different.
- The students had income per month less than 3,000 bath, 3,001 - 4,000 bath

and more than 4,000 bath were statistically significantly different in the frequency of buying.

- Male and female were statistically significantly different in the prices of buying.
- The students had income per month less than 3,000 bath, 3,001 - 4,000 bath and more than 4,000 bath were statistically significantly different in the prices of buying .



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ปัญหาพิเศษฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ ด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์หลายท่าน และบุคคลหลายฝ่าย ที่ได้ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา และช่วยเหลือในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ซึ่งคณะผู้จัดทำปัญหาพิเศษขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ คุณครู อาจารย์ทุกท่านที่เคยอบรมสั่งสอนสรรพวิชาตั้งแต่เบื้องต้นจนถึงปัจจุบัน

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์สิทธิชัย เจริญเศรษฐศิลป์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับการทำปัญหาพิเศษ ซึ่งแนะแนวทางรวมทั้งให้การสนับสนุนในการจัดทำปัญหาพิเศษนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์วรรัตน์ เรืองรัตนเมธี ที่กรุณาให้คำปรึกษาคำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับการทำปัญหาพิเศษ ซึ่งแนะแนวทางรวมทั้งให้การสนับสนุนในการจัดทำปัญหาพิเศษนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์สุจิตรา สุคนธมัต ที่กรุณาให้คำปรึกษาคำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับการทำปัญหาพิเศษ ซึ่งแนะแนวทางรวมทั้งให้การสนับสนุนในการจัดทำปัญหาพิเศษนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ชานินทร์ ศรีสุวรรณนภา ที่กรุณาให้คำปรึกษาคำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับการทำปัญหาพิเศษ ซึ่งแนะแนวทางรวมทั้งให้การสนับสนุนในการจัดทำปัญหาพิเศษนี้

ขอกราบขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาสถิติประยุกต์คณะวิทยาศาสตร์ ที่อนุเคราะห์ในการออกหนังสือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และช่วยเหลือในการจัดหาอุปกรณ์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ท้ายสุดนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณนักศึกษาทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนการวิจัยสำเร็จลงด้วยดี

นางสาวปิยะฉัตร สวงนทร์พย์

นางสาวพรพิมล แสงอังคนาวิน

นางสาวอรนิตย์ พรธนาเลิศ

นายสมิทธิ บุญสนอง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของปัญหาพิเศษ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของปัญหาพิเศษ	3
1.3 สมมติฐานของปัญหาพิเศษ	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในปัญหาพิเศษ	4
บทที่ 2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 วิธีดำเนินการทำปัญหาพิเศษ	
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล	9
3.2 กลุ่มประชากร	9
3.3 แบบแผนการสุ่มตัวอย่าง	10
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	15
3.5 กำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน	17
3.6 วิธีทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	18
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	60
5.2 ปัญหาที่พบในการวิจัยและข้อเสนอแนะ	63
ภาคผนวก ก. ตารางการวิเคราะห์ผล	65
ภาคผนวก ข. คู่มือการลงรหัสและแบบสอบถาม	121
บรรณานุกรม	133

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 แสดงจำนวนประชากรของนักศึกษา จำแนกตาม คณะ และ เพศ (คน)	10
3.2 แสดงจำนวนนักศึกษาที่ตกเป็นตัวอย่างในการทำทดลองสำรวจ (pretest) จำแนกตามคณะ และ เพศ	13
3.3 แสดงจำนวนของนักศึกษาหลังจากการทำทดลองสำรวจ (pretest) แล้ว ได้จำนวนขนาดตัวอย่าง 666 คน	14
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อ สำเร็จรูปจำแนกตามคณะ	24
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาชายที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อ เสื้อสำเร็จรูปจำแนกตามคณะ	26
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อ เสื้อสำเร็จรูปจำแนกตามคณะ	28
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือนน้อยกว่า 3,000 บาท มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ	30
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือนตั้งแต่ 3,001-4,000 บาท มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ	32
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือนมากกว่า 4,000 บาทมี เหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ	34
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	35
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ใน การซื้อเสื้อสำเร็จรูปจำแนกตามเพศ	36
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	37
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจ ต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	38
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีเหตุจูงใจ ต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่	หน้า
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	41
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้น้อยกว่า 3,000 บาทมีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	42
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้ตั้งแต่ 3,001-4,000 บาทมีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	43
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้มากกว่า 4,000 บาทมีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	44
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)	45
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)	47
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)	48
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)	49
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)	51
4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)	52
4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาชายที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)	53
4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษหญิงที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)	55
4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีความถี่ต่างกันในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	56
4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีความถี่ต่างกันในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)	57
4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่ซื้อเสื้อในระดับราคาต่าง ๆ กันจำแนกตามเพศ	58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่

หน้า

4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่ซื้อเสื้อในระดับราคาต่าง ๆ กันจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน(บาท) 59



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาพิเศษ

ปัจจุบันแนวความคิดทางการตลาดได้ให้ความสำคัญแก่ผู้บริโภคมากขึ้นทั้งนี้เพราะผู้บริโภคมีสิทธิที่จะไม่เลือกซื้อสินค้า หรือต่อต้านสินค้า และบริการที่ผู้ผลิตเสนอขายได้เสมอ ดังนั้น การศึกษาด้านการตลาดจึงมีแนวโน้มมุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์

พฤติกรรมผู้บริโภคมีความหมายเฉพาะกระบวนการของตัวบุคคลที่ตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าจะซื้อจะซื้อ ที่ไหน เมื่อไร และซื้อจากใคร การตัดสินใจ ดังกล่าวจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางใจและทางกายที่จำเป็นสำหรับทำการตัดสินใจ สาเหตุสำคัญส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องของความเข้าใจของแต่ละบุคคลที่มีอยู่

เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางในทางพฤติกรรมศาสตร์ว่า ประสบการณ์ในวัยเด็กเป็นประสบการณ์ที่สำคัญยิ่งในการที่จะขัดเกลารูปแบบของการคิด ความเข้าใจ (cognition) และ พฤติกรรมของเด็กในภายหลัง (Ward, 1974) และถึงแม้ว่านักวิจัยทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภคจะได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการอบรมทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจของเยาวชนก็ตาม ความรู้เรื่องอิทธิพลของการอบรมทางสังคมก็ยังเป็นที่ทราบกันน้อยมาก

การอบรมทางสังคม (socialization) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเรียนรู้ที่จะมีส่วนร่วมในสิ่งแวดล้อมทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ บริมและเวลเลอร์ (Brim and Wheller, 1966) อธิบายว่าการอบรมสังคมเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยความรู้ ความชำนาญ และการจัดระเบียบที่บุคคลหามาได้ในฐานะที่เป็นสมาชิกของกลุ่มหรือสังคม ส่วนการอบรมทางสังคมในการเป็นผู้บริโภค (consumer socialization) นั้น มีความหมายเฉพาะเจาะจงว่า หมายถึง กระบวนการที่บุคคลพัฒนาความรู้ ความชำนาญ และทัศนคติที่เกี่ยวกับการบริโภค

กลุ่มเพื่อนจะเริ่มมีอิทธิพลต่อบุคคลเพิ่มมากขึ้น และเมื่ออย่างเข้าสู่วัยรุ่นกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อบุคคลมากกว่า บิดามารดา (Smelser, 1981) ผลการวิจัยทดลองได้สนับสนุนว่ากลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อบุคคลมากที่สุด ในกระบวนการผสมผสานทางวัฒนธรรม (acculturation) และการอบรมทางสังคม (Runyon, 1977) บัซเซลล์ และคณะ (Buzzell et al., 1972) ยังได้อธิบายต่อไปว่า ในด้านการตลาดนั้น การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการระหว่างบุคคลในกลุ่มเพื่อน หรือที่เรียกว่า การแนะนำแบบปากต่อปาก (word of-mouth communication) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของบุคคลเป็นอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สื่อมวลชน เยาวชนจะเรียนรู้บทบาทและพฤติกรรมทางสังคมจากโทรทัศน์และสื่อมวลชนต่างๆด้วย (Smelser, 1981 : 39)

พื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของบุคคลอาจมีผลต่อรูปแบบการตัดสินใจและพัฒนาการของรูปแบบนั้นด้วย บุคคลที่อยู่ในชั้นทางสังคมต่างกันจะมีแบบในการดำเนินชีวิต แตกต่างกันไป มีความแตกต่างกันในเรื่องอาหารและวิธีการรับประทานอาหารที่แตกต่างกัน ในการเลือกการแต่งกายก็แตกต่างกัน และแม้แต่รูปแบบของความสัมพันธ์ของบิดามารดากับบุตรก็แตกต่างกัน กล่าวได้ว่า ชั้นทางสังคมเป็นเสมือนวิถีชีวิตของบุคคล เพราะมีอิทธิพลต่อรูปแบบและทัศนคติ คุณค่าความคิดทางการเมือง และพฤติกรรมของบุคคลในสังคม (รพีพรรณ สุวรรณรัฐโชติ, 2524) ความต่างกันในรูปแบบของการดำเนินชีวิตนั่นเองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ในการพิจารณาแบ่งชั้นทางสังคม โดยทั่วไปมักจะพิจารณาเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้คือ อาชีพ ความมั่งคั่งหรือรายได้ และเกียรติยศ อำนาจ อย่างไรก็ตามในบางสังคมอาจพิจารณาเกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งเพียงอย่างเดียวหรือใช้ประกอบกันก็ได้

วัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดบทบาทประจำเพศ (sex role) ของบุคคลในสังคมโดยจะกำหนดว่าพฤติกรรมใดเหมาะสมสำหรับเพศใด (Spencer, 1979) สมาชิกในสังคมจึงมีความเชื่อร่วมกันว่าบุคคลที่เป็นเพศหญิงควรมีบทบาทอย่างไร มีความรู้สึกอย่างไร และเพศชายควรมีบทบาทและความรู้สึกอย่างไร บทบาทประจำเพศจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังว่าบุคคลควรประพฤติปฏิบัติอย่างไร ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละสังคม (Smelser, 1981) เดวิส (Davis, 1976) อธิบายว่า เยาวชนเริ่มพัฒนาการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทประจำเพศมาตั้งแต่วัยเด็กและจะเห็นไปตลอดชีวิต เยาวชนจะเรียนรู้เข้าใจและเห็นความแตกต่างในบทบาทประจำเพศของตนโดยผ่านกระบวนการขั้นพื้นฐาน 3 กระบวนการด้วยกัน คือ (1) การเลียนแบบ (modeling) เยาวชนจะเลียนแบบพฤติกรรมของผู้ใหญ่รอบตน (2) การเสริมแรง (reinforcement) เป็นระบบการให้รางวัลและการลงโทษนั่นเอง พ่อแม่จะเลี้ยงดูเยาวชนชาย-หญิงแตกต่างกัน โดยเฉพาะจะสอนให้เด็กประพฤติปฏิบัติให้ถูกต้องตามเพศของตน และ (3) การเรียนรู้ด้วยตนเอง (self socialization) จากการที่ได้มีพบปะสังสรรค์ทางสังคมกับบุคคลอื่นทั้งโดยคำพูดและสัญลักษณ์ เด็กจะเรียนรู้และสามารถแยกตนเองได้ว่าตนเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย (Maccoby and Jacklin, 1975)

การเรียนรู้และเข้าใจตลอดจนทักษะในการตัดสินใจของเยาวชนจะเปลี่ยนไปตามวัย โมชีส์ (Moschis, 1978) ซึ่งให้เห็นว่า การพัฒนาความรู้ความเข้าใจจะช่วยให้เด็กเข้าใจเรื่องการบริโภคที่ซับซ้อนได้ดีขึ้น นั่นคือ **วุฒิภาวะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการเพิ่มทักษะในการหาแหล่งข้อมูลเพิ่มขึ้นเพื่อการประเมินผลิตภัณฑ์**

ดังนั้น ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจว่า เหตุจูงใจต่าง ๆ และโครงสร้างทางสังคม จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของนักศึกษา สจล. อย่างไร เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาวิจัยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของปัญหาพิเศษ

1. เพื่อศึกษาเหตุจูงใจด้านต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ, รูปแบบ, ราคา, บุคคลที่ใกล้ชิด, ยี่ห้อ และการส่งเสริมการขาย (ส่วนลดราคา, สื่อโฆษณา)
2. เพื่อเปรียบเทียบเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ระหว่างนักศึกษาแต่ละคณะ
3. เพื่อเปรียบเทียบเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ระหว่างนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง
4. เพื่อเปรียบเทียบเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ระหว่างนักศึกษามีรายได้อ่อนเดือนแตกต่างกัน
5. เพื่อเปรียบเทียบความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ระหว่างนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง
6. เพื่อเปรียบเทียบความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ระหว่างนักศึกษามีรายได้อ่อนเดือนแตกต่างกัน
7. เพื่อเปรียบเทียบระดับราคาต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ระหว่างนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง
8. เพื่อเปรียบเทียบระดับราคาต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ระหว่างนักศึกษามีรายได้อ่อนเดือนแตกต่างกัน

1.3 สมมติฐานของปัญหาพิเศษ

1. นักศึกษาแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน
2. นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน
3. นักศึกษามีรายได้อ่อนเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน
4. นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน
5. นักศึกษามีรายได้อ่อนเดือนแตกต่างกันมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน
6. นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในระดับราคาต่างๆ แตกต่างกัน
7. นักศึกษามีรายได้อ่อนเดือนแตกต่างกันที่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในระดับราคาต่างๆแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ จะพิจารณาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อสำเร็จรูปของ นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทุกคณะที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้มีข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการตัดสินใจซื้อเสื้อสำเร็จรูปของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ทำให้ทราบถึงสัดส่วนของนักศึกษา โดยจำแนกตาม คณะ เพศ และ รายได้ต่อเดือน (บาท) ที่มีต่อเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป
3. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คณะ เพศ รายได้ กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป
4. เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจเสื้อสำเร็จรูปเพื่อนำไปเป็นแนวทางแก้ไขให้ตรงตามความต้องการของตลาดผู้บริโภค

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในปัญหาพิเศษ (นิยามคำศัพท์)

1. ประชากร

นักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง หลักสูตรปริญญาตรี(ภาคปกติ) มีการศึกษา 2538 รวม 5 คณะ อันได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1-5

2. นักศึกษา

นักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีทุกคณะ ทุกชั้นปี

3. คณะ

คณะต่าง ๆ ในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง หลักสูตรปริญญาตรี ซึ่งแบ่งเป็น 5 คณะ คือ คณะวิทยาศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ลักษณะนักศึกษา

ลักษณะสภาพหรือพฤติกรรมที่ปฏิบัติจริงของนักศึกษาศาสนาบัณฑิต โสยิพระจอมเกล้าเจ้า
คุณทหารลาดกระบัง

- รสนิยมและการแต่งกาย หมายถึง ความนิยมชมชอบถือปฏิบัติเป็นประจำและ การแต่ง
กายที่ถือปฏิบัติเป็นประจำ แต่ละคนจะมีความนิยมชมชอบและรสนิยมแตกต่างกันออกไปซึ่งเป็น
เรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

5. แฟชั่น

ความนิยมในเรื่องของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายระยะเวลานั้น ที่นิยมกันมากในหมู่นักศึกษา

6. รายได้

รายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือนของนักศึกษาศาสนาบัณฑิต โสยิพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง ที่ได้รับจากครอบครัวเพื่อใช้จ่ายรวมรายได้อื่น ๆ ด้วย

7. ส่งเสริมการขาย

- สื่อโฆษณา ประกอบไปด้วยสื่อทางโทรทัศน์ ทางวิทยุ ทางหนังสือพิมพ์ และทางนิตย
สาร ใบปลิว ที่แสดงให้เห็นถึงการโฆษณาสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายต่างๆ ออกสู่หมู่ นักศึกษา
- ส่วนลดราคา เป็นจำนวนเงินที่ผู้ขายตกลงว่า จะลดให้แก่ผู้ซื้อเมื่อผู้ซื้อ ได้จ่ายเงินเป็นเงิน

สด

8. ยี่ห้อ

เครื่องหมายสำหรับสินค้า หรือการค้า

9. คุณภาพ

เป็นลักษณะความดีของสินค้าประเภทนั้น ว่ามีความดีอยู่ในระดับที่ดี หรือเลว โดยดูจาก
เนื้อผ้า, การตัดเย็บ, ความปราณีต

10. เหตุจูงใจ

เหตุที่ชักนำหรือเกลี้ยกล่อมเพื่อให้มีความคิดที่จะซื้อสินค้านั้น

บทที่ 2

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำงานวิจัยเกี่ยวกับเหตุจูงใจในการเลือกซื้อสินค้ามีผู้ที่ทำการวิจัยอยู่หลายท่าน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำปัญหาพิเศษชิ้นนี้ได้แก่

1. รพีพรรณ สุวรรณรัฐโชติ ทำวิจัยในปี 2530 โดยมีจุดมุ่งหมายศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแทนในการอบรมทางสังคมได้แก่ บิดามารดา กลุ่มเพื่อน โทรททัศน์ และหนังสือพิมพ์ ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของเยาวชนไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 โรงเรียนรัฐบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา และจังหวัดปัตตานี จำนวน 243 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้เครื่องจักรกลแสดงค่าร้อยละ และทดสอบค่าไคว์สแควร์

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ เยาวชนไทยจะหาข้อมูลหรือขอคำแนะนำ จากแหล่งต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันไปตามผลิตภัณฑ์ ส่วนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราใดนั้น เยาวชนจะพิจารณาเกณฑ์หลายอย่างประกอบกัน เยาวชนไทยไม่นิยมไปซื้อสินค้าตามลำพัง แต่จะนิยมไปซื้อกับเพื่อน ยกเว้นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาค่อนข้างสูงจะนิยมไปกับบิดามารดา หรือญาติพี่น้อง

นอกจากนี้ยังพบว่า เยาวชนไทยรับรู้และเข้าใจว่า สมาชิกในครอบครัวมีบทบาทหรือมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ สลับกันไป ตามผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรม แต่ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทางเศรษฐกิจ และกิจกรรมทางด้านสังคมนั้น เยาวชนเหล่านี้รับรู้และเข้าใจว่าบิดามารดา มีบทบาทในการตัดสินใจร่วมกัน

สำหรับอิทธิพลของตัวแทนในการอบรมทางสังคมนั้น พบว่า โทรททัศน์มีอิทธิพลในการสร้างความนิยมตราผลิตภัณฑ์ต่อเยาวชน ในขณะที่หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารไม่มีอิทธิพล ดังกล่าว แม้ว่าเยาวชนเหล่านี้จะไม่ค่อยมีการพบปะสังสรรค์กับบิดามารดาและกลุ่มเพื่อนในเรื่องการบริโภคมากนัก แต่เยาวชนเหล่านี้ ก็ยังนิยมที่จะขอคำปรึกษาแนะนำจากบิดามารดาและ กลุ่มเพื่อนเพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจซื้อ

2. วชิรญา บัวศรี ในปี 2528 ได้กล่าวว่า คนที่มีรสนิยมดีไม่จำเป็นจะต้องใช้ของแพง แต่ควรจะมีคุณภาพเหมาะสมพอควร ตัวอย่างของรสนิยมได้แก่ รสนิยมในการฟังเพลง บางคนชอบฟังเพลงลูกทุ่ง บางคนชอบฟังเพลงลูกกรุง บางคนชอบฟังเพลงสากล บางคนชอบฟังเพลงบรรเลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือในเรื่องรสนิยมการแต่งกาย บางคนชอบแต่งกายสีเรียบ บางคนชอบแต่งกาย สีฉูดฉาด บางคนนำแฟชั่น บางคนตามแฟชั่น บางคนไม่สนใจแฟชั่น และรสนิยมในการเลือกซื้อสิ่งของ บางคนมีรสนิยมชอบใช้ของต่างประเทศ บางคนมีรสนิยมในสินค้าไทยประเภท เมคอินไทยแลนด์ ก็ใช้แต่สินค้าไทยเป็นต้น

ในเรื่องของความนิยมชมชอบหรือรสนิยม เป็นเรื่องความพึงพอใจของแต่ละบุคคล แต่ถึงอย่างไรก็ตามนิสิต นักศึกษาในฐานะที่จะเป็นผู้รับผิดชอบ ในการดำเนินภารกิจของประเทศต่อไป ในอนาคต ควรจะได้ตระหนักและปรับปรุงรสนิยม ไปในทางที่ดีและเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป

3. นายวิรัตน์ โสภสรตันพร ทำวิจัยปี 2522 โดยศึกษาในด้านข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครนี้เป็นหัวข้อเรื่องที่นำศึกษาเรื่องหนึ่ง เพราะธุรกิจเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในประเทศไทยนั้นมีมานานแล้วและยังไม่มีบุคคลใดทำการศึกษาอย่างจริงจัง ขณะเดียวกันรัฐบาลและพ่อค้าต่าง ๆ ส่วนมากก็มักจะให้ความสนใจในด้านการส่งออกของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปซึ่งเป็นไปในลักษณะของการขายแรงงานถูกๆภายในประเทศมากกว่าที่จะคำนึงถึงสภาพของตลาดภายในประเทศไทยเอง ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงคิดว่าควรที่จะมีการสนใจในสภาพของตลาดผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในประเทศไทยบ้าง

การศึกษาครั้งนี้จะเน้นหนักไปทางด้านการวิจัย โดยการออกแบบสอบถามเพื่อต้องการทราบถึงข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในด้านต่างๆ และเพื่อต้องการทราบถึงความต้องการของตลาดเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแง่ของผู้บริโภคเป็นหลัก สำหรับประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาเรื่องนี้คือจะทราบถึงแนวทางในการที่จะปรับปรุงกลวิธีทางการตลาดสำหรับธุรกิจประเภทนี้ รวมถึงการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติในด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะยอมรับ เพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์นี้ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

จากการผลการศึกษาและวิเคราะห์ ทำให้ทราบว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ เช่น ทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้าน การโฆษณา ด้านการส่งเสริมการขายและด้านอื่นๆ ดังนี้ ในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความเห็นว่า ราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมีราคาแพงกว่าเสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดตามร้านตัดเสื้อผ้าทั่วไป ในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เนื้อผ้าและลายผ้าของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนั้นอยู่ในขั้นพอใช้ได้ มีสีของเนื้อผ้าที่สวยงาม และมีรูปแบบสวยพอใช้ได้ ในด้านการโฆษณาและสถานที่จัดจำหน่าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า บริษัทผู้ผลิตและผู้

จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปดำเนินงานในด้านนี้ได้คืออยู่แล้ว ส่วนในด้านอื่น ๆ นั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ขนาดของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมักจะมีขนาดที่ไม่พอดีกับตัวของผู้บริโภค

การศึกษาในเรื่องนี้ ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรให้ความสนใจในด้านรูปแบบของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ควรทำการโฆษณาเน้นประโยชน์ถึงข้อสำคัญๆของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป เช่น การได้สินค้ามาใช้ทันทีราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมีระดับราคาที่ใกล้เคียงกันกับราคาของเสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดตามร้านตัดเสื้อผ้าทั่วไป เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมีคุณภาพที่ดีและมีการตัดเย็บที่ปราณีตเรียบร้อย ควรที่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปร่วมมือกันเพื่อจัดงานแสดงสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปขึ้น เพื่อเป็นการชักชวนให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคหันมานิยมใช้ผลิตภัณฑ์นี้มากขึ้น ควรทำการตั้งโชว์สินค้าในร้านและจัดตู้โชว์สินค้าให้สะดุดตาน่าสนใจ และกำหนดราคาขายของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแต่ละรูปแบบให้แน่นอนตายตัว ควรทำการเน้นในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยการขายผ่านคนกลางที่จำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปให้มากกว่าที่เป็นอยู่ และข้อที่สำคัญอย่างยิ่งคือ บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรที่จะนำเครื่องทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินงานในผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะมีส่วนทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปภายในประเทศมีความกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการทำปัญหาพิเศษ

การดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ เหตุจูงใจในการตัดสินใจซื้อเสื้อสำเร็จรูปจาก ราคา, คุณภาพ, รูปแบบ, บุคคลที่ใกล้ชิด, ยี่ห้อ และ การส่งเสริมการขาย (สื่อโฆษณา, ส่วนลดราคา) ของ นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ จะประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วนดังนี้

3.1.1 ข้อมูลประเภทปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลซึ่งต้องนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ข้อมูลประเภทนี้ จะได้จากการสำรวจโดยให้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเป็นตัวแทนของประชากรที่สนใจเป็น ผู้ตอบแบบสอบถาม

3.1.2 ข้อมูลประเภททุติยภูมิ

ในการศึกษาปัญหาพิเศษชิ้นนี้จำเป็นที่จะต้องทราบขอบเขตของประชากรที่สนใจคือ จำนวนนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง หลักสูตรปริญญาตรี (ภาคปกติ) ปีการศึกษา 2539 ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้จากงานทะเบียนและสถิตินักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.2 กลุ่มประชากร

ในการศึกษาปัญหาพิเศษเรื่อง “เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง” นี้กลุ่มประชากรที่สนใจ คือ นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง หลักสูตรปริญญาตรี ได้แก่ นักศึกษาทั้งชายและหญิงของทุกคณะ คือ คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร จำนวนทั้งสิ้น 7,002 คน ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรของนักศึกษา จำแนกตาม คณะ และ เพศ (คน)

คณะ	ชาย	หญิง	รวม
วิศวกรรมศาสตร์	1,860	603	2,463
วิทยาศาสตร์	557	566	1,123
เทคโนโลยีการเกษตร	548	947	1,495
สถาปัตยกรรมศาสตร์	551	355	906
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	747	268	1,015
รวม	4,263	2,739	7,002

3.3 แบบแผนการสุ่มตัวอย่าง

3.3.1 การสุ่มตัวอย่างมีบทบาทสำคัญดังต่อไปนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นตัวแทนเพียงบางส่วนของประชากรเท่านั้น จึงทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย แรงงาน และ เวลา
2. ช่วยให้การเก็บรวบรวมข้อมูล และการหาข้อสรุปเป็นไปอย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
3. ช่วยให้สามารถเก็บข้อมูล ได้ถูกต้องมากขึ้น

3.3.2 การสุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วยขั้นตอนที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายในการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าต้องการข้อมูลอะไร บ้าง ขนาดตัวอย่างเท่าไร ใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบใด และจะนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ทำอะไร
2. นิยามประชากรที่จะทำการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะต้องทำการนิยามขอบเขตของประชากรให้ชัดเจน
3. กำหนดข้อมูลที่จะรวบรวม ซึ่งจะต้องระบุให้ชัดเจนว่าจะต้องการข้อมูลอะไร
4. ระบุวิธีการวัดข้อมูล ซึ่งการวัดข้อมูลสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การสังเกต สัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยจะต้องเลือกให้เหมาะสม
5. จัดทำกรอบตัวอย่างของหน่วยตัวอย่าง
6. เลือกแผนแบบการสุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับลักษณะของประชากร
7. ทำการทดลองเพื่อทดสอบความบกพร่อง
8. การจัดระบบงานภาคสนาม
9. ทำการวิเคราะห์ และ สรุปผลข้อมูลที่สุ่มได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. การเขียนรายงาน

3.3.3 การเลือกตัวอย่าง

ในการเลือกตัวอย่างจากประชากร เพื่อนำมาเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบการเลือกตัวอย่าง โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น ซึ่งเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีโควต้า เป็นการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อย โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจหรือสำมะโนที่ได้จัดทำขึ้นไว้แล้วเป็นแนวทางในการจัดกลุ่มประชากร ออกเป็นกลุ่มย่อยๆ แล้วจึงทำการกำหนดโควต้าว่าในแต่ละกลุ่มจะเก็บข้อมูลเป็นจำนวนเท่าใด

3.3.4 แผนแบบการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากจุดมุ่งหมายของการสุ่มตัวอย่างคือ เพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับประชากร โดยอาศัยข้อมูลจากตัวอย่างที่สุ่มได้ ซึ่งมีองค์ประกอบ 2 ประการที่มีผลต่อการหาข้อสรุป คือ ประการแรก ได้แก่ ขนาดของตัวอย่าง ขนาดของตัวอย่างจะมากจะน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะของประชากร คือถ้าลักษณะของประชากรที่ต้องการจะศึกษาแตกต่างกันมาก ขนาดตัวอย่างจะต้องมีขนาดใหญ่เพื่อครอบคลุมทุกลักษณะของประชากร แต่ถ้าประชากรที่ต้องการจะศึกษามีลักษณะคล้ายคลึงกัน ขนาดตัวอย่างก็ไม่จำเป็นที่จะต้องมีขนาดใหญ่ ประการที่สองได้แก่ ความแปรปรวนของตัวประมาณค่า ถ้าความแปรปรวนของตัวประมาณค่าน้อยแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ซึ่งจะทำให้ข้อมูลที่ได้จากarviสามารถนำไปอ้างอิงถึงกลุ่มประชากรนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถควบคุมองค์ประกอบทั้งหมดของประชากรได้โดยอาศัยแผนแบบการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้ เลือกใช้แผนแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) คือ แบบแผนการเลือกตัวอย่างจากประชากรที่มีการแบ่งหน่วยตัวอย่างในประชากรออกเป็นชั้นภูมิตามลักษณะบางอย่างซึ่งมีความสัมพันธ์กับสิ่งที่ต้องการจะศึกษา แล้วเลือกตัวแทนจากแต่ละชั้นภูมิขึ้นมาจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นตัวอย่างในการสำรวจ

การแบ่งประชากรออกเป็นชั้นภูมิตามลักษณะบางอย่างจะเรียกว่า Stratification และแต่ละชั้นภูมิของประชากรที่แบ่งออกไปเรียกว่า ชั้นภูมิ (Stratum หรือ Strata) หลักสำคัญในการใช้ Stratification คือพยายามแบ่งประชากรออกเป็นชั้นภูมิ โดยให้ แต่ละชั้นภูมิประกอบไปด้วยหน่วยตัวอย่างที่มีความคล้ายคลึงกันมากที่สุด (Homogeneity within stratum) แต่มีความแตกต่างกันระหว่างชั้นภูมิมากที่สุด (Heterogeneity between strata)

วัตถุประสงค์หลักของแผนแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิคือให้ได้ตัวอย่างซึ่งประกอบไปด้วยลักษณะต่างๆของประชากรทุกลักษณะ

3.3.5 ข้อดีของแผนแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ

1. แผนแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิจะช่วยลดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ของประชากรได้มากกว่าใช้ตัวอย่างที่ได้จากการสุ่มแบบง่าย
2. ช่วยให้ผู้วิจัยมั่นใจได้ว่าจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร
3. วิธีการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละชั้นภูมิ ผู้วิจัยสามารถใช้วิธีต่างกันก็ได้ ซึ่งมีประโยชน์ในทางปฏิบัติมาก เพราะในบางครั้งชั้นภูมิแต่ละชั้นภูมิมีลักษณะที่แตกต่างกันมากผู้วิจัยไม่สามารถที่จะใช้วิธีสุ่มวิธีเดียวในการที่จะสุ่มตัวอย่างให้เหมาะสมกับลักษณะของหน่วยตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ

3.3.6 ข้อเสนอแนะในแผนแบบการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ

1. การจัดแบ่งชั้นภูมิ ถ้าใช้ตัวแปรหลายตัวเป็นเกณฑ์ในการแบ่งชั้นภูมิ จะยิ่งช่วยลดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์
2. ตัวแปรทั้งหลายที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งชั้นภูมิ ควรมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านั้นน้อย หรือ ไม่มีความสัมพันธ์เลย
3. ตัวแปรที่มีลักษณะเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพทั้งหลาย เช่น เพศ คณะ สาขาวิชา เป็นต้นสามารถนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งชั้นภูมิ
4. จากการใช้ตัวแปรหลายตัวเป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งชั้นภูมิ อาจทำให้เกิดปัญหาตามมาคือบางชั้นภูมิหาสมาชิกไม่ได้ หรือ มีน้อยมาก ดังนั้นผู้วิจัยสามารถที่จะยุบรวมชั้นภูมิที่มีความสำคัญน้อย หรือ มีสมาชิกน้อยเข้าด้วยกันได้

3.3.7 กลุ่มตัวอย่าง และการกำหนดขนาดตัวอย่าง

ในการศึกษาปัญหาพิเศษครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยผู้วิจัยมีแนวคิด ว่า คณะ, เพศ และรายได้ต่อเดือนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อสำเร็จรูป จึงได้เลือกใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบ แบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ตามคณะ และ เพศ ซึ่งมีนักศึกษาทั้งหมด 5 คณะ แต่ละคณะสามารถแบ่งชั้นภูมิได้ทั้งหมด 2 ชั้นภูมิ ดังนั้นมีจำนวนทั้งหมด 10 ชั้นภูมิ สำหรับขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิจะจัดสรรโดยใช้วิธีการจัดสรรตามขนาดชั้นภูมิแบบ Proportional Allocation

การทดลองสำรวจ (pretest) ข้อมูล

ทำการสุ่มนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกคณะ จำนวน 80 คน โดยจัดสรรขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิด้วยวิธี Proportional Allocation ซึ่งสามารถคำนวณค่า หาขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ (N_h)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

เมื่อ n คือ ขนาดตัวอย่างทั้งหมด

N คือ ขนาดประชากรทั้งหมด

N_h คือ ขนาดประชากรทั้งหมดในชั้นภูมิ ที่ h

n_h คือ ขนาดตัวอย่างในชั้นภูมิ ที่ h ($h = 1, 2, \dots, 10$)

ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนนักศึกษาที่ตกเป็นตัวอย่างในการทำทดลองสำรวจ (pretest) จำแนกตามคณะ และ เพศ

คณะ	ชาย	หญิง	รวม
วิทยาศาสตร์	7	6	13
วิศวกรรมศาสตร์	21	7	28
สถาปัตยกรรมศาสตร์	6	4	10
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	9	3	12
เทคโนโลยีการเกษตร	6	4	10
รวม	49	31	80

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

สามารถหาขนาดตัวอย่างได้จากสูตร

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

เมื่อ

$$D^2 = \frac{d^2}{Z_{\frac{\alpha}{2}}^2}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยกำหนดให้

D^2 คือ $V(\bar{x})$ หรือ ค่า Variance ของ \bar{x}

n คือ ขนาดตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากรทั้งหมด ซึ่งมีค่า 7002 คน

α คือ ระดับนัยสำคัญ ในที่นี้ให้ $\alpha = 0.05$

$Z_{\frac{\alpha}{2}}^2$ คือ ค่าสถิติ จาก Standard normal distribution
ซึ่งในที่นี้ $Z_{\frac{\alpha}{2}}^2 = (1.96)^2$ เพราะ $\alpha = 0.05$

N_h คือ ขนาดประชากรทั้งหมดในแต่ละชั้นภูมิ

คือ ความแปรปรวนภายในแต่ละชั้นภูมิ

d คือ ระดับความผิดพลาดที่จะยอมรับได้ ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้มี
ค่าเท่ากับ 0.10

และ ขนาดตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิคำนวณได้จาก

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

ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวนของนักศึกษาหลังจากทำการทดลองสำรวจ (pretest) แล้ว ได้จำนวน
ขนาดตัวอย่าง 666 คน ดังรายละเอียดดังนี้

คณะ	ชาย	หญิง	รวม
วิทยาศาสตร์	53	54	107
วิศวกรรมศาสตร์	177	57	234
สถาปัตยกรรมศาสตร์	52	34	86
ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	71	26	97
เทคโนโลยีการเกษตร	52	90	142
รวม	405	261	666

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. คอมพิวเตอร์
2. โปรแกรม SPSS FOR WINDOWS
3. แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลที่เป็นที่นิยมใช้กันมากในหมู่นักวิจัยเพราะเก็บข้อมูลได้มาก ใช้สะดวก และ ประหยัดเวลาในการใช้ เมื่อเทียบกับเครื่องมือเก็บข้อมูลชนิดอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ดี การใช้แบบสอบถามก็มีข้อเป็นวิธีการง่าย ๆ มีปรากฏบ่อยครั้งที่ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้ผู้ตอบ แล้วได้รับคืนมาน้อย หรือมีการกรอกคำตอบที่ไม่ถูกต้อง หรือตอบไม่ครบ ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลน้อยหรือมีจำนวนไม่ครบตามต้องการ เป็นผลทำให้ผลการวิจัยขาดความเชื่อถือได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษาเทคนิคการสร้างและวิธีการใช้ที่ถูกต้อง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีมาตรฐานมีคุณภาพและตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ซึ่งจะส่งผลให้ข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามตรงตามเป็นจริงและเชื่อถือได้

ความหมายและลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นชุดของคำถามเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง ความคิด เห็น ความรู้สึก ความเชื่อ ทศนคติ และความสนใจต่าง ๆ

รูปร่างลักษณะของแบบสอบถามมีได้หลายแบบ แต่ในที่นี้ใช้แบบ Schedule เป็นแบบสอบถามที่ผู้ทำการศึกษานำไปสอบถามบุคคลโดยตรงด้วยตนเอง ลงมือกรอกแบบสอบถามนั้นด้วยตนเอง หรือในโอกาสที่ผู้ทำการศึกษาปรากฏตัวในการนั้นด้วย มีโอกาสเฝ้าความสนใจสร้างความเป็นกันเอง อธิบายความมุ่งหมาย ความหมายของคำถาม ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามนั้นให้ทันที มักเป็นแบบที่มีผู้ตอบจำนวนมากพร้อม ๆ กัน เช่น นักเรียน คนงาน ฯลฯ เป็นการประหยัดการส่งและได้รับคืนครบจำนวน

ชนิดของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่นิยมใช้กันทั่วไปแบ่งเป็น 2 ชนิด คือ แบบปลายปิด และแบบปลายเปิด ซึ่งการสร้างนั้นอาจสร้างเฉพาะแบบใดแบบหนึ่งก็ได้ หรืออาจจะรวมเป็นหลาย ๆ แบบคละเคล้ากันไปก็ได้ ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed - form or Structured Questionnaire) มักจะให้ผู้ตอบ กาเครื่องหมายหรือวงกลมล้อมรอบคำตอบที่ต้องการ หรืออาจจะให้ตอบในแง่ ใช่ หรือไม่ใช่ แต่บางครั้งอาจจะสอบถามโดยให้เหตุผลต่าง ๆ ประกอบ(มีอยู่ในแบบสอบถาม) แล้วให้ผู้ตอบเรียงอันดับความสำคัญของเหตุผลนั้น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ แบบสอบถาม Closed form นี้ อาจจะทำให้วิธีเติมคำในช่องว่างก็ได้ คำถามนั้น กำหนดขอบเขตลงไป

แบบสอบถามปลายเปิดนี้มีข้อดีอยู่ 2 ประการ คือ

1) ผู้วิจัยสามารถจัดคำตอบได้ตรงตามที่ต้องการทำให้เกิดความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล

2) สะดวกแก่ผู้ตอบ ทำให้ผู้ตอบมีแนวโน้มที่อยากจะตอบ

ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม

ในการสร้างแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ Komhauser และ Shratsley ได้แบ่งขั้นตอนการสร้างไว้ดังนี้

1. พิจารณาหัวข้อปัญหาและจุดมุ่งหมาย เพื่อว่าความต้องการข้อมูลชนิดใดอะไรบ้าง
2. พิจารณาว่าจะใช้รูปคำถามแบบใด ปลายปิดหรือปลายเปิด หรือแบบผสม
3. ร่างแบบสอบถามฉบับแรก

ในขั้นนี้เองหัวข้อคำถามที่กำหนดไว้ขั้นที่หนึ่งมาพิจารณาประกอบรูปคำถาม ในขั้นที่สองจะตั้งคำถามอะไรบ้าง จะเรียงลำดับคำถามอย่างไร อะไรควรมาก่อนมาหลัง นอกจากนั้นควรมีคำถามเพิ่มเติมเพื่อใช้ตรวจสอบความเชื่อถือได้

4. ตรวจสอบแบบสอบถามฉบับร่าง

การตรวจสอบแบบสอบถามอาจทำได้โดยขอให้ผู้ทรงคุณวุฒิเฉพาะเรื่อง หรือผู้มีความรู้มีประสบการณ์ในเรื่องแบบสอบถาม ช่วยตรวจสอบและวิจารณ์ ผู้ตรวจสอบควรมีหลายคน โดยมีพื้นฐานทางสังคมต่างกัน การตรวจสอบทำได้ 2 ระดับ คือ

- 1) ตรวจสอบโดยผู้ร่างเอง
- 2) ตรวจสอบโดยผู้รอบรู้

5. ทดลองแบบสอบถาม (Tryout)

หลังจากที่ได้ตรวจสอบและปรับปรุงแบบสอบถามจนเป็นที่พอใจแล้ว ก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากร ควรจะได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดลองใช้กับคนกลุ่มน้อย ก่อนว่าสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อเท็จจริง และความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของประชากรในกลุ่มที่ต้องการได้จริงตามเจตนารมณ์หรือไม่

6. ขั้นปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามที่ได้ทดลองแล้ว ขั้นนี้คือนำข้อบกพร่อง และ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ได้มาปรับปรุงและแก้ไขให้ถูกต้อง การปรับปรุงนี้ถ้าทำหลาย ๆ ครั้งยิ่งดี จะทำให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ถูกต้องมากที่สุด

7. บรรณาธิกรณแบบสอบถามและกำหนดระเบียบวิธี ในการใช้แบบสอบถาม

ในขั้นนี้แบบสอบถามพร้อมที่จะนำไปใช้ได้ แต่จะต้องตรวจสอบเนื้อหาแบบคำถาม ลำดับคำถาม วรรคตอน ตลอดจนตรวจดูอักษร การสะกดการันต์ว่าถูกต้องหรือไม่ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้แม้ว่าจะเป็นเรื่องเล็กน้อย แต่ก็มีความสำคัญมากสำหรับงานวิจัย นอกจากนี้ก็ตรวจสอบการวางรูปแบบประกอบด้วย

ลักษณะของแบบสอบถามที่ดี

1. ถามในเรื่องที่สำคัญ ซึ่งผู้ตอบสามารถมองเห็นความสำคัญได้ด้วย
2. ถามในเรื่องที่ไม่สามารถหาข้อมูลได้จากแหล่งอื่น เช่น รายงาน สัมภาษณ์ หรือ อื่น ๆ
3. คำถามสั้นที่สุด แต่สมบูรณ์ชัดเจน ไม่กำกวม
4. คำถามน่าตอบ แบบฟอร์มดี สะอาดเรียบร้อย พิมพ์ชัดเจน อ่านง่าย
5. คำแนะนำชัดเจน ให้ความหมายของคำสำคัญไว้ ภาษาง่าย การตอบง่าย
6. คำตอบมีความชัดเจน ผู้ตอบสามารถตอบได้เอง ไม่มีการถามเป็นเชิงแนะผู้ตอบ
7. เรียบเรียงคำถามจากง่ายไปยาก
8. คำตอบที่ได้ ง่ายที่จะคำนวณทางสถิติ และการแปลความหมาย

3.5 กำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน

1. กำหนดชื่อเรื่องที่จะทำเป็นปัญหาพิเศษ
2. กำหนดวัตถุประสงค์ของการทำปัญหาพิเศษ
3. ศึกษาถึงลักษณะของปัญหาและค้นคว้าจากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยท่านอื่น ๆ ได้ทำมาแล้ว
4. จัดตั้งสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัญหาพิเศษ
5. เสนอภูมิหลังและความสำคัญของปัญหาที่จัดทำ
6. กำหนดขอบเขตและข้อจำกัดของการทำปัญหาพิเศษ
7. กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เหมาะสม
8. สร้างแบบสอบถาม
9. ทำ Pretest เพื่อทดสอบแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาหาขนาดของตัวอย่างที่เหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป
10. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเพื่อความเหมาะสม
11. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว
12. ทำการวิเคราะห์ข้อมูล
13. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรายงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 วิธีการทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติดังนี้

1. การทดสอบไคสแควร์ (CHI-SQUARE TEST)

1.1 การทดสอบความเป็นเอกพันธ์ (Test of Homogeneity)

การทดสอบความเป็นเอกพันธ์เป็นการทดสอบสมมติฐานว่า อัตราส่วนระหว่างลักษณะที่สนใจศึกษาในระดับต่าง ๆ ของประชากรหนึ่งแตกต่างจากของประชากรอื่นหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ ข้อมูลที่ใช้ต้องเป็นความถี่ ที่ได้จากการนับซึ่งมีมาตราวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ข้อมูลจะถูกจัดลงในตารางแจกแจง 2 ทาง ($r \times c$ เมื่อมี c แถวตั้งและ r แถวนอน (ลักษณะย่อยต่าง ๆ))

สมมติฐาน

H_0 : ตัวอย่าง c กลุ่มนี้มาจากประชากรเดียวกัน หรือสัดส่วนของลักษณะย่อยในประชากร c กลุ่มที่สนใจไม่มีความแตกต่างกัน

H_1 : ตัวอย่าง c กลุ่มนี้มาจากประชากรต่างกัน หรือสัดส่วนของลักษณะย่อยในประชากร c กลุ่มที่สนใจมีความแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{[O_{ij} - E_{ij}]^2}{E_{ij}}$$

โดยที่ O_{ij} แทนความถี่คาดหวังที่ได้จากการสังเกตของระดับที่ i ของลักษณะแรกและระดับที่ j ของลักษณะที่สอง

E_{ij} แทนความถี่คาดหวังที่ควรจะเป็น หรือตามทฤษฎีของระดับที่ i ของลักษณะแรก และระดับที่ j ของลักษณะที่สอง ซึ่งมีค่าเท่ากับ $(n_{i.} \times n_{.j}) / n_{..}$

$n_{i.}$ แทนความถี่รวมของระดับที่ i ของลักษณะแรก และทุกระดับของลักษณะที่สอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- n_j แทนความถี่รวมทุกระดับของลักษณะแรก และระดับ
ที่ j ของลักษณะที่สอง
- $n_{..}$ แทนความถี่รวมทั้งหมด

การสรุปผล

จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ถ้าค่า χ^2 จากการคำนวณมีค่ามากกว่าค่า χ^2 ที่ได้จากตารางแจกแจงแบบ χ^2 ที่องศาแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) เท่ากับ $(c-1)(r-1)$ ที่ระดับนัยสำคัญ α หรือค่า P-Values $< \alpha$ ที่กำหนด

1.2 การทดสอบความเป็นอิสระ (Test of Independent)

เพื่อทดสอบความแตกต่างตัวแปรที่สนใจของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มด้วยการทดสอบไคสแควร์ ข้อมูลที่ใช้จะเป็นความถี่ที่ได้จากการนับซึ่งมีมาตราวัด แบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) หรือเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ข้อมูลจะถูกจัดลงในตารางแจกแจงทางเดียว

สมมติฐาน

H_0 : ตัวอย่าง 2 กลุ่มนี้มีความเป็นอิสระกัน หรือลักษณะของประชากรทั้ง 2 กลุ่มที่สนใจไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ตัวอย่าง 2 กลุ่มนี้ไม่มีความเป็นอิสระกัน หรือลักษณะของประชากรทั้ง 2 กลุ่มที่สนใจมีความสัมพันธ์กัน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{[O_{ij} - E_{ij}]^2}{E_{ij}}$$

โดยที่ O_{ij} แทนความถี่คาดหวังที่ได้จากการสังเกตของระดับที่ i
ของลักษณะแรกและระดับที่ j ของลักษณะที่สอง

E_{ij} แทนความถี่คาดหวังที่ควรจะเป็น หรือตามทฤษฎีของ
ระดับที่ i ของลักษณะแรก และระดับที่ j ของลักษณะ
ที่สอง ซึ่งมีค่าเท่ากับ $(n_{i.} \times n_{.j}) / n_{..}$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- n_i แทนความถี่รวมของระดับที่ i ของลักษณะแรก และ
ทุกระดับของลักษณะที่สอง
- n_j แทนความถี่รวมทุกระดับของลักษณะแรก และระดับ
ที่ j ของลักษณะที่สอง
- $n..$ แทนความถี่รวมทั้งหมด

การสรุปผล

จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ถ้าค่า χ^2 จากการคำนวณมีค่ามากกว่าค่า χ^2 ที่ได้จากตารางแจกแจงแบบ χ^2 ที่องศาแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) เท่ากับ $(c-1)(r-1)$ ที่ระดับนัยสำคัญ α หรือค่า P-Values $< \alpha$ ที่กำหนด

ข้อควรระวังของการทดสอบไคสแควร์

- ค่าสถิติที่คำนวณจากข้อมูลใด ๆ จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0 เสมอ
- ขนาดตัวอย่างหรือความถี่รวมทั้งหมดของข้อมูลที่น่าวิเคราะห์ไม่ควรมีจำนวนน้อยเกินไป
- ค่าความถี่คาดหวังในแต่ละช่อง (cell) ที่มีค่าน้อยกว่า 5 ควรมีน้อยกว่า 20% ของความถี่คาดหวังทั้งหมด ในกรณีที่จำนวนช่องของค่าความถี่คาดหวังที่น้อยกว่า 5 อยู่มากเกินไป อาจทำการเปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มความถี่คาดหวังโดยการรวมกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเข้าด้วยกัน โดยไม่ทำให้ความหมายของการแบ่งช่องผิดไป หรือไม่ขัดกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
- ข้อมูลที่อยู่ในรูปสัดส่วนหรือร้อยละไม่ควรนำมาทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติเพราะอาจทำให้ผลที่ได้มีค่าแตกต่างจากที่ควรจะเป็น
- ถ้าข้อมูลที่น่ามาทดสอบสามารถแบ่งระดับของคุณลักษณะทางแถวและทางสดมภ์ได้ออกเป็นทางละ 2 ระดับซึ่งจะทำให้ Degree of freedom มีค่าเป็น 1 ผู้วิเคราะห์จำเป็นต้องปรับสูตรของไคสแควร์ที่ใช้โดยนำค่า 0.5 ไปหักออกจากค่าสัมบูรณ์ของผลต่างระหว่างค่าความถี่ที่สังเกตได้และความถี่ที่คาดหวัง แล้วจึงนำมายกกำลังสองและหารด้วยค่าความถี่คาดหวัง แต่ในกรณีที่ขนาดตัวอย่างที่ใช้มีจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 50 ก็ไม่จำเป็นต้องปรับค่าไคสแควร์ก็ได้

2. Cramer's contingency coefficient (V)

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ด้วยไคสแควร์แล้วพบว่าความสัมพันธ์มีจริงจะไม่ใช่ไคสแควร์เป็นมาตรฐานโดยตรง เพราะค่าของไคสแควร์มีค่าไม่จำกัด นั่นคือ $0 < \chi^2 < \infty$ (เมื่อ χ^2 ใกล้ 0 ถือว่าตัวแปรเป็นอิสระกันไม่มีความสัมพันธ์กัน) จึงทำให้ยากที่จะหาระดับของความสัมพันธ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด ดังนั้น จึงมีการคิดค้นวิธีการที่จะจำกัดให้ค่าของ χ^2 อยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งมีหลายวิธี เช่น

- Phi-coefficient
- Pearson's contingency coefficient (C)
- Tschuprow's contingency coefficient (T)
- Cramer's contingency coefficient (V)

ซึ่งวิธีสุดท้าย นับว่ามีประสิทธิภาพในการใช้มากกว่าวิธีอื่นๆ เพราะสามารถใช้ได้กับตารางขนาด $r \times c$ ใดๆก็ได้ และค่าที่คำนวณออกมามีค่าสูงสุดไม่เกิน 1 ผิดกับวิธีอื่นๆที่มีข้อจำกัดของตาราง เช่น ต้องมีขนาด 2×2 หรือใช้ได้กับ $r \times c$ แต่ r กับ c ต้องเท่ากัน นอกจากนี้ค่าที่คำนวณได้อาจมีค่ามากกว่า 1 ได้ ซึ่งจะยากแก่การแปลผล

Cramer's contingency coefficient (V) มีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$V = \sqrt{\frac{(\chi^2/n)}{(q-1)}}$$

เมื่อ $q = \text{Min}(r,c)$ หรือค่า q ได้จากการเลือกค่าที่ต่ำสุดของจำนวนแถว หรือ จำนวนสดมภ์ (c) ค่าใดค่าหนึ่ง เช่น ถ้า $r = 4, c = 2$ ค่า q ก็จะเท่ากับ 2, $n =$ ขนาดตัวอย่าง

โดยกำหนดให้ค่า V มีความหมายดังนี้

- 0 = สองตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน
- 0.01-0.25 = สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันบ้าง
- 0.26-0.55 = สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง
- 0.56-0.75 = สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูง
- 0.76-0.99 = สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมาก
- 1 = สองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ และ การส่งเสริมการขาย (ส่วนลดราคา, สื่อโฆษณา) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ให้นักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบ จำนวนทั้งสิ้น 666 คน เป็นชาย 405 คน และเป็นหญิง 261 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 และ 39.2 ตามลำดับ จำแนกตามคณะต่างๆ เป็นนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ 107 คน, นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ 234 คน, นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ 86 คน, นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม 97 คน และ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตร 142 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1, 35.1, 12.9, 14.6 และ 21.3 ตามลำดับ และจำแนกตามรายได้ต่อเดือน นักศึกษาที่มีรายได้ น้อยกว่า 3000 บาทต่อเดือน 183 คน, นักศึกษาที่มีรายได้ ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทต่อเดือน 286 คน และ นักศึกษาที่มีรายได้ มากกว่า 4000 บาทต่อเดือน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5, 42.9 และ 29.6 ตามลำดับ

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาในแต่ละคณะที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และสื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 19.6, 30.8, 18.6, 41.2 และ 33.8 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 59.8, 45.7, 65.1, 39.2 และ 46.5 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 10.3, 11.5, 10.5, 9.3 และ 12.7 ตามลำดับ ในส่วนของ การโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.2, 0.0, 0.0 และ 0.3 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.5, 0.9, 0.2, 0.0 และ 0.2 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศึกษา คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์
 อุตสาหกรรม, และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 1.1, 2.1, 0.2, 0.9 และ 0.8 ตาม
 ลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์,
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม, และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็น
 ร้อยละ 0.2 ,1.1 ,0.5 ,0.6 และ 0.3 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.1 เมื่อทำการวิ
 เคราะห์ว่า นักศึกษาแต่ละคณะมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธี
 ทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และ
 พบว่า นักศึกษาแต่ละคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 11.51 เปอร์เซ็นต์
 หรือมีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 1ก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ										รวม	
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	21	19.6	72	30.8	16	18.6	40	41.2	48	33.8	197	29.6
รูปแบบ	64	59.8	107	45.7	56	65.1	38	39.2	66	46.5	331	49.7
ราคา	11	10.3	27	11.5	9	10.5	9	9.3	18	12.7	74	11.1
การโฆษณา	0	0.0	1	0.2	0	0.0	0	0.0	2	0.3	3	0.5
บุคคลที่ใกล้ชิด	3	0.5	6	0.9	1	0.2	0	0.0	1	0.2	11	1.7
ยี่ห้อ	7	1.1	14	2.1	1	0.2	6	0.9	5	0.8	33	5.0
ส่วนลดราคา	1	0.2	7	1.1	3	0.5	4	0.6	2	0.3	17	2.6
รวม	107	100	234	100	86	100	97	100	142	100	666	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายในแต่ละคณะที่มีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของ นักศึกษาชาย คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 28.3, 32.8, 19.2, 45.1 และ 53.8 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาชาย คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 54.7, 44.6, 65.4, 35.2 และ 28.8 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 11.3, 9.0, 9.6, 9.9 และ 9.6 ตามลำดับ ในส่วนของสื่อโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาชาย คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.2, 0.0, 0.0 และ 0.2 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาชาย คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.2, 1.5, 0.2, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาชาย คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.5, 2.7, 0.2, 1.0 และ 0.7 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.0, 1.5, 0.2, 0.7 และ 0.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.2 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชายในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาชายในแต่ละคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 14.88 เปอร์เซนต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 2ก

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาชายที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ										รวม	
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	15	28.3	58	32.8	10	19.2	32	45.1	28	53.8	143	35.3
รูปแบบ	29	54.7	79	44.6	34	65.4	25	35.2	15	28.8	182	44.9
ราคา	6	11.3	16	9.0	5	9.6	7	9.9	5	9.8	39	9.6
การโฆษณา	0	0.0	1	0.2	0	0.0	0	0.0	1	0.2	2	0.5
บุคคลที่ใกล้ชิด	1	0.2	6	1.5	1	0.2	0	0.0	0	0.0	8	2.0
ยี่ห้อ	2	0.5	11	2.7	1	0.2	4	1.0	3	0.7	21	5.2
ส่วนลดราคา	0	0.0	6	1.5	1	0.2	3	0.7	0	0.0	10	2.5
รวม	53	100	177	100	52	100	71	100	52	100	405	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาหญิงในแต่ละคณะที่มีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาหญิง คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 11.1, 24.6, 17.6, 30.8 และ 22.2 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาหญิง คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 64.8, 49.1, 64.7, 50.0, และ 56.7 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาหญิง คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 9.3, 19.3, 11.8, 7.7 และ 14.4 ตามลำดับ ในส่วนของ การโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาหญิง คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.0, 0.0, 0.0 และ 0.4 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาหญิง คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.8, 0.0, 0.0, 0.0 และ 0.4 ตามลำดับ ในส่วนของ ยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาหญิง คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 1.9, 1.1, 0.0, 0.8 และ 0.8 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาหญิง คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.4, 0.4, 0.8, 0.4 และ 0.8 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.3 เมื่อทำการวิเคราะห์หว่า นักศึกษาหญิงในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาหญิงในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 3ก

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาหญิงที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	คณะ										รวม	
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	6	11.1	14	24.6	6	17.6	8	30.8	20	22.2	54	20.7
รูปแบบ	35	64.8	28	49.1	22	64.7	13	50.0	51	65.7	149	57.1
ราคา	5	9.3	11	19.3	4	11.8	2	7.7	13	14.4	35	13.4
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.4	1	0.4
บุคคลที่ใกล้ชิด	2	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.4	3	1.1
ยี่ห้อ	5	1.9	3	1.1	0	0.0	2	0.8	2	0.8	12	4.6
ส่วนลดราคา	1	0.4	1	0.4	2	0.8	1	0.4	2	0.8	7	2.7
รวม	54	100	57	100	34	100	26	100	90	100	261	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาทในแต่ละคณะ ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของ คุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 28.1, 30.5, 8.7, 64.0 และ 34.1 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 50.0, 42.4, 73.9, 16 และ 40.9 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และคณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 9.4, 13.6, 8.7, 12.0 และ 18.2 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และคณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.5, 0.0, 0.0 และ 0.5 ตามลำดับ ในส่วน ของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และคณะ เทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.0, 1.1, 0.5, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และคณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็น ร้อยละ 2.2, 1.6, 0.0, 0.5 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาที่มี รายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรม ศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และคณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.0, 1.1, 0.5, 0.5 และ 1.1 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.4 เมื่อทำการวิเคราะห์หว่า นักศึกษาที่มี รายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท ในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน หรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท ในแต่ละ คณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาทในแต่ละคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 21.10 เปอร์เซ็นต์ หรือมีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 4ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาทที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ										รวม	
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	9	28.1	18	30.5	2	8.7	16	64.0	15	34.1	60	32.8
รูปแบบ	16	50.0	25	42.4	17	73.9	4	16.0	18	40.9	80	43.7
ราคา	3	9.4	8	13.6	2	8.7	3	12.0	8	18.2	24	13.1
การโฆษณา	0	0.0	1	0.5	0	0.0	0	0.0	1	0.5	2	1.1
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	0.0	2	1.1	1	0.5	0	0.0	0	0.0	3	1.6
ยี่ห้อ	4	2.2	3	1.6	0	0.0	1	0.5	0	0.0	8	4.4
ส่วนลดราคา	0	0.0	2	1.1	1	0.5	1	0.5	2	1.1	6	3.3
รวม	32	100	59	100	23	100	25	13.7	44	24	183	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทในแต่ละคณะที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 13.6, 29.9, 16.7, 37.1 และ 34.4 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 63.6, 49.5, 61.1, 42.9 และ 51.6 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 13.6, 10.3, 13.9, 11.4 และ 9.4 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.0 , 0.0, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.7, 0.7, 0.0, 0.0 และ 0.3 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.3 , 2.4 , 0.3 , 1.0 และ 0.7 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.3 , 0.7 , 0.7, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.5 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท ในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 5ก

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ										รวม	
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	6	13.6	32	29.9	6	16.7	13	37.1	22	34.4	79	27.6
รูปแบบ	28	63.6	53	49.6	22	61.1	15	42.9	33	51.6	151	52.8
ราคา	6	13.6	11	10.3	5	13.9	4	11.4	6	9.4	32	11.2
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
บุคคลที่ใกล้ชิด	2	0.7	2	0.7	0	0.0	0	0.0	1	0.3	5	1.7
ชี้หือ	1	0.3	7	2.4	1	0.3	3	1.0	2	0.7	14	4.9
ส่วนลดราคา	1	0.3	2	0.7	2	0.7	0	0.0	0	0.0	5	1.7
รวม	44	15.4	107	37.4	36	12.6	35	12.2	64	22.4	286	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาทในแต่ละ
 คณะที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ
 รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วน
 ของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะ
 วิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยี
 การเกษตร คิดเป็นร้อยละ 19.4, 32.4, 29.6, 29.7 และ 32.4 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วน
 ของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์,
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็น
 ร้อยละ 64.5, 42.6, 63.0, 51.4 และ 44.1 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาที่มีราย
 ได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรม
 ศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 6.5, 11.8, 7.4,
 5.4 และ 11.8 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า
 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์
 อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.0, 0.0, 0.0 และ 0.5 ตามลำดับ
 ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คณะ
 วิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 0.5 ,1.0 ,0.0 , 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ
 สัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรม
 ศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร
 คิดเป็นร้อยละ 1.0 ,2.0 ,0.0 , 1.0 และ 1.5 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนัก
 ศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะ
 สถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คิดเป็นร้อยละ
 0.0, 1.5, 0.0, 1.5 และ 0.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.6 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า
 นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาทในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อ
 สำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า
 4000 บาทแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงใน
 ตารางภาคผนวกที่ 6ก

ตาราง 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาทที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ										รวม	
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	6	19.4	22	32.4	8	29.6	11	29.7	11	32.4	58	29.4
รูปแบบ	20	64.5	29	42.6	18	63	19	51.4	15	44.1	100	50.8
ราคา	2	6.5	8	11.8	2	7.4	2	5.4	4	11.8	18	9.1
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.5	1	0.5
บุคคลที่ใกล้ชิด	1	0.5	2	1.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	1.5
ยี่ห้อ	2	1.0	4	2.0	0	0.0	2	1.0	3	1.5	11	5.6
ส่วนลดราคา	0	0.0	3	1.5	0	0.0	3	1.5	0	0.0	6	3.0
รวม	31	15.7	68	34.5	27	13.7	37	18.8	34	17.3	197	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ี่หื้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 35.3 และ 20.7 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.9 และ 57.1 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 9.6 และ 13.4 ตามลำดับ ใน ส่วนของการโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.3 และ 0.2 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.2 และ 0.5 ตามลำดับ ในส่วนของี่หื้อ สัดส่วนของนักศึกษชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 3.2 และ 1.8 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ 1.1 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.7 เมื่อทำการวิเคราะห์หว่า นักศึกษชายและนักศึกษหญิงมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธี ทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษชายและนักศึกษหญิงมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษชายและนักศึกษหญิงกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์ กัน16.67 เปอร์เซนต์หรือมีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 7

ตาราง 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	143	35.3	54	20.7	197	29.6
รูปแบบ	182	44.9	149	57.1	331	49.7
ราคา	39	9.6	35	13.4	74	11.1
การโฆษณา	2	0.3	1	0.2	3	0.5
บุคคลที่ใกล้ชิด	8	1.2	3	0.5	11	1.7
ี่หื้อ	21	3.2	12	1.8	33	5.0
ส่วนลดราคา	10	1.5	7	1.1	17	2.6
รวม	405	100	261	100	666	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายคณะวิทยาศาสตร์และนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 28.3 และ 11.1 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 54.7 และ 64.8 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ 9.3 ตามลำดับ ในส่วนของสื่อโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของบุคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 0.9 และ 1.9 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของ นักศึกษาชาย และ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 1.9 และ 4.7 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของ นักศึกษาชาย และ นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 0.0 และ 0.9 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.8 เมื่อทำการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาชายคณะวิทยาศาสตร์และนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายคณะวิทยาศาสตร์และนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 8ก

ตาราง 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	15	28.3	6	11.1	21	19.6
รูปแบบ	29	54.7	35	64.8	64	59.8
ราคา	6	11.3	5	9.3	11	10.3
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0
บุคคลที่ใกล้ชิด	1	0.9	2	1.9	3	2.8
ยี่ห้อ	2	1.9	5	4.7	7	6.5
ส่วนลดราคา	0	0.0	1	0.9	1	0.9
รวม	53	100	54	100	107	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายคณะวิศวกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 32.8 และ 24.6 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.6 และ 49.1 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ 19.3 ตามลำดับ ในส่วนของกรโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.4 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 2.6 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 4.7 และ 1.3 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 2.6 และ 0.4 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.9 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชายคณะวิศวกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะวิศวกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายคณะวิศวกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะวิศวกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 9

ตาราง 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	58	32.8	14	24.6	72	30.8
รูปแบบ	79	44.6	28	49.1	107	45.7
ราคา	16	9.0	11	19.3	27	11.5
การโฆษณา	1	0.4	0	0.0	1	0.4
บุคคลที่ใกล้ชิด	6	2.6	0	0.0	6	2.6
ยี่ห้อ	11	4.7	3	1.3	14	6.0
ส่วนลดราคา	6	2.6	1	0.4	7	3.0
รวม	177	100	57	100	234	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และนักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 19.2 และ 17.6 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.4 และ 64.7 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 9.6 และ 11.8 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.2 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.2 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.2 และ 2.3 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.10 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชายคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 10ก

ตาราง 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	10	19.2	6	17.6	16	18.6
รูปแบบ	34	65.4	22	64.7	56	65.1
ราคา	5	9.6	4	11.8	9	10.5
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0
บุคคลที่ใกล้ชิด	1	1.2	0	0.0	1	1.2
ยี่ห้อ	1	1.2	0	0.0	1	1.2
ส่วนลดราคา	1	1.2	2	2.3	3	3.5
รวม	52	100	34	100	86	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและนักศึกษาหญิงคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 45.1 และ 30.8 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 35.2 และ 50.0 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 9.9 และ 7.7 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 4.1 และ 2.1 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 3.1 และ 1.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.11 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชายคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและนักศึกษาหญิงคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและนักศึกษาหญิงคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันดังรายละเอียดที่แสดงในตาราง ภาคผนวกที่ 11ก

ตาราง 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	32	45.1	8	30.8	40	41.2
รูปแบบ	25	35.2	13	50.0	38	39.2
ราคา	7	9.9	2	7.7	9	9.3
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ยี่ห้อ	4	4.1	2	2.1	6	6.2
ส่วนลดราคา	3	3.1	1	1.0	4	4.1
รวม	71	100	26	100	97	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายคณะเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษาหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ชี้อ่อน ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และนักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.8 และ 22.2 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาชายและ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 28.8 และ 56.7 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 9.6 และ 14.4 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.7 และ 0.7 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.0 และ 0.7 ตามลำดับ ในส่วนของชี้อ่อน สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 2.1 และ 3.5 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.0 และ 1.4 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.12 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชายคณะเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษาหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายคณะเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษาหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาชายคณะเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษาหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 33.46 เปอร์เซ็นต์ หรือมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 12ก

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาภาคเทคโนโลยีการเกษตรที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	28	53.8	20	22.2	48	33.8
รูปแบบ	15	28.8	51	56.7	66	46.5
ราคา	5	9.6	13	14.4	18	12.7
การโฆษณา	1	0.7	1	0.7	2	1.4
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	0.0	1	0.7	1	0.7
ยี่ห้อ	3	2.1	2	3.5	5	3.5
ส่วนลดราคา	0	0.0	2	1.4	2	1.4
รวม	52	100	90	100	142	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 3000 บาทที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 36.4 และ 27.6 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 40.2 และ 48.7 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 13.1 และ 13.2 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.1 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.6 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 2.2 และ 2.2 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.1 และ 2.2 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.13 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 13ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 3000 บาทที่มีเหตุ
 ใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	39	36.4	21	27.6	60	32.8
รูปแบบ	43	40.2	37	48.7	80	43.7
ราคา	14	13.1	10	13.2	24	13.1
การโฆษณา	2	1.1	0	0.0	2	1.1
บุคคลที่ใกล้ชิด	3	1.6	0	0.0	3	1.6
ยี่ห้อ	4	2.2	4	2.2	8	4.4
ส่วนลดราคา	2	1.1	4	2.2	6	3.3
รวม	107	58.5	76	41.5	183	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทและ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลด ราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 34.1 และ 17.7 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.0 และ 60.2 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 8.7 และ 15.0 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของ บุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.0 และ 0.7 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 3.8 และ 1.0 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.7 และ 1.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.14 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชาย ที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษา

ชายที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 20.01 เปอร์เซนต์ หรือมีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 14 ก

ตาราง 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	59	34.1	20	17.07	79	27.6
รูปแบบ	83	48.0	68	60.2	151	52.8
ราคา	15	8.7	17	15.0	32	11.2
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0
บุคคลที่ใกล้ชิด	3	1.0	2	0.7	5	1.7
ยี่ห้อ	11	3.8	3	1.0	14	4.9
ส่วนลดราคา	2	0.7	3	1.0	5	1.7
รวม	173	60.5	113	35.9	286	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาทที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ 18.1 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.8 และ 61.1 ตามลำดับ ในส่วนของราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 8.0 และ 11.1 ตามลำดับ ในส่วนของ การโฆษณา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 0.0 และ 0.5 ตามลำดับ ในส่วนของ บุคคลที่ใกล้ชิด สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.0 และ 0.5 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ 2.5 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 3.0 และ 0.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.15 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาทมี เหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษา ชายที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาทและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาชายที่มีรายได้อันต่อเดือน มาก กว่า 4000 บาทและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อ สำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 20.11 เปอร์เซนต์ หรือมีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดง ในตารางภาคผนวกที่ 15ก

ตาราง 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาทที่มีเหตุ จูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	45	36.0	13	18.1	58	29.4
รูปแบบ	56	44.8	44	61.1	100	50.8
ราคา	10	8.0	8	11.1	18	9.1
การโฆษณา	0	0.0	1	0.5	1	0.5
บุคคลที่ใกล้ชิด	2	1.0	1	0.5	3	1.5
ยี่ห้อ	6	3.0	5	2.5	11	5.6
ส่วนลดราคา	6	3.0	0	0.0	6	3.0
รวม	125	63.5	72	36.5	197	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆใน การซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ นักศึกษาที่มีราย ได้อันต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษา ที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.8, 27.6 และ 29.4 ตามลำดับ ในส่วนของ รูปแบบ นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.7, 52.8 และ 50.8 ตามลำดับ ในส่วนของราคา นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีราย

ได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.1, 11.2 และ 9.1ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.3, 0.0 และ 0.2 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.5, 0.8 และ 0.5ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อมักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.2, 2.1 และ 1.7ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.9, 0.8 และ 0.9 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.16 เมื่อทำการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 16ก

ตาราง 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน(บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	60	32.8	79	27.6	58	29.4	197	29.6
รูปแบบ	80	43.7	151	52.8	100	50.8	331	49.7
ราคา	24	13.1	32	11.2	18	9.1	74	11.1
การโฆษณา	2	0.3	0	0.0	1	0.2	3	0.5
บุคคลที่ใกล้ชิด	3	0.5	5	0.8	3	0.5	11	1.7
ยี่ห้อ	8	1.2	14	2.1	11	1.7	33	5.0
ส่วนลดราคา	6	0.9	5	0.8	6	0.9	17	2.6
รวม	183	100	286	100	197	100	666	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.1, 13.6 และ 19.4 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0, 63.6 และ 64.5 ตามลำดับ ในส่วนของราคา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.4, 13.6 และ 6.5 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 1.9 และ 0.9 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.7, 0.9 และ 1.9 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.9 และ 0.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.17 เมื่อทำการวิเคราะห์หว่า นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 17ก

ตาราง 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อ
สื่อสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อสื่อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	9	28.1	6	13.6	6	19.4	21	19.6
รูปแบบ	16	50.0	28	63.6	20	64.5	64	59.8
ราคา	3	9.4	6	13.6	2	6.5	11	10.3
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	0.0	2	1.9	1	0.9	3	2.8
ยี่ห้อ	4	3.7	1	0.9	2	1.9	7	6.5
ส่วนลดราคา	0	0.0	1	0.9	0	0.0	1	0.9
รวม	32	29.9	44	41.1	31	29	107	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อสื่อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อสื่อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.5, 29.9 และ 32.4 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.4, 49.5 และ 42.6 ตามลำดับ ในส่วนของราคา นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.6, 10.3 และ 11.8 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.4, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.9, 0.9 และ 0.9 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บาท คิดเป็นร้อยละ 1.3, 3.0 และ 1.7 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.9, 0.9 และ 1.3 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.18 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 18ก

ตาราง 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	18	30.5	32	29.9	22	32.4	72	30.8
รูปแบบ	25	42.4	53	49.5	29	42.6	107	45.7
ราคา	8	13.6	11	10.3	8	11.8	27	11.5
การโฆษณา	1	0.4	0	0.0	0	0.0	1	0.4
บุคคลที่ใกล้ชิด	2	0.9	2	0.9	2	0.9	6	2.6
ยี่ห้อ	3	1.3	7	3.0	4	1.7	14	6.0
ส่วนลดราคา	2	0.9	2	0.9	3	1.3	7	3.0
รวม	59	100	107	100	68	100	234	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.7, 16.7 และ 29.6 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.9, 61.1 และ 63.0 ตามลำดับ ในส่วนของราคา นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือน ต่ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.7, 13.9 และ 7.4 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของคุณค่าที่ใกล้ชิด นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.2, 0.0 และ 0.0 ในส่วนของยี่ห้อ นักศึกษาที่มีรายได้ ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 1.2 และ 0.0 ตามลำดับ ตามลำดับ ในส่วนของคุณค่าส่วนลดราคา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.2, 2.3 และ 0.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.19 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 19ก

ตาราง 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	2	8.7	6	16.7	8	29.6	16	18.6
รูปแบบ	17	73.9	22	61.1	17	63.0	56	65.1
ราคา	2	8.7	5	13.9	2	7.4	9	10.5
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
บุคคลที่ใกล้ชิด	1	1.2	0	0.0	0	0.0	1	1.2
ยี่ห้อ	0	0.0	1	1.2	0	0.0	1	1.2
ส่วนลดราคา	1	1.2	2	2.3	0	0.0	3	3.5
รวม	23	26.7	36	41.9	27	31.4	86	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.0, 37.1 และ 29.7 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0, 42.9 และ 51.4 ตามลำดับ ในส่วนของราคา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.0, 11.4 และ 5.4 ตามลำดับ ในส่วนของโปรโมชั่น นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.0, 3.1 และ 2.1 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.0, 0.0 และ 3.1 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.20 เมื่อทำการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 20ก

ตาราง 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	16	64.0	13	37.1	11	29.7	40	41.2
รูปแบบ	4	16.0	15	42.9	19	51.4	38	39.2
ราคา	3	12.0	4	11.4	2	5.4	9	9.3
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ยี่ห้อ	1	1.0	3	3.1	2	2.1	6	6.2
ส่วนลดราคา	1	1.0	0	0.0	3	3.1	4	4.1
รวม	25	25.8	35	36.1	37	38.1	97	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.1, 34.4 และ 32.4 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.9, 51.6 และ 44.1 ตามลำดับ ในส่วนของราคา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.2, 9.4 และ 11.8 ตามลำดับ ในส่วนของ การโฆษณา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.7, 0.0 และ 0.7 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.7 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 1.4 และ 2.1 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.4, 0.0 และ 0.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.21 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 21ก

ตาราง 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	15	34.1	22	34.4	11	32.4	48	33.8
รูปแบบ	18	40.9	33	51.6	15	44.1	66	46.5
ราคา	8	18.2	6	9.4	4	11.8	18	12.7
การโฆษณา	1	0.7	0	0.0	1	0.7	2	1.4
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	0.0	1	0.7	0	0.0	1	0.7
ยี่ห้อ	0	0.0	2	1.4	3	2.1	5	3.5
ส่วนลดราคา	2	1.4	0	0.0	0	0.0	2	1.4
รวม	44	31	64	45.1	34	23.9	142	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.4, 34.1 และ 36.0 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.2, 48.0 และ 44.8 ตามลำดับ ในส่วนของราคา นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำ

กว่า 3000 บาท, นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทและ นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.1, 8.7 และ 8.0 ตามลำดับ ในส่วนของการโฆษณา นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทและ นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.5, 0.0 และ 0.5 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทและ นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.7, 0.7 และ 0.5 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อมักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทและ นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.0, 2.7 และ 1.5 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทและ นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.5, 0.5 และ 1.5 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.22 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 22ก

ตาราง 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาชายที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	39	36.4	59	34.1	45	36.0	143	35.3
รูปแบบ	43	40.2	83	48.0	56	44.8	182	44.9
ราคา	14	13.1	15	8.7	10	8.0	39	9.6
การโฆษณา	2	0.5	0	0.0	0	0.0	2	0.5
บุคคลที่ใกล้ชิด	3	0.7	3	0.7	2	0.5	8	2.0
ยี่ห้อ	4	1.0	11	2.7	6	1.5	21	5.2
ส่วนลดราคา	2	0.5	2	0.5	6	1.5	10	2.5
รวม	107	100	173	100	125	100	405	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ได้แก่ คุณภาพ รูปแบบ ราคา บุคคลที่ใกล้ชิด ยี่ห้อ ส่วนลดราคา และ สื่อโฆษณา จากการสำรวจพบว่า ในส่วนของคุณภาพ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.6, 17.7 และ 18.1 ตามลำดับ ในส่วนของรูปแบบ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.7, 60.2 และ 61.1 ตามลำดับ ในส่วนของราคา นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.2, 15.0 และ 11.1 ตามลำดับ ในส่วนของกาโฆษณา นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.0 และ 0.4 ตามลำดับ ในส่วนของบุคคลที่ใกล้ชิด นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.0, 0.8 และ 0.4 ตามลำดับ ในส่วนของยี่ห้อ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.5, 1.1 และ 1.9 ตามลำดับ ในส่วนของส่วนลดราคา นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.5, 1.1 และ 0.0 ตามลำดับ ในส่วนอื่นๆ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.5, 7.1 และ 9.7 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.23 เมื่อทำการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 23ก

ตาราง 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาหญิงที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพ	21	27.6	20	17.7	13	18.1	54	20.7
รูปแบบ	37	48.7	68	60.2	44	61.1	149	57.1
ราคา	10	13.2	17	15.0	8	11.1	35	13.4
การโฆษณา	0	0.0	0	0.0	1	0.4	1	0.4
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	0.0	2	0.8	1	0.4	3	1.1
ยี่ห้อ	4	1.5	3	1.1	5	1.9	12	4.6
ส่วนลดราคา	4	1.5	3	1.1	0	0.0	7	2.7
รวม	76	100	113	100	72	100	261	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปต่าง ๆ กัน จากการสำรวจพบว่า ในความถี่ของการซื้อจำนวน 4 - 6 เดือนต่อครั้ง สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 27.7 และ 17.2 ตามลำดับในความถี่ของการซื้อจำนวน 2 - 3 เดือนต่อครั้ง สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 32.1 และ 36.0 ตามลำดับในความถี่ของการซื้อจำนวน 1 เดือนต่อครั้ง สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 23.2 และ 28.7 ตามลำดับ ในความถี่ของการซื้อจำนวน 2 - 3 ครั้งต่อเดือน สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 9.4 และ 13.0 ตามลำดับ ในความถี่ของการซื้อจำนวน มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 7.7 และ 5.0 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.24 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันและ พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงกับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 14.29 เปอร์เซนต์ หรือมีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 24ก

ตาราง 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีความถี่ต่างกันในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป
จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4-6 เดือน/ครั้ง	112	27.7	45	17.2	157	23.6
2-3 เดือน/ครั้ง	130	32.1	94	36	224	33.6
1 เดือน/ครั้ง	94	23.2	75	28.7	169	25.4
2-3 ครั้ง/เดือน	38	9.4	34	13	72	10.8
มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน	31	7.7	13	5	44	6.6
รวม	405	100	261	100	666	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปต่าง ๆ กัน จากการสำรวจพบว่า ในความถี่ของการซื้อจำนวน 4 - 6 เดือนต่อครั้ง นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.8, 23.1 และ 15.7 ตามลำดับ ในความถี่ของการซื้อจำนวน 2 - 3 เดือนต่อครั้ง นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.8, 39.5 และ 25.9 ตามลำดับ ในความถี่ของการซื้อจำนวน 1 เดือนต่อครั้ง นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 18.6, 22.7 และ 35.5 ตามลำดับ ในความถี่ของการซื้อจำนวน 2 - 3 ครั้งต่อเดือน นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.5, 11.2 และ 15.2 ตามลำดับ ในความถี่ของการซื้อจำนวน มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.4, 3.5 และ 7.6 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.25 เมื่อทำการวิเคราะห์หว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์กัน 18.83 เปอร์เซ็นต์ หรือมีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 25ก

ตาราง 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่มีความถี่ต่างๆกัน ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

ความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4-6 เดือน/ครั้ง	60	32.8	6	23.1	31	15.7	157	23.6
2-3 เดือน/ครั้ง	60	32.8	113	39.5	51	25.9	224	33.6
1 เดือน/ครั้ง	34	18.6	65	22.7	70	35.5	169	25.4
2-3 ครั้ง/เดือน	10	5.5	32	11.2	30	15.2	72	10.8
มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน	19	10.4	10	3.5	15	7.6	44	6.6
รวม	183	100	286	100	197	100	666	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงในการซื้อเสื้อสำเร็จรูประดับราคาต่าง ๆ จากการสำรวจพบว่า ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคา ต่ำกว่า 200 บาท สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 28.1 และ 25.7 ตามลำดับ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคา 201 - 400 บาท สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 40.2 และ 51.7 ตามลำดับ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคา 401 - 600 บาท สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 16.5 ตามลำดับ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคา 601 - 800 บาท สัดส่วนของนักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 8.9 และ 4.2 ตามลำดับ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคา มากกว่า 800 บาท สัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง คิดเป็นร้อยละ 5.7 และ 1.9 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.26 เมื่อทำการวิเคราะห์หว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีต่อการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในระดับราคาต่างๆแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงในการซื้อเสื้อสำเร็จรูประดับราคาต่างๆแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงกับการซื้อเสื้อสำเร็จรูประดับราคาต่างๆมีความสัมพันธ์กัน 15.17 เปอร์เซ็นต์ หรือมีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 26ก

ตาราง 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่ซื้อเสื้อในระดับราคาต่างๆกัน จำแนกตามเพศ

ราคาเสื้อสำเร็จรูป	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	114	28.1	67	25.7	181	27.2
201 - 400 บาท	163	40.2	135	51.7	298	44.7
401 - 600 บาท	69	17	43	16.5	112	16.8
601 - 800 บาท	36	8.9	11	4.2	47	7.1
มากกว่า 800 บาท	23	5.7	5	1.9	28	4.2
รวม	405	100	261	100	666	100

ในการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่าง ๆ จากการสำรวจพบว่า ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคา ต่ำกว่า 200 บาท นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.4, 26.6 และ 11.2 ตามลำดับ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคา 201 - 400 บาท นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.8, 47.9 และ 45.7 ตามลำดับ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคา 401 - 600 บาท นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.3, 17.1 และ 23.4 ตามลำดับ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคา 601 - 800 บาท นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาท, นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.7, 2.8 และ 7.6 ตามลำดับ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 4.27 เมื่อทำการวิเคราะห์ว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันที่มีต่อการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่างๆแตกต่างกันหรือไม่ ด้วยวิธีทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่าง ๆ แตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่างๆมีความสัมพันธ์กัน 23.38 เปอร์เซนต์ หรือมีความสัมพันธ์กันบ้าง ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางภาคผนวกที่ 27ก

ตาราง 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่ซื้อเสื้อในระดับราคาต่างๆกัน จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน(บาท)

ราคาเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม	
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200 บาท	83	45.4	76	26.6	22	11.2	181	27.2
201 - 400 บาท	71	38.8	137	47.9	90	45.7	298	44.7
401 - 600 บาท	17	9.3	49	17.1	46	23.4	112	16.8
601 - 800 บาท	7	3.8	16	5.6	24	12.2	47	7.1
มากกว่า 800 บาท	5	2.7	8	2.8	15	7.6	28	4.2
รวม	183	100	286	100	197	100	666	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาศาสนาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักศึกษาศาสนาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ในเรื่องเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจนี้ได้แก่ คุณภาพ, รูปแบบ, ราคา, บุคคลที่ใกล้ชิด, ยี่ห้อ และ การส่งเสริมการขาย (ส่วนลดราคา, การโฆษณา) โดยจำแนกศึกษาตาม คณะ เพศ และ รายได้ต่อเดือน(บาท)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือนักศึกษาศาสนาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ทุกคณะ ของภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2539 การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) และ จัดสรรขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิตามสัดส่วนของชั้นภูมิ (Proportional Allocation) โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควต้า ซึ่งขนาดตัวอย่างที่ใช้ทั้งหมดมีจำนวน 666 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้ นำข้อมูลไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ ได้ผลการวิจัยดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักศึกษาศาสนาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง ต่อเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งมี คุณภาพ, รูปแบบ, ราคา, บุคคลที่ใกล้ชิด, ยี่ห้อ และ การส่งเสริมการขาย (ส่วนลดราคา, การโฆษณา)

1. จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาในแต่ละคณะที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจนี้ได้แก่ คุณภาพ, รูปแบบ, ราคา และ อื่น ๆ (บุคคลที่ใกล้ชิด, ยี่ห้อ, ส่วนลดราคา, สื่อโฆษณา) พบว่า นักศึกษาในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาในแต่ละคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 11.51 เปอร์เซนต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

1.1 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายในแต่ละคณะที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาชายในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาชายในแต่ละคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 14.88 เปอร์เซนต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

1.2 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาหญิงในแต่ละคณะที่มีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาหญิงในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

1.3 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาท ในแต่ละคณะที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาทในแต่ละคณะ มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ต่ำกว่า 3000 บาทในแต่ละคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 21.10 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

1.4 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือนมากกว่า 4000 บาทในแต่ละคณะ ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และ นักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือนมากกว่า 4000 บาทในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

2. จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจนี้ได้แก่ คุณภาพ, รูปแบบ, ราคา และ อื่น ๆ (บุคคลที่ใกล้ชิด, ยี่ห้อ, ส่วนลดราคา, เสื้อโฆษณา) พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 16.67 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

2.1 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงของ คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงทั้ง 5 คณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

2.2 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง คณะเทคโนโลยีการเกษตร ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง คณะเทคโนโลยีการเกษตร มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิง คณะเทคโนโลยีการเกษตรกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 33.46 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง

2.3 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อันต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาท ที่มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาชายและ

นักศึกษาหญิงที่มีรายได้อ่อนน้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

2.4 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อ่อนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท รวมทั้ง นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อ่อนมากกว่า 4000 บาทที่มีเหตุจูงใจ ต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อ่อนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท รวมทั้ง นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อ่อนมากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อ่อนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 20.01 เปอร์เซนต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง รวมทั้ง นักศึกษาชาย และ นักศึกษาหญิงที่มีรายได้อ่อนมากกว่า 4000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 20.11 เปอร์เซนต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

3 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกัน มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ซึ่งเหตุจูงใจนี้ได้แก่ คุณภาพ, รูปแบบ, ราคา และ อื่น ๆ (บุคคลที่ใกล้ชิด, ยี่ห้อ, ส่วนลดราคา, สี, ไซส์) พบว่า นักศึกษาในที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

3.1 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และ คณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกัน มีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาทั้ง 5 คณะที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกัน มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

3.2 จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกัน มีเหตุจูงใจต่าง ๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

4. จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีความถนัดในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปต่าง ๆ กัน พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีความถนัดในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปต่าง ๆ แตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงกับความถนัดในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 14.29 เปอร์เซนต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

5. จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกันที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปต่าง ๆ กัน พบว่า นักศึกษาในที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกันมีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปต่าง ๆ แตกต่างกันไป และพบว่า นักศึกษาในที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกันมีความสัมพันธ์กัน 18.83 เปอร์เซนต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

6. จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่ซื้อเสื้อสำเร็จรูปในราคาต่าง ๆ กัน พบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงซื้อเสื้อสำเร็จรูปในราคาต่าง ๆ แตกต่างกันไป และพบว่า นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงกับการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในราคาต่าง ๆ กัน มีความสัมพันธ์กัน 15.17 เปอร์เซนต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

7. จากการศึกษาเรื่องสัดส่วนของนักศึกษาที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกันที่ซื้อเสื้อสำเร็จรูปในราคาต่าง ๆ กัน พบว่า นักศึกษาในที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกันซื้อเสื้อสำเร็จรูปในราคาต่าง ๆ แตกต่างกันไป และพบว่า นักศึกษาในที่มีรายได้อ่อนแตกต่างกันกับการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในราคาต่าง ๆ กัน มีความสัมพันธ์กัน 23.38 เปอร์เซนต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

5.2 ปัญหาที่พบในการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในการทําวิจัยครั้งนี้ปัญหาที่พบ คือ การทดสอบด้วยไคสแควร์มีข้อกำหนดว่า ค่าความถี่คาดหวังในแต่ละช่อง (cell) ที่มีค่าน้อยกว่า 5 ควรมีน้อยกว่า 20 เปอร์เซนต์ ของความถี่คาดหวังทั้งหมด แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ปรากฏว่า มี cell ที่มีค่าความถี่คาดหวังน้อยกว่า 5 มากกว่า 20 เปอร์เซนต์ของจำนวน cell ทั้งหมด เพราะในบางตัวเลือกมีผู้เลือกน้อยมาก ทำให้เมื่อนํามาคำนวณด้วยวิธีไคสแควร์แล้ว มี cell ที่มีค่าความถี่คาดหวังมากกว่า 20 เปอร์เซนต์ ของ cell ทั้งหมด ซึ่งผู้วิจัยมองเห็นวิธีแก้ปัญหามีอยู่ 2 วิธี คือ

1. เพิ่มขนาดของตัวอย่างให้ใหญ่ขึ้น โดยทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มจนทำให้ cell ที่มีค่าความถี่คาดหวังน้อยกว่า 5 มีอยู่น้อยกว่า 20 เปอร์เซนต์ของ cell ทั้งหมด

2. ทำการยุบ cell เพื่อรวมกลุ่มที่อยู่ใกล้กัน ทำให้ค่าความถี่คาดหวังมีค่ามากขึ้น แต่ในการรวมกลุ่มจะต้องไม่ทำให้เสียความหมายของกลุ่มเดิม

ซึ่งในที่นี้ ผู้วิจัยได้เลือกที่จะแก้ปัญหานี้ด้วยวิธีที่สอง เพราะว่า วิธีที่หนึ่งจะต้องใช้เวลาและงบประมาณเพิ่ม และเนื่องจากปัญหานี้เกิดขึ้นในขณะที่ทำการวิเคราะห์ผล หลังจากที่ได้ทำการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ส่งผลให้ผู้วิจัยไม่ได้เก็บข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งผู้วิจัยมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและงบประมาณ จึงไม่สามารถที่จะเลือกใช้วิธีที่หนึ่งได้ แต่ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ถ้ามีเวลาและงบ

ประมาณเพียงพอ ควรจะเลือกทำวิธีที่หนึ่ง เนื่องจากสรุปผลได้ชัดเจนกว่า เพราะไม่ต้องทำการรวม cell ใด ๆ เลย แต่เนื่องจากผู้วิจัยประสบปัญหาดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงจำเป็นต้องเลือกวิธีที่สอง โดยทำการรวม cell ของเหตุจูงใจในการเลือกซื้อสำเร็จรูป : บุคคลที่ใกล้ชิด , ยี่ห้อ, การโฆษณา และ ส่วนลดราคา รวมเป็นเหตุจูงใจอื่น ๆ สำหรับทุกตารางการวิเคราะห์ผล เพราะโดยส่วนใหญ่แล้ว cell ของเหตุจูงใจทั้งสิ้นมีค่าความถี่คาดหวังน้อยกว่า 5 ซึ่งเมื่อทำการรวม cell แล้ว ตารางวิเคราะห์ผลส่วนใหญ่มี cell ที่มีค่าความถี่คาดหวังน้อยกว่า 5 มีอยู่น้อยกว่า 20 เปอร์เซ็นต์ของจำนวน cell ทั้งหมด

และอีกปัญหาหนึ่งที่พบในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ในครั้งแรกผู้วิจัยจะสร้าง frame ทางด้านรายได้แต่ไม่สามารถจะสร้าง frame ที่กำหนดไว้ได้ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบข้อมูลทางด้านรายได้ของกลุ่มประชากรทั้งหมดได้ จึงทำให้ไม่สามารถสร้าง frame ที่กำหนดได้ และเมื่อได้ทำการเก็บข้อมูลแล้ว ปัญหาที่พบ คือ ค่าความถี่คาดหวังของบางช่วงรายได้มีค่าน้อยกว่า 5 เป็นจำนวนมาก จึงมีผลต่อการวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยจึงใคร่ขอเสนอแนะว่า ถ้ามีเวลาพอควรจะทำการศึกษาวิจัยของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แล้วทำการแบ่ง frame ทางด้านรายได้ เพื่อที่จะได้ไม่เกิดปัญหาเช่นนี้อีก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 1ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตาม คณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ					รวม
	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	เทคโนโลยีการเกษตร	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
คุณภาพ	21 (31.7)	72 (69.2)	16 (25.4)	40 (28.7)	48 (42.0)	197
รูปแบบ	64 (53.2)	107 (116.3)	56 (42.7)	38 (48.2)	66 (70.6)	331
ราคา	11 (11.9)	27 (26.0)	9 (9.6)	9 (10.8)	18 (15.8)	74
อื่น ๆ	11 (10.3)	28 (22.5)	5 (8.3)	10 (9.3)	10 (13.6)	64
รวม	107	234	86	97	142	666

H_0 : นักศึกษาในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาในแต่ละคณะมีอย่างน้อย 2 คณะที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 จำนวน = 26.48465 > χ^2 ตาราง = 21.026

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 12

P-value = 0.00916

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาในแต่ละคณะมีอย่างน้อย 2 คณะที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : คณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : คณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า คณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหารระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.11513

สรุปผล คณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 11.51 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 1ก จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ										รวม
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร		
	จำนวน		จำนวน		จำนวน		จำนวน		จำนวน		
การโฆษณา	0	(0.5)	1	(1.1)	0	(0.4)	0	(0.4)	2	(0.6)	3
บุคคลที่ใกล้ชิด	3	(1.8)	6	(3.9)	1	(1.4)	0	(1.6)	1	(2.3)	11
ซีดี	7	(5.3)	14	(11.6)	1	(4.3)	6	(4.8)	5	(7.0)	33
ส่วนลดราคา	1	(2.7)	7	(6.0)	3	(2.2)	4	(2.5)	2	(3.6)	17
รวม	11		28		5		10		10		64

ภาคผนวก 2ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาชายที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ					รวม
	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	เทคโนโลยีการเกษตร	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
คุณภาพ	15 (18.7)	58 (62.5)	10 (18.4)	32 (25.1)	28 (18.4)	143
รูปแบบ	29 (23.8)	79 (79.5)	34 (23.4)	25 (31.9)	15 (23.4)	182
ราคา	6 (5.1)	16 (17.0)	5 (5.0)	7 (6.8)	5 (5.0)	39
อื่น ๆ	3 (5.4)	24 (17.9)	3 (5.3)	7 (7.2)	4 (5.3)	41
รวม	53	177	52	71	52	405

H_0 : นักศึกษาชายในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายในแต่ละคณะมีอย่างน้อย 2 คณะที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 จำนวน = 26.91925 > χ^2 ตาราง = 21.026

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 12

P-value = 0.00794

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายในแต่ละคณะมีอย่างน้อย 2 คณะที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหารระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.14885

สรุปผล นักศึกษาชายของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 14.88 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง



ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาชายที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 2ก จำแนกตาม
คณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ										รวม
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร		
	จำนวน		จำนวน		จำนวน		จำนวน		จำนวน		
การโฆษณา	0	(0.3)	1	(0.9)	0	(0.3)	0	(0.4)	1	(0.3)	2
บุคคลที่ใกล้ชิด	1	(1.0)	6	(3.5)	1	(1.0)	0	(1.4)	0	(1.0)	8
ยี่ห้อ	2	(2.7)	11	(9.2)	1	(2.7)	4	(3.7)	3	(2.7)	21
ส่วนลดราคา	0	(1.3)	6	(4.4)	1	(1.3)	3	(1.8)	0	(1.3)	10
รวม	3		24		3		7		4		41

ภาคผนวก 3ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาหญิงที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ					รวม
	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	เทคโนโลยีการเกษตร	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
คุณภาพ	6 (11.2)	14 (11.8)	6 (7.0)	8 (5.4)	20 (18.6)	54
รูปแบบ	35 (30.8)	28 (32.5)	22 (19.4)	13 (14.8)	51 (51.4)	149
ราคา	5 (7.2)	11 (7.6)	4 (4.6)	2 (3.5)	13 (12.1)	35
อื่น ๆ	8 (4.8)	4 (5.0)	2 (3.0)	3 (2.3)	6 (7.9)	23
รวม	54	57	34	26	90	261

H_0 : นักศึกษาหญิงในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาหญิงในแต่ละคณะมีอย่างน้อย 2 คณะที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 12.49281 < χ^2 ตาราง = 21.026

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 12

P-value = 0.40696

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาหญิงในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาหญิงของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาหญิงของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาหญิงของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาหญิงที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 3ก จำแนกตามคณะ

คณะ	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	เทคโนโลยีการเกษตร	รวม
เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	0 (0.2)	0 (0.2)	0 (0.1)	0 (0.1)	1 (0.3)	1
บุคคลที่ใกล้ชิด	2 (0.6)	0 (0.7)	0 (0.4)	0 (0.3)	1 (1.0)	3
ยี่ห้อ	5 (2.5)	3 (2.6)	0 (1.6)	2 (1.2)	2 (4.1)	12
ส่วนลดราคา	1 (1.4)	1 (1.5)	2 (0.9)	1 (0.7)	2 (2.4)	7
รวม	8	4	2	3	6	23

ภาคผนวก 4ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตาม

คณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ					รวม
	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	เทคโนโลยีการเกษตร	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
คุณภาพ	9 (10.5)	18 (19.3)	2 (7.5)	16 (8.2)	15 (14.4)	60
รูปแบบ	16 (14.0)	25 (25.8)	17 (10.1)	4 (10.9)	18 (19.2)	80
ราคา	3 (4.2)	8 (7.7)	2 (3.0)	3 (3.3)	8 (5.8)	24
อื่น ๆ	4 (3.3)	8 (6.1)	2 (2.4)	2 (2.6)	3 (4.6)	19
รวม	32	59	23	25	44	183

H_0 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทในแต่ละคณะมีอย่างน้อย 2 คณะที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 24.43926 > χ^2 ตาราง = 21.026

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 12

P-value = 0.01772 นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทในแต่ละคณะมีอย่างน้อย 2 คณะที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหารระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

$$\text{Cramer's } V = 0.21099$$

สรุปผล นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 21.10 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง



ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของ ตารางภาคผนวกที่ 4ก จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อสำเร็จรูป	คณะ										รวม
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร		
	จำนวน		จำนวน		จำนวน		จำนวน		จำนวน		
การโฆษณา	0	(0.3)	1	(0.6)	0	(0.3)	0	(0.3)	1	(0.5)	2
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	(0.5)	2	(1.0)	1	(0.4)	0	(0.4)	0	(0.7)	3
ยี่ห้อ	4	(1.4)	3	(2.5)	0	(1.0)	1	(1.1)	0	(1.9)	8
ส่วนลดราคา	0	(1.0)	2	(1.9)	1	(0.8)	1	(0.8)	2	(1.4)	6
รวม	4		8		2		2		3		19

ภาคผนวก 5ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป
จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	คณะ					รวม
	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	เทคโนโลยีการเกษตร	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
คุณภาพ	6 (12.2)	32 (29.6)	6 (9.9)	13 (9.7)	22 (17.7)	79
รูปแบบ	28 (23.2)	53 (56.5)	22 (19.0)	15 (18.5)	33 (33.8)	151
ราคา	6 (4.9)	11 (12.0)	5 (4.0)	4 (3.9)	6 (7.2)	32
อื่น ๆ	4 (3.7)	11 (9.0)	3 (3.0)	3 (2.9)	3 (5.4)	24
รวม	44	107	36	35	64	286

H_0 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท ในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท ในแต่ละคณะมีอย่างน้อย 2 คณะที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 11.9842 < χ^2 ตาราง = 21.026

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 12

P-value = 0.47051 นั่นคือ ขอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท ในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆ ของตารางภาคผนวกที่ 5ก จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	คณะ										รวม
	วิทยาศาสตร์		วิศวกรรมศาสตร์		สถาปัตยกรรมศาสตร์		ครุศาสตร์อุตสาหกรรม		เทคโนโลยีการเกษตร		
	จำนวน	(ค่าคาดหวัง)	จำนวน	(ค่าคาดหวัง)	จำนวน	(ค่าคาดหวัง)	จำนวน	(ค่าคาดหวัง)	จำนวน	(ค่าคาดหวัง)	
การโฆษณา	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0
บุคคลที่ใกล้ชิด	2	(0.8)	2	(1.9)	0	(0.6)	0	(0.6)	1	(1.1)	5
ซีดี	1	(2.2)	7	(5.2)	1	(1.8)	3	(1.7)	2	(3.1)	14
ส่วนลดราคา	1	(0.8)	2	(1.9)	2	(0.6)	0	(0.6)	0	(1.1)	5
รวม	4		11		3		3		3		24

ภาคผนวก 6ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตาม

คณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	คณะ					รวม
	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	เทคโนโลยีการเกษตร	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
คุณภาพ	6 (9.1)	22 (20.0)	8 (7.9)	11 (10.9)	11 (10.0)	58
รูปแบบ	20 (15.7)	29 (34.5)	18 (13.7)	19 (18.8)	15 (17.3)	100
ราคา	2 (2.8)	8 (6.2)	2 (2.5)	2 (3.4)	4 (3.1)	18
อื่น ๆ	3 (3.3)	9 (7.2)	0 (2.9)	5 (3.9)	4 (3.6)	21
รวม	31	68	27	37	34	197

H_0 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท ในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท ในแต่ละคณะมีอย่างน้อย 2 คณะที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 9.81245 < χ^2 ตาราง = 21.026

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 12

P-value = 0.63241 นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท ในแต่ละคณะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาทของทุกคณะกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของ ตารางภาคผนวกที่ 6 จำแนกตามคณะ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	คณะ					รวม
	วิทยาศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	สถาปัตยกรรมศาสตร์	ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	เทคโนโลยีการเกษตร	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
การโฆษณา	0 (0.2)	0 (0.4)	0 (0.1)	0 (0.2)	1 (0.2)	1
บุคคลที่ใกล้ชิด	1 (0.5)	2 (1.1)	0 (0.4)	0 (0.6)	0 (0.5)	3
ยี่ห้อ	2 (1.7)	4 (3.9)	0 (1.5)	2 (2.1)	3 (1.9)	11
ส่วนลดราคา	2 (0.9)	3 (2.1)	0 (0.8)	3 (1.1)	0 (1.0)	6
รวม	5	9	0	5	4	21

ภาคผนวก 7ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	143 (19.8)	54 (77.2)	197
รูปแบบ	182 (201.3)	149 (129.7)	331
ราคา	39 (45.0)	35 (29.0)	74
อื่น ๆ	41 (38.9)	23 (23.0)	64
รวม	405	261	666

H_0 : นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 18.50692 > χ^2 ตาราง = 7.815

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 3

P-value = 0.00035

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหาระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.16670

สรุปผล นักศึกษาชายและหญิงกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

16.67 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 7ก จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	2 (1.8)	1 (1.2)	3
บุคคลที่ใกล้ชิด	8 (6.7)	3 (4.3)	11
ยี่ห้อ	21 (20.1)	12 (12.9)	33
ส่วนลดราคา	10 (10.3)	7 (6.7)	17
รวม	41	23	64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 8ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจ
ต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำนวนเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	15 (10.4)	6 (10.6)	21
รูปแบบ	29 (31.7)	35 (32.3)	64
ราคา	6 (5.4)	5 (5.)	11
อื่น ๆ	3 (5.4)	8 (5.6)	11
รวม	53	54	107

H_0 : นักศึกษาชายคณะวิทยาศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะวิทยาศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายคณะวิทยาศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะวิทยาศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 ค่าคำนวณ = 6.77453 < χ^2 ตาราง = 7.815

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 3

P-value = 0.07944

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายคณะวิทยาศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะวิทยาศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงคณะวิทยาศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงคณะวิทยาศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงคณะวิทยาศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 8ก จำแนกเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	0 (0.0)	0 (0.0)	0
บุคคลที่ใกล้ชิด	1 (1.5)	2 (1.5)	3
ยี่ห้อ	2 (3.5)	5 (3.5)	7
ส่วนลดราคา	0 (0.5)	1 (0.5)	1
รวม	3	8	11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 9ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเหตุ
 ใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตาม เพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	58 (54.5)	14 (17.5)	72
รูปแบบ	79 (80.9)	28 (26.1)	107
ราคา	16 (20.4)	11 (6.6)	27
อื่น ๆ	24 (21.2)	4 (6.8)	28
รวม	177	57	234

H_0 : นักศึกษาชายคณะวิศวกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะวิศวกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายคณะวิศวกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะวิศวกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 ค่าคำนวณ = 6.41618 < χ^2 ตาราง = 7.815

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 3

P-value = 0.09303

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายคณะวิศวกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะวิศวกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงคณะวิศวกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงคณะวิศวกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงคณะวิศวกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 9ก จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	
การโฆษณา	1 (0.8)	0 (0.2)	1
บุคคลที่ใกล้ชิด	6 (4.5)	0 (1.5)	6
ยี่ห้อ	11 (10.6)	3 (3.4)	14
ส่วนลดราคา	6 (5.3)	1 (1.7)	7
รวม	24	4	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 10ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มี
 เหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	10 (9.7)	6 (6.3)	16
รูปแบบ	34 (33.9)	22 (22.1)	56
ราคา	5 (5.4)	4 (3.6)	9
อื่น ๆ	3 (3.0)	2 (2.0)	5
รวม	52	34	86

H_0 : นักศึกษาชายคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 0.11942 < χ^2 ตาราง = 7.815

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 3

P-value = 0.98941

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และนักศึกษาหญิงคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 10ก จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	0 (0.0)	0 (0.0)	0
บุคคลที่ใกล้ชิด	1 (0.6)	0 (0.4)	1
ยี่ห้อ	1 (0.6)	0 (0.4)	1
ส่วนลดราคา	1 (1.8)	2 (1.2)	3
รวม	3	2	5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 11ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มี
 เหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	32 (29.3)	8 (10.7)	40
รูปแบบ	25 (27.8)	13 (10.2)	38
ราคา	7 (6.6)	2 (2.4)	9
อื่น ๆ	7 (7.3)	3 (2.7)	10
รวม	71	26	97

H_0 : นักศึกษาชายคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและนักศึกษานหญิงคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมี
 เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและนักศึกษานหญิงคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีเหตุ
 จูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 2.15470 < χ^2 ตาราง = 7.815

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 3

P-value = 0.54093

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและนักศึกษานหญิงคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมี
 เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 11ก จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	
การโฆษณา	0 (0.0)	0 (0.0)	0
บุคคลที่ใกล้ชิด	0 (0.0)	0 (0.0)	0
ยี่ห้อ	4 (4.4)	2 (1.6)	6
ส่วนลดราคา	3 (2.9)	1 (1.1)	4
รวม	7	3	10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 12ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มี
 เหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	28 (17.6)	20 (30.4)	48
รูปแบบ	15 (24.2)	51 (41.8)	66
ราคา	5 (6.6)	13 (11.4)	18
อื่น ๆ	4 (3.7)	6 (6.3)	10
รวม	52	90	142

H_0 : นักศึกษาชายคณะเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษาหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายคณะเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษาหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 15.87998 > χ^2 ตาราง = 7.815

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 3

P-value = 0.00120

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายคณะเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษาหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหารระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.33456

สรุปผล นักศึกษาชายและหญิงคณะเทคโนโลยีการเกษตรกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 33.47 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 12ก จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	1 (0.7)	1 (1.3)	2
บุคคลที่ใกล้ชิด	0 (0.4)	1 (0.6)	1
ยี่ห้อ	3 (1.8)	2 (3.2)	5
ส่วนลดราคา	0 (0.7)	2 (1.3)	2
รวม	4	6	10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 13ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	15 (35.1)	21 (24.9)	60
รูปแบบ	29 (46.8)	37 (33.2)	80
ราคา	6 (14.0)	10 (10.0)	24
อื่น ๆ	3 (11.1)	8 (7.9)	19
รวม	53	76	183

H_0 : นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 1.79036 < χ^2 ตาราง = 7.815

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 3

P-value = 0.61703

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทและนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 3000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 3000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 13ก จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	2 (1.2)	0 (0.8)	2
บุคคลที่ใกล้ชิด	3 (1.8)	0 (1.2)	3
ยี่ห้อ	4 (4.7)	4 (3.3)	8
ส่วนลดราคา	2 (3.5)	4 (2.5)	6
รวม	11	8	19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 14ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	59 (47.8)	20 (31.2)	79
รูปแบบ	83 (91.3)	68 (59.7)	151
ราคา	15 (19.4)	17 (12.6)	32
อื่น ๆ	16 (14.5)	8 (9.5)	24
รวม	173	113	286

H_0 : นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 11.45149 > χ^2 ตาราง = 7.815

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 3

P-value = 0.00952

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหาระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.20010

สรุปผล นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 20.01 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 3001 - 4000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 14ก จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	0 (0.0)	0 (0.0)	0
บุคคลที่ใกล้ชิด	3 (3.0)	2 (2.0)	5
ยี่ห้อ	11 (8.5)	3 (5.5)	14
ส่วนลดราคา	2 (3.0)	3 (2.0)	5
รวม	16	8	24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 15ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้อันต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	45 (36.8)	13 (21.2)	58
รูปแบบ	56 (63.5)	44 (36.5)	100
ราคา	10 (11.4)	8 (6.6)	18
อื่น ๆ	14 (13.3)	7 (7.7)	21
รวม	125	72	197

H_0 : นักศึกษาชายที่มีรายได้อันต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อันต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายที่มีรายได้อันต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อันต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 7.96861 > χ^2 ตาราง = 7.815

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 3

P-value = 0.04666

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายที่มีรายได้อันต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท และนักศึกษาหญิงที่มีรายได้อันต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาทกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหารระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.20112

สรุปผล นักศึกษาชายและหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 4000 บาท กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 20.11 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 4000 บาท มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 15ก จำแนกตามเพศ

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	0 (0.6)	1 (0.4)	1
บุคคลที่ใกล้ชิด	2 (1.9)	1 (1.1)	3
ยี่ห้อ	6 (7.0)	5 (4.0)	11
ส่วนลดราคา	6 (3.8)	0 (2.2)	6
รวม	14	7	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 16ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อ
เสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	60 (54.1)	79 (84.6)	58 (58.3)	197
รูปแบบ	80 (91.0)	151 (142.1)	100 (97.9)	331
ราคา	24 (20.3)	32 (31.8)	18 (21.9)	74
อื่น ๆ	19 (17.6)	24 (27.5)	21 (18.9)	64
รวม	183	286	197	666

H_0 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป
แตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 5.05840 < χ^2 ตาราง = 12.592

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 6

P-value = 0.34871

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษา กับ เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษา กับ เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป มีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษา กับ เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 16ก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	2 (0.8)	0 (1.3)	1 (0.9)	3
บุคคลที่ใกล้ชิด	3 (3.0)	5 (4.7)	3 (3.3)	11
ยี่ห้อ	8 (9.1)	14 (14.2)	11 (9.8)	33
ส่วนลดราคา	6 (4.7)	5 (7.3)	6 (5.0)	17
รวม	19	24	21	64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 17ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจ
ต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปจำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	9 (6.3)	6 (8.6)	6 (6.1)	21
รูปแบบ	16 (19.1)	28 (26.3)	20 (18.5)	64
ราคา	3 (3.3)	6 (4.5)	2 (3.2)	11
อื่น ๆ	4 (3.3)	4 (4.5)	3 (3.2)	11
รวม	32	44	31	107

H_0 : นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีเหตุจูงใจในการ
ซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 จำนวน = 3.89362 < χ^2 ตาราง = 12.592

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 6

P-value = 0.69107

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป
ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 17ก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000		
	จำนวน		จำนวน		จำนวน		จำนวน
การโฆษณา	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	(0.9)	2	(1.2)	1	(0.9)	3
ยี่ห้อ	4	(2.1)	1	(2.9)	2	(2.0)	7
ส่วนลดราคา	0	(0.3)	1	(0.4)	0	(0.3)	1
รวม	4		4		3		11

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 18ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเหตุ
 ใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	18 (18.2)	32 (32.9)	22 (20.9)	72
รูปแบบ	25 (27.0)	53 (48.9)	29 (31.3)	107
ราคา	8 (6.8)	11 (12.3)	8 (7.8)	27
อื่น ๆ	8 (7.1)	11 (12.8)	9 (8.1)	28
รวม	59	107	68	234

H_0 : นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อ
 สำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีเหตุจูงใจ
 ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 ค่าทวน = 1.53338 < χ^2 ตาราง = 12.592

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 6

P-value = 0.95725

นั่นคือ ขอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อ
 สำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 18ก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000		
	จำนวน		จำนวน		จำนวน		
การโฆษณา	1	(0.2)	0	(0.5)	0	(0.3)	1
บุคคลที่ใกล้ชิด	2	(1.5)	2	(2.7)	2	(1.8)	6
ยี่ห้อ	3	(3.5)	7	(6.4)	4	(4.1)	14
ส่วนลดราคา	2	(1.7)	2	(3.2)	3	(2.1)	7
รวม	8		11		9		28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 19ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มี
 เหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	2 (4.3)	6 (6.7)	8 (5.0)	16
รูปแบบ	17 (15.0)	22 (23.4)	17 (17.6)	56
ราคา	2 (2.4)	5 (3.8)	2 (2.8)	9
อื่น ๆ	2 (1.3)	3 (2.1)	0 (1.6)	5
รวม	23	36	27	86

H_0 : นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 6.43634 < χ^2 ตาราง = 12.592

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 6

P-value = 0.37612

นั่นคือ ขอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์กับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 19ก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
การโฆษณา	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0
บุคคลที่ใกล้ชิด	1 (0.3)	0 (0.4)	0 (0.3)	1
ยี่ห้อ	0 (0.3)	1 (0.4)	0 (0.3)	1
ส่วนลดราคา	1 (0.8)	2 (1.3)	0 (0.9)	3
รวม	2	3	0	5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 20ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	16 (10.3)	13 (14.4)	11 (15.3)	40
รูปแบบ	4 (9.8)	15 (13.7)	19 (14.5)	38
ราคา	3 (2.3)	4 (3.2)	2 (3.4)	9
อื่น ๆ	2 (2.6)	3 (3.6)	5 (3.8)	10
รวม	25	35	37	97

H_0 : นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 10.99304 < χ^2 ตาราง = 12.592

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 6

P-value = 0.08859 นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป
ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมี
ความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้
จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่มีเหตุจูงใจ
ต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 20ก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน
(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)						รวม
	น้อยกว่า 3000		3001 - 4000		มากกว่า 4000		
	จำนวน		จำนวน		จำนวน		จำนวน
การโฆษณา	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0
บุคคลที่ใกล้ชิด	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0
ยี่ห้อ	1	(1.5)	3	(2.2)	2	(2.3)	6
ส่วนลดราคา	1	(1.0)	0	(1.4)	3	(1.5)	4
รวม	2		3		5		10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 21ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มี
 เหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	15 (14.9)	22 (21.6)	11 (11.5)	48
รูปแบบ	18 (20.5)	33 (29.7)	15 (15.8)	66
ราคา	8 (5.6)	6 (8.1)	4 (4.3)	18
อื่น ๆ	3 (3.1)	3 (4.5)	4 (2.4)	10
รวม	44	64	34	142

H_0 : นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 3.92718 < χ^2 ตาราง = 12.592

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 6

P-value = 0.68653

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีการเกษตรที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 21ก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน (บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
การโฆษณา	1 (0.6)	0 (0.9)	1 (0.5)	2
บุคคลที่ใกล้ชิด	0 (0.3)	1 (0.5)	0 (0.2)	1
ยี่ห้อ	0 (1.5)	2 (2.3)	3 (1.2)	5
ส่วนลดราคา	2 (0.6)	0 (0.9)	0 (0.5)	2
รวม	3	3	3	10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 22ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาชาย ที่มีเหตุจูงใจต่างๆ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	39 (37.8)	59 (61.1)	45 (44.1)	143
รูปแบบ	43 (48.1)	83 (77.7)	56 (56.2)	182
ราคา	14 (10.3)	15 (16.7)	10 (12.0)	39
อื่น ๆ	11 (10.8)	16 (17.5)	14 (12.7)	41
รวม	107	173	125	405

H_0 : นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 3.03706 < χ^2 ตาราง = 12.592

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 6

P-value = 0.17208 นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาชายกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาชายกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาชายกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาชายที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 22ก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
การโฆษณา	2 (0.5)	0 (0.9)	0 (0.6)	2
บุคคลที่ใกล้ชิด	3 (2.1)	3 (3.4)	2 (2.5)	8
ยี่ห้อ	4 (5.5)	11 (9.0)	6 (6.5)	21
ส่วนลดราคา	2 (2.6)	2 (4.3)	6 (3.1)	10
รวม	11	16	14	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 23ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาหญิงที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
คุณภาพ	21 (15.7)	20 (23.4)	13 (14.9)	54
รูปแบบ	37 (43.4)	68 (64.5)	44 (41.1)	149
ราคา	10 (10.2)	17 (15.2)	8 (9.7)	35
อื่น ๆ	8 (6.7)	8 (10.0)	7 (6.3)	23
รวม	76	113	72	261

H_0 : นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 4.97971 < χ^2 ตาราง = 12.592

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 6

P-value = 0.67297

นั่นคือ ยอมรับ H_0

สรุปผล นักศึกษาหญิงที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาหญิงกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาหญิงกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษาหญิงกับเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาหญิงที่มีเหตุจูงใจต่างๆในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปในส่วนอื่นๆของตารางภาคผนวกที่ 23ก จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

เหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	
การโฆษณา	0 (0.3)	0 (0.4)	1 (0.3)	1
บุคคลที่ใกล้ชิด	0 (0.9)	2 (1.3)	1 (0.8)	3
ยี่ห้อ	4 (3.5)	3 (5.2)	5 (3.3)	12
ส่วนลดราคา	4 (2.0)	3 (3.0)	0 (1.9)	7
รวม	8	8	7	23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 24ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปต่าง ๆ กัน จำแนกตามเพศ

ความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
4-6 เดือน/ครั้ง	112 (95.5)	45 (61.5)	157
2-3 เดือน/ครั้ง	130(136.12)	94 (87.8)	224
1 เดือน/ครั้ง	94 (102.8)	75 (66.2)	169
2-3 ครั้ง/เดือน	38 (43.8)	34 (28.2)	72
มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน	31 (26.8)	13 (17.2)	44
รวม	405	261	666

H_0 : นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 13.60072 > χ^2 ตาราง = 9.488

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 4

P-value = 0.00868

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงกับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงกับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงกับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหารระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.14290

สรุปผล นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงกับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 14.29 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 25ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปต่าง ๆ กันจำแนกตามตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

ความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
4-6 เดือน/ครั้ง	60 (43.1)	6 (67.4)	31 (46.4)	157
2-3 เดือน/ครั้ง	60 (61.5)	113 (96.2)	51 (66.3)	224
1 เดือน/ครั้ง	34 (46.4)	65 (72.6)	70 (50.0)	169
2-3 ครั้ง/เดือน	10 (19.8)	32 (30.9)	30 (21.3)	72
มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน	19 (12.1)	10 (18.9)	15 (13.0)	44
รวม	183	286	197	666

H_0 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 47.24554 > χ^2 ตาราง = 15.507

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 8

P-value = 0.00000

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษากับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษากับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษากับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหารระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.18833

สรุปผล นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน 18.83 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 26ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับ
ราคาต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

ราคาเสื้อสำเร็จรูป	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ต่ำกว่า 200 บาท	114 (110.1)	67 (70.9)	181
201 - 400 บาท	163 (181.2)	135 (116.8)	298
401 - 600 บาท	69 (68.1)	43 (43.9)	112
601 - 800 บาท	36 (28.6)	11 (18.4)	47
มากกว่า 800 บาท	23 (17.0)	5 (11.0)	28
รวม	405	261	666

H_0 : นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่าง ๆ แตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 15.32144 > χ^2 ตาราง = 9.488

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 4

P-value = 0.00272

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่าง ๆ แตกต่างกันอย่าง
มีนัยสำคัญ

H_0 : นักศึกษาชายและหญิงกับราคาของเสื้อสำเร็จรูปไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : นักศึกษาชายและหญิงกับราคาของเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า นักศึกษาชายและหญิงกับราคาของเสื้อสำเร็จรูปมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหารระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.15167

สรุปผล นักศึกษาชายและนักศึกษาหญิงกับการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน 15.17 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก 27ก ตารางแสดงจำนวนและ(ค่าคาดหวัง)ของนักศึกษาในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับ
ราคาต่าง ๆ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน(บาท)

ราคาเสื้อสำเร็จรูป	รายได้ต่อเดือน (บาท)			รวม
	น้อยกว่า 3000	3001 - 4000	มากกว่า 4000	
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
ต่ำกว่า 200 บาท	83 (49.7)	76 (77.7)	22 (53.5)	181
201 - 400 บาท	71 (81.9)	137 (128.0)	90 (88.1)	298
401 - 600 บาท	17 (30.8)	49 (48.1)	46 (33.1)	112
601 - 800 บาท	7 (12.9)	16 (20.2)	24 (13.9)	47
มากกว่า 800 บาท	5 (7.7)	8 (12.0)	15 (8.3)	28
รวม	183	286	197	666

H_0 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่างๆไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่างๆแตกต่างกัน

χ^2 คำนวณ = 72.82181 > χ^2 ตาราง = 15.507

ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 , degree of freedom = 8

P-value = 0.00000

นั่นคือ ปฏิเสธ H_0

สรุปผล นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีอย่างน้อย 1 คู่ ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่างๆแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง

H_0 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษา กับราคาของเสื้อสำเร็จรูป ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนของนักศึกษา กับราคาของเสื้อสำเร็จรูป มีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบไคสแควร์ด้วยการทดสอบความเป็นอิสระ จะได้ค่า χ^2 เท่ากับค่า χ^2 ที่ได้จากการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ นั่นคือ สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนของนักศึกษา กับราคาของเสื้อสำเร็จรูป มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นจึงทำการหาระดับความสัมพันธ์ ด้วยวิธี Cramer's V ได้ดังนี้

Cramer's V = 0.23382

สรุปผล นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันกับการซื้อเสื้อสำเร็จรูปที่ระดับราคาต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน 23.38 เปอร์เซ็นต์ หรือ มีความสัมพันธ์กันบ้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คู่มือการลงรหัส

**แบบสอบถามเหตุจูงใจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อสำเร็จรูป
ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง**

คอลัมภ์	จาก (ชื่อ/หน้า)	รายละเอียด	ค่าของตัวแปร	ตัวแปร
1-3		หมายเลขชุดแบบสอบถาม		NUMBER
4	1/1	เพศ		SEX
		-ชาย	1	
		-หญิง	2	
5	2/1	คณะ		FACULTY
		-วิทยาศาสตร์	1	
		-วิศวกรรมศาสตร์	2	
		-สถาปัตยกรรมศาสตร์	3	
		-ครุศาสตร์อุตสาหกรรม	4	
		-เทคโนโลยีการเกษตร	5	
6	3/1	ชั้นปีที่ศึกษา		YEAR
		1	1	
		2	2	
		3	3	
		4	4	
7	4/1	ที่พักอาศัยปัจจุบัน (โดยส่วนมาก)		HOME
		-บ้านญาติ	1	
		-บ้านตนเอง	2	
		-หอพัก	3	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมน์	จาก (ชื่อ/หน้า)	รายละเอียด	ค่าของตัวแปร	ตัวแปร
8	5/1	อาชีพของบิดา -รับราชการ -รัฐวิสาหกิจ -เอกชน -ธุรกิจส่วนตัว -เกษตรกร -ข้าราชการบำนาญ -รับจ้างทั่วไป -อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1 2 3 4 5 6 7 8	JOB_FA
9	6/1	รายได้ทั้งหมดของบิดา (บาทเดือน) -ต่ำกว่า 10,000 -10,001-30,000 -30,001-50,000 -50,001-70,000 -70,001-100,000 -มากกว่า100,000ขึ้นไป	1 2 3 4 5 6	MONEY_FA
10	7/2	อาชีพมารดา -รับราชการ -รัฐวิสาหกิจ -เอกชน -ธุรกิจส่วนตัว -เกษตรกร -ข้าราชการบำนาญ -รับจ้างทั่วไป -แม่บ้าน -อื่นๆ(โปรดระบุ)	1 2 3 4 5 6 7 8 9	JOB_MA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมน์	จาก (ชื่อ/หน้า)	รายละเอียด	ค่าของตัวแปร	ตัวแปร
11	8/2	รายได้ทั้งหมดของ- มารดา(บาท/เดือน) -ต่ำกว่า 10,000 -10,001-30,000 -30,001-50,000 -50,001-70,000 -70,001-100,000 -มากกว่า100,000	1 2 3 4 5 6	MONEY_MA
12	9/2	รายได้ของท่านที่ได้รับ ทั้งหมด(หักค่าที่พักแล้ว บาท/เดือน) -น้อยกว่า 3,000 -3,001- 4,000 -4,001- 5,000 -มากกว่า 5,000	1 2 3 4	MONET_SE L
13	10/2	รายได้ส่วนใหญ่ที่ท่าน ได้รับ รับมาจากใคร - พ่อ(ข้ามไปทำข้อ12) - แม่(ข้ามไปทำข้อ12) - พ่อและแม่ (ข้ามไป ทำข้อ12) - อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1 2 3 4	MONEY_FR
14	11/2	รายได้ของผู้ปกครอง (บาท/เดือน) -ต่ำกว่า 10,000 -10,001-30,000 -30,001-50,000 -50,001-70,000	1 2 3 4	MONEY_PA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมภ์	จาก (ข้อ/หน้า)	รายละเอียด	ค่าของตัวแปร	ตัวแปร	
15	12/3	-70,001-100,000	5	FRE_BUY	
		-มากกว่า 100,000	6		
16	13/3	ความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป			
		- 4-6 เดือน/ครั้ง	1		
		- 2-3 เดือน/ครั้ง	2		
		- 1 เดือน/ครั้ง	3		
		- 2-3 ครั้ง/เดือน	4		
		- มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน	5		
17	13	โอกาสในการเลือกซื้อเสื้อสำเร็จรูป			CHAN_BUY
		-เกิดความพึงพอใจ	1		
		-ได้รับเงินพิเศษ	2		
		-เสื้อที่มีอยู่เก่าแล้ว	3		
		-โอกาสพิเศษ	4		
		-เสื้อออกรุ่นใหม่	5		
เหตุจูงใจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อสำเร็จรูป		DECISSION			
- คุณภาพ	1				
- การโฆษณา	2				
- รูปแบบ	3				
- บุคคลที่ใกล้ชิด	4				
- ราคา	5				
- ยี่ห้อ	6				
- ส่วนลดราคา	7				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมน์	จาก (ข้อ/หน้า)	รายละเอียด	ค่าของตัวแปร	ตัวแปร
18	15/3	โดยปกติท่านซื้อเสื้อสำเร็จรูปราคาตัวละประมาณ - ต่ำกว่า 200 บาท - 201-400 บาท - 401-600 บาท - 601-800 บาท - มากกว่า 800 บาท	1 2 3 4 5	PRICE
19	16/3	ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อสำเร็จรูป - ตัวเอง - พี่น้อง ญาติ ๆ - เพื่อน - อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1 2 3 4	PERS_EFF
20	17/4	ท่านได้รับอิทธิพลในการซื้อเสื้อสำเร็จรูปจากสื่อโฆษณา ทางด้านใดมากที่สุด - โทรทัศน์ - วิทยู - นิตยสาร - หนังสือพิมพ์ - ใบปลิว - อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1 2 3 4 5 6	ADVER_EFF

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอลัมน์	จาก (ชื่อ/หน้า)	รายละเอียด	ค่าของตัวแปร	ตัวแปร
21	18/4	ท่านนิยมใส่เสื้อสำเร็จ รูปประเภทใดมากที่สุด - เสื้อยืด - เสื้อยืดมีปก - เสื้อเชิ้ตแขนสั้น - เสื้อเชิ้ตแขนยาว - อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1 2 3 4 5	KIND WEAR
22	20/4	รูปแบบเสื้อที่ท่านนิยม เป็นแบบใด - เรียบง่าย - แพลกไม่ซ้ำใคร - ทันสมัย - หรุษรา - เซ็กส์ซี่ - ไม่มีรูปแบบ - อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1 2 3 4 5 6 7	STY_WEAR
23	21/4	โทนสีเสื้อสำเร็จรูปที่ ท่านนิยม คือ - สีอ่อน - สีเข้ม - สีสดใส - ไม่สนใจสีส้น - อื่น ๆ (โปรดระบุ)	1 2 3 4 5	COL_WEAR

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม
การศึกษาเหตุจูงใจในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป
ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาปัญหาพิเศษหลักสูตรปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต
 ภาควิชา สถิติประยุกต์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะผู้วิจัยจึงใคร่
 ขอความกรุณาจากท่าน ตอบแบบสอบถามนี้โดยครบถ้วน และขอได้โปรดตอบคำถามตามความคิด
 เห็นและความรู้สึกที่จริงของท่าน

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

น.ส. ปิยะฉัตร สวงนทร์พัย
 น.ส. พรพิมล แสงอังคนาวิน
 น.ส. อรนิศย์ พรรณาเลิศ
 นาย สมिति บุญสนอง

นักศึกษาสถิติประยุกต์ ชั้นปีที่ 4
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความตามความคิดเห็นของท่าน [] [] [] 1-3

1.เพศ [] 4

- ชาย หญิง

2.คณะ [] 5

- วิทยาศาสตร์
 วิศวกรรมศาสตร์
 สถาปัตยกรรมศาสตร์
 ครุศาสตร์อุตสาหกรรม
 เทคโนโลยีการเกษตร

3.ชั้นปีที่ _____ [] 6

4.ที่พักอาศัยปัจจุบัน (โดยส่วนมาก) [] 7

- บ้านญาติ บ้านตนเอง
 หอพัก

5.อาชีพของบิดา [] 8

- รับราชการ รัฐวิสาหกิจ
 เอกชน ธุรกิจส่วนตัว
 เกษตรกรรม ข้าราชการบำนาญ
 รับจ้างทั่วไป อื่นๆ(โปรดระบุ) _____

6.รายได้ทั้งหมดของบิดา (บาท/เดือน) [] 9

- ต่ำกว่า 10,000 50,001-70,000
 10,001-30,000 70,001-100,000
 30,001-50,000 มากกว่า 100,000 ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.อาชีพของมารดา

[] 10

- รับราชการ รัฐวิสาหกิจ
 เอกชน ธุรกิจส่วนตัว
 เกษตรกรรม ข้าราชการบำนาญ
 รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน
 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

8.รายได้ทั้งหมดของมารดา (บาท/เดือน)

[] 11

- ต่ำกว่า 10,000 50,001-70,000
 10,001-30,000 70,001-100,000
 30,001-50,000 มากกว่า 100,000 ขึ้นไป

9. รายได้ของท่านที่ได้รับทั้งหมด (หักค่าที่พักอาศัยแล้ว)

[] 12

- น้อยกว่า 3000 บาท/เดือน
 3001 - 4000 บาท/เดือน
 4001 - 5000 บาท/เดือน
 มากกว่า 5000 บาท/เดือน

10. รายได้ส่วนใหญ่ที่ท่านได้รับ รับมาจากใคร

[] 13

- พ่อ (ข้ามไปทำข้อ 12)
 แม่ (ข้ามไปทำข้อ 12)
 พ่อ และ แม่ (ข้ามไปทำข้อ 12)
 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

11. รายได้ของผู้ปกครอง (บาท/เดือน)

[] 14

- ต่ำกว่า 10,000 50,001-70,000
 10,001-30,000 70,001-100,000
 30,001-50,000 มากกว่า 100,000 ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. ความถี่ในการซื้อเสื้อสำเร็จรูป

[] 15

- 4-6 เดือน/ครั้ง
- 2-3 เดือน/ครั้ง
- 1 เดือน/ครั้ง
- 2-3 ครั้ง/เดือน
- มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน

13. โอกาสในการเลือกซื้อเสื้อสำเร็จรูป

[] 16

- เกิดความพึงพอใจในเสื้อตัวนั้น
- ได้รับเงินพิเศษ
- เสื้อที่มีอยู่เก่าแล้ว
- โอกาสพิเศษ
- เสื้อออกรุ่นใหม่

14. เหตุจูงใจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อสำเร็จรูปของท่าน

[] 17

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> คุณภาพ | <input type="checkbox"/> ราคา |
| <input type="checkbox"/> การโฆษณา | <input type="checkbox"/> ยี่ห้อ |
| <input type="checkbox"/> รูปแบบ | <input type="checkbox"/> ส่วนลดราคา |
| <input type="checkbox"/> บุคคลที่ใกล้ชิด | |

15. โดยปกติท่านซื้อเสื้อสำเร็จรูป ราคาตัวละประมาณ

[] 18

- ต่ำกว่า 200 บาท
- 201 - 400 บาท
- 401 - 600 บาท
- 601 - 800 บาท
- มากกว่า 800 บาท

21. โทนสีเสื้อสำเร็จรูปที่ท่านนิยม คือ

[] 23

- สีอ่อน สีเข้ม
 สีสดใส ไม่สนใจสีสัน
 อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ด.ร. กัลยา วานิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ. ภาควิชาสถิติ คณะ
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537.

ด.ร. ชัยสิทธิ์ เหลลิมมีประเสริฐ. สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537.

ทวีรัตน์ ศิวคุลย์. สถิติและความน่าจะเป็น. ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล , 2539.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. การสร้างแบบสอบถาม. เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวม
ข้อมูลสำหรับการวิจัย B&B Publishing กรุงเทพฯ , 2534.

ผ.ศ. อูมาพร จันทสร. เอกสารประกอบการเรียนวิชาสถิติไร้พารามิเตอร์. กรุงเทพฯ ภาควิชา
สถิติประยุกต์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ร.ศ. มนตรี พิริยะกุล. เทคนิคการสำรวจด้วยกลุ่มตัวอย่าง. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยราม
คำแหง กรุงเทพฯ , 2524.

ธงชัย สันติวงศ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร บริษัทสำนักพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิชย์ , 2527.

วิวัฒน์ โสฬสรัตนพร. ข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อยืดสำเร็จรูปในเขต
กรุงเทพมหานคร. ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2523.