



การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
Purchase Decision of Chock Tai Yuan Textiles of Tourists
in Ratchaburi Province



ศุภสรร์ จวงเจิม
SUPASUN CHUANGCHERM

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2563



การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
Purchase Decision of Chock Tai Yuan Textiles of Tourists
in Ratchaburi Province

ศุภสรณ์ จวงเจิม
SUPASUN CHUANGCHERM

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อวิทยานิพนธ์ การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
ชื่อ นามสกุล ศุภสรณ์ จวงเจิม
ชื่อปริญญา คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา คหกรรมศาสตร์
คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ ก่ออารีโย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว



.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสทรโยม)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา เครือหงส์)



.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร์ ก่ออารีโย)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อนุมัติให้รับ
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



.....คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

วันที่ 6 เดือน มกราคม พ.ศ. 2564

ชื่อวิทยานิพนธ์	การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
ชื่อ นามสกุล	ศุภสรณ์ จวงเจิม
ชื่อปริญญา	คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (คหกรรมศาสตร์)
สาขาวิชา และคณะ	คหกรรมศาสตร์ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี 3) ศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี 4) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี และ 5) หาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไคสแควร์ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุประมาณ 41 - 50 ปี โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานมหาวิทยาลัย ทั้งนี้มีรายได้ประมาณ 20,001 - 25,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดราชบุรี 2) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อยคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านประเภทของผ้าจากไท-ยวน ด้านโอกาสในการใช้งาน วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ สวัสดิภาพของผ้าที่เลือกซื้อ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง และด้านความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรีไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าจากไท-ยวน นักท่องเที่ยว จังหวัดราชบุรี

Thesis Title	Purchase Decision of Chock Tai Yuan Textiles of Tourists in Ratchaburi Province
Author	Supasun Chuangcherm
Degree	Master of Home Economics (Home Economics)
Major Program	Home Economics
Academic Year	2020

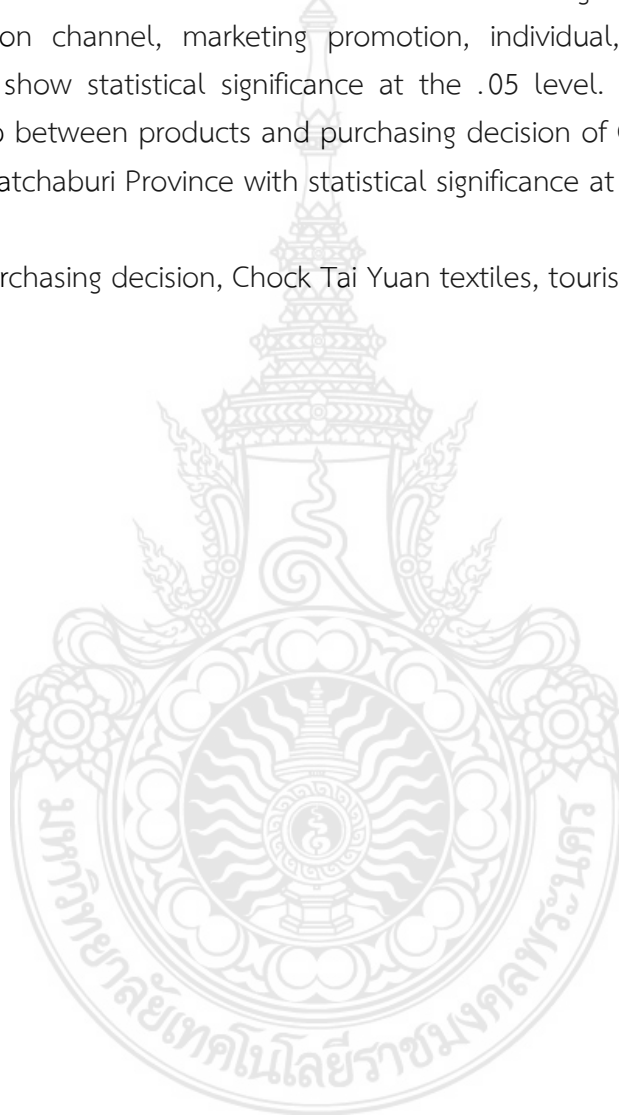
ABSTRACT

The purposes of this research were: 1) to study the personal factors of tourists in Ratchaburi Province, 2) to investigate the marketing mix factors used in making a decision to buy Chock Tai Yuan textiles among tourists in Ratchaburi Province, 3) to examine purchasing decision of Chock Tai Yuan textiles made by tourists in Ratchaburi Province, 4) to find out a relationship between personal factors and the purchase decision of Chock Tai Yuan textiles of tourists in Ratchaburi Province, and 5) to study the relationship between the marketing mix and the purchase decision of Chock Tai Yuan textiles of tourists in Ratchaburi Province. The sample was 400 tourists in Ratchaburi who decided to buy Chock Tai Yuan textiles. The instrument used in this research was questionnaire. The statistics analysis used in this study were frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-square and Pearson's correlation coefficient.

The results showed that: 1) Most of the tourists were female whose ages ranged from 41-50 years old with a bachelor's degree. They worked as government officers, state enterprise employees and university employees. Their income is between 20,001 - 25,000 baht and their residence is located in Ratchaburi Province. 2) Tourists paid attention to the marketing mix factors with high level of attention. When considering each side of the marketing mix, tourist attention from the most to the least were: products, individual, price, process, physical characteristics, marketing promotion and distribution channel respectively. 3) Most of the tourists could not make a decision whether they should buy the products. When considering purchasing decisions of tourists from the most to the least, they were listed as follows: types of Chock Tai Yuan textiles, frequency of use, objectives for purchasing decisions, clothing design, the average amount of money spent on clothing, and frequency of purchasing decision of Chock Tai Yuan fabrics. 4) For the relationship between personal factors and purchasing decision of Chock Tai Yuan textiles among

tourists in Ratchaburi Province, the results showed that gender, age, highest education level, occupation, average monthly income and residency were related to purchasing decisions of Chock Tai Yuan textiles of tourists in Ratchaburi Province with statistical significance at the .05 level, and 5) There was a relationship between the marketing mix and purchasing decision of Chock Tai Yuan fabrics among tourists in Ratchaburi Province. The correlation of marketing mix factors including price, distribution channel, marketing promotion, individual, process and physical characteristics show statistical significance at the .05 level. In contrast, there was no relationship between products and purchasing decision of Chock Tai Yuan textiles of tourists in Ratchaburi Province with statistical significance at the .05 level.

Keywords: purchasing decision, Chock Tai Yuan textiles, tourists, Ratchaburi Province



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี สำเร็จได้ด้วยความสามารถอย่างสูง และความเอาใจใส่เป็นพิเศษจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภพ โสตรโยม ประธานกรรมการสอบ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทักษิณา เครือหงส์ กรรมการสอบ ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ และแก้ไขเพิ่มเติมตลอดระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

ขอขอบคุณบุคคลที่เขียนหนังสือ ตำราทุกเล่ม บทความ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยทั้งภายในและต่างประเทศ แหล่งข้อมูลวิชาการและเอกสารอ้างอิงต่างๆที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและนำมาอ้างอิงในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ซึ่งทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

และสุดท้าย กราบขอบพระคุณบิดา มารดา ญาติพี่น้องและเพื่อนๆทุกคนที่ให้กำลังใจและคอยช่วยเหลือเสมอมา รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ต่างๆ คำแนะนำตลอดจนเป็นกำลังใจและช่วยเหลือมาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบของพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ศุภสรณ์ จวงเจิม

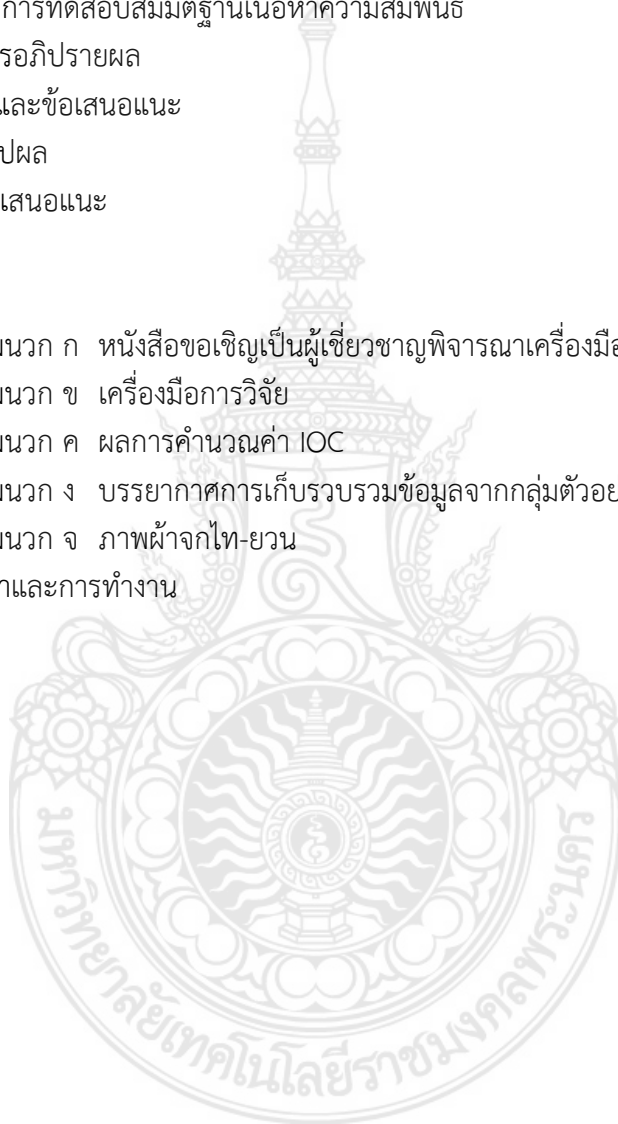


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญ	(5)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพ	(27)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 ตัวแปรที่ศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	5
1.6 สมมติฐาน	6
1.7 กรอบแนวความคิด	6
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ข้อมูลทั่วไปจังหวัดราชบุรีและการท่องเที่ยว	8
2.2 ผ้าจกไท-ยวน	16
2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	26
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	30
2.5 แนวคิดและทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (7P's)	35
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
บทที่ 3 วิธีดำเนินการ	44
3.1 เครื่องมือที่ใช้	44
3.2 วิธีการ	45
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล	49
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว	50
4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน	52

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล (ต่อ)	
4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวใน จังหวัดราชบุรี	58
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานเนื้อหาความสัมพันธ์	63
4.5 การอภิปรายผล	263
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	272
5.1 สรุปผล	273
5.2 ข้อเสนอแนะ	277
เอกสารอ้างอิง	279
ภาคผนวก	283
ภาคผนวก ก หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย	284
ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย	290
ภาคผนวก ค ผลการคำนวณค่า IOC	300
ภาคผนวก ง บรรยายภาคการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวิจัย	306
ภาคผนวก จ ภาพผ้าจากไท-ยวน	309
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	314

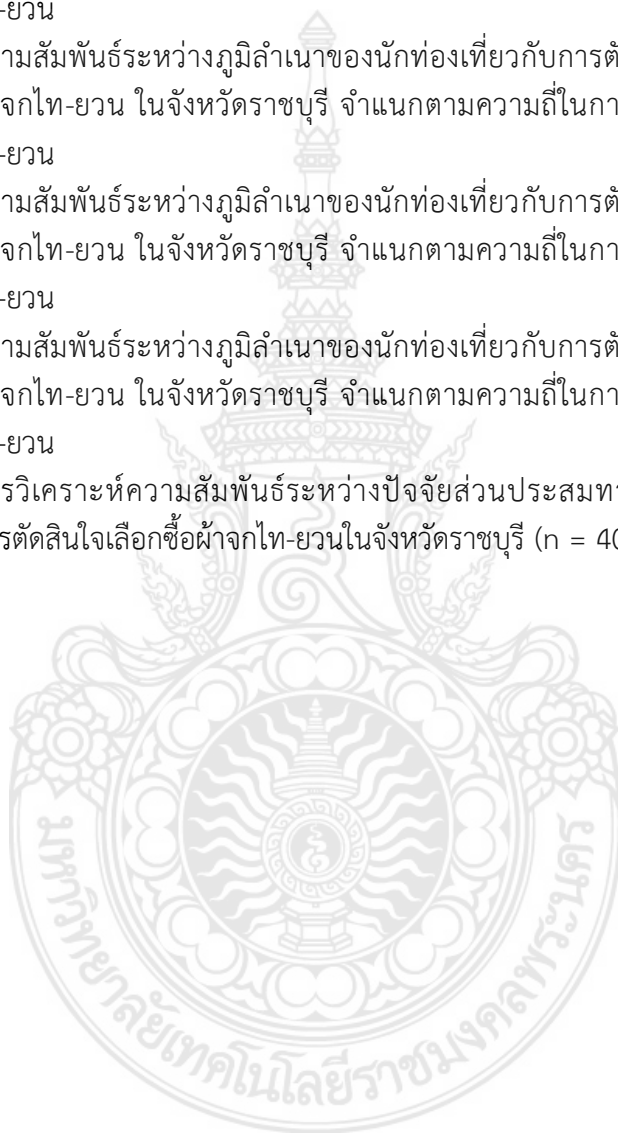


สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ตารางคำถาม 6Ws 1H	31
4.1	จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ	50
4.2	จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	50
4.3	จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	51
4.4	จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ	51
4.5	จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
4.6	จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิลำเนา	52
4.7	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยรวม	53
4.8	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านผลิตภัณฑ์	53
4.9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านราคา	54
4.10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย	55
4.11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านการ ส่งเสริมการตลาด	56
4.12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านบุคลากร	56
4.13	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านกระบวนการ	57
4.14	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.216	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน	257
4.217	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน	258
4.218	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน	259
4.219	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน	260
4.220	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี ($n = 400$)	261



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวความคิด	6
2.1	แผนที่จังหวัดราชบุรี	9
2.2	โอ่งมังกร	11
2.3	ผ้าจกไท-ยวน	11
2.4	ตุ๊กตาบ้านสิงห์	12
2.5	ไซโป้วหวาน	12
2.6	ตลาดน้ำดำเนินสะดวก	13
2.7	จิปาละภัณฑ์สถานบ้านคูบัว	14
2.8	ณ สัทธา อุทยานไทย	14
2.9	เถ้า ฮง ไถ่	15
2.10	วัดขนอน	15
2.11	จีนตีนจก (จกเฉพาะตีน)	17
2.12	จีนตีนจก (จกทั้งตัว)	18
2.13	จีนตีนจก (ด้วยกมุทสลั้มัดหมี่)	19
2.14	ผ้าซิ่นตา	20
2.15	ผ้าซิ่นชีว	20
2.16	ผ้าซิ่นแล่	21
2.17	ผ้าจกตระกูลคูบัว	22
2.18	ผ้าจกตระกูลดอนแร่	22
2.19	ผ้าจกตระกูลหนองโพ-บางกะโต	23
2.20	ลายหั่นกนคู่	24
2.21	ลายกาบ	24
2.22	ลายกาบดอกแก้ว	24
2.23	ลายกาบซ้อนหัก	25
2.24	ลายโค้งแก้ง	25
2.25	ลายโค้งแก้งซ้อนเซีย	25
2.26	ลายดอกเซีย	26
2.27	ลายหน้าหมอน	26

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ขายเป็น โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการที่สูงขึ้นรวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งพัฒนาระบบและกลไกตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสเศรษฐกิจให้คนในชุมชน และท้องถิ่นเพื่อแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และกลายเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่เด่นชัด จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเคลื่อนตัวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นแหล่งที่มาของเงินตรานับแสนล้านบาทในแต่ละปี รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญในการช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าของประเทศ และแสดงบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ และกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคของประเทศได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง (ธฤติมา, 2559) นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีบทบาทต่อสังคม และวัฒนธรรมของประเทศเนื่องจากช่วยสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และงานหัตถกรรมของไทยให้คงอยู่โดยมีการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมประเพณีเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์รวมถึงได้เรียนรู้ถึงเอกลักษณ์วิถีไทยของชุมชนนั้นๆอย่างแท้จริง อีกทั้งยังเป็นการสร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็ง มีกระจายรายได้สู่ชุมชนและท้องถิ่น รวมไปถึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับสินค้าเชิงศิลปวัฒนธรรม เป็นการให้คนในชุมชนนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างสินค้าและบริการทำให้เกิดเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้นมา โดยหนึ่งในด้านที่มีการส่งเสริมคือด้านศิลปวัฒนธรรมไทยจึงทำให้เกิดสินค้าหัตถกรรมขึ้นมาอย่างมากมาย เช่น หัตถกรรมการทอผ้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นศาสตร์และศิลป์ที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นที่ได้รับการถ่ายทอดและสืบสานจากรุ่นสู่รุ่นตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน หัตถกรรมการทอผ้าในหลายพื้นที่ยังคงรักษารูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนซึ่งจะมีรูปแบบลวดลาย และกรรมวิธีในการทอที่แตกต่างกันออกไป ผ้าทอพื้นบ้านจึงนับว่าเป็นภูมิปัญญาที่แสดงถึงความรุ่งเรืองทางด้านศิลปะ และวัฒนธรรม รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่แสดงผ่านทางลวดลาย เส้นสีของผ้าที่มีการสอดแทรกความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณีอันเป็นรากฐานที่สำคัญทางศิลปวัฒนธรรมเปรียบเสมือนการบันทึกเรื่องราวต่างๆ ลงบน

ผืนผ้า ผ้าทอจึงนับว่าเป็นมรดกทางสังคมที่สะท้อนให้เห็นถึงที่มาของเชื้อชาติ และชุมชนนั้นได้เป็นอย่างดี (รัฐนันท์, 2558) ซึ่งในอดีตการทอผ้านั้นจะมีอยู่ในแทบทุกครัวเรือนในทุกภูมิภาคของประเทศไทย โดยผ้าแต่ละท้องถิ่นจะมีศิลปะและความงดงามที่แตกต่างกันออกไปตามกรรมวิธีการทอ และทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ โดยผ้าทอพื้นเมืองในปัจจุบันมีการกระจายตัวอยู่ตามชุมชนต่างๆทั่วประเทศไทย โดยคนที่ทอผ้าประเภทนี้ในปัจจุบันเหลืออยู่ไม่มากนักส่วนใหญ่เป็นช่างทอที่มีฝีมือที่ยังคงอนุรักษ์การทอผ้าพื้นเมืองเอาไว้ เช่น กลุ่มชาวไทย-ยวนของจังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ด้านทิศตะวันตกของประเทศไทย มีภูมิประเทศที่มีความหลากหลาย และเป็นดินแดนแห่งลุ่มน้ำแม่กลอง โดยมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างยาวนาน มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรม และประเพณีที่หลากหลาย ประกอบไปด้วยผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ โดยในจังหวัดราชบุรีมีพื้นที่ 5,196 ตารางกิโลเมตร มีประชากรจำนวน 873,101 คน แบ่งการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองราชบุรี อำเภอบ้านโป่ง อำเภอโพธาราม อำเภอดำเนินสะดวก อำเภอปากท่อ อำเภอจอมบึง อำเภอบางแพ อำเภอสวนผึ้ง อำเภอบ้านคา และอำเภอวัดเพลง (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2562) โดยในปัจจุบันจังหวัดราชบุรีได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น เพื่อสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของวิถีชุมชนแบบท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาได้ศึกษาและได้เรียนรู้ถึงการใช้ชีวิตของคนในท้องถิ่น และมีการนำสินค้าจากท้องถิ่นชุมชนมาจำหน่ายเพื่อรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยสินค้าส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อจะเป็นสินค้าศิลปหัตถกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ หรือแสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น อาทิ ผ้าจากไท-ยวนซึ่งทางจังหวัดราชบุรีได้ให้ความสำคัญในด้านของการส่งเสริมและผลักดันเพื่อให้เกิดการสร้างงาน และสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน

ผ้าจากไท-ยวน ถือเป็นภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาวไท-ยวน ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงชาติพันธุ์และถิ่นกำเนิดของตนที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคน การทอผ้าจากถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของคนเชื้อสายไท-ยวน โดยถือกันว่าผ้าจากนั้นมีคุณค่าอย่างมากด้วยกรรมวิธีการทอที่ต้องใช้ทั้งฝีมือ ความสามารถ และความอดสาหะของช่างทอ โดยในอดีตสตรีชาวไท-ยวนจะต้องฝึกหัดทอผ้าขึ้นใช้เองเพราะมีค่านิยมว่าการทอผ้าเป็นหน้าที่ของสตรี และสตรีผู้ใดที่สามารถทอผ้าจากได้จะถือว่ามีคุณสมบัติของสตรีเหมาะสมที่จะออกเรือนไปเป็นแม่บ้านแม่เรือนได้ ผ้าจากไท-ยวนจึงมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวไท-ยวน โดยผ้าที่ทอขึ้นมา นั้นมักใช้ในพิธีกรรมตามวัฒนธรรม ประเพณีและความเชื่อที่สืบทอดกันมาบางชนิดเป็นผ้าที่ทอไว้ใช้สำหรับพิธีกรรมทางศาสนา ผ้าบางชนิดทอขึ้นเพื่อสวมใส่ในชีวิตประจำวัน อาทิ ผ้าปรกหัวนาค ซึ่งเป็นผ้าที่ทอขึ้นใช้คลุมหัวนาคในขณะที่แห่นาคไปบวช ผ้าที่ใช้เป็นผ้าไหว้ที่ฝ่ายหญิงจะเตรียมไว้ก่อนวันแต่งงานเพื่อขอขมาต่อพ่อแม่ฝ่ายสามี ยามจกทอขึ้นเป็นพิเศษมีลวดลายที่วิจิตรงดงามใช้ถวายพระภิกษุไว้ใช้ใส่สัณฐานต่างๆ โดยในอดีตชาวไท-ยวนได้มีการสืบเชื้อสายมาจากชาวเมืองเชียงแสน หรือโยนกนคร อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงรายซึ่งมีชื่อเรียกตนเองว่า “ยวน” ที่ก่อกำเนิดขึ้นมาเมื่อ 200 กว่าปีที่แล้ว มีการอพยพจากเมืองเชียงแสนมาตั้งถิ่นฐานที่จังหวัดราชบุรี และมีการขยายครัวเรือนไปยังพื้นที่บริเวณใกล้เคียงในตำบลคูบัว ตำบลดอนตะโก ตำบลดอนแร่ ตำบลหินกอง และตำบลห้วยไผ่ เมื่อปลูกบ้านเรือนอาศัยอยู่เรียบร้อยแล้ว ชาวไท-ยวนได้นำวิชาการทอผ้าจากที่ติดตัว

มาด้วยนั้นมาทอผ้าเพื่อใช้เป็นเครื่องแต่งกายที่แสดงถึงเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งชาวไทย-ยวน จะมีการปลูกฝ้ายเพื่อปั่นเป็นเส้นด้ายเพื่อใช้ในการทอผ้าจก และใช้หูกทอผ้าแบบโบราณการย้อมสีเส้นด้ายจะย้อมโดยวิธีการทางธรรมชาติ ซึ่งการทอผ้าจกนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้งานมิใช่มุ่งเน้นเพื่อการจำหน่าย ผ้าจกที่ชาวไทย-ยวนทอออกมานั้นจะมีจุดเด่นที่มีสีสันทึบสอสดสีพื้นดำจกด้วยสีแดงแซมด้วยสีเหลืองและเขียว มีเส้นใยที่ละเอียดลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอย่างเห็นได้ชัด (วรัญญา และคณะ, 2558) มีความประณีตละเอียดอ่อน และยังคงความเป็นเอกลักษณ์ในด้านศิลปะท้องถิ่นทั้งด้านรูปแบบลวดลาย และกรรมวิธีการทอเป็นวิธีการดั้งเดิมของการทอผ้าของชาวไทย-ยวน ซึ่งสอดแทรกอารมณ์ทางสุนทรีย์แห่งศิลปะที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ พิธีกรรมและวิถีการดำรงชีวิต แต่เนื่องจากในปัจจุบันการตลาดของผ้าจกไทย-ยวนยังขาดช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและการสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภคทั่วไป รวมไปถึงผ้าจกไทย-ยวน ควรได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชนและส่งเสริมสินค้าหัตถกรรมของชาวบ้าน รวมไปถึงการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายและเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายของผ้าทอพื้นเมือง นอกจากนี้ยังสามารถนำผลการศึกษามาใช้ประโยชน์ในการประกอบธุรกิจเพื่อตอบสนองการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
- 1.2.3 เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
- 1.2.4 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
- 1.2.5 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา

- 1.3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไทย-ยวน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา
- 1.3.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 p's) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ
- 1.3.1.3 การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

1.3.2.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยใช้สูตรคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนของประชากรของ W.G.Chocran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 384 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจำนวน 400 คนเพื่อป้องกันความผิดพลาด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรีและตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษาคั้งนี้ได้ใช้เวลาในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เวลาในช่วงเดือนมิถุนายน - เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2563

1.4 ตัวแปรที่ศึกษา

1.4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1.4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) ระดับการศึกษา
- 4) อาชีพ
- 5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 6) ภูมิลำเนา

1.4.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์
- 2) ด้านราคา
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 5) ด้านบุคลากร
- 6) ด้านกระบวนการ
- 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

1.4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรีใน 6 ด้าน คือ

1.4.2.1 วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

1.4.2.2 ประเภทของผ้าจากไท-ยวน

1.4.2.3 ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน

1.4.2.4 โอกาสในการใช้งาน

1.4.2.5 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

1.4.2.6 ความถี่ในการเลือกซื้อ

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 การตัดสินใจเลือกซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าหรือบริการตามข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค

1.5.2 ผ้าจกไท-ยวน หมายถึง ผ้าผืนของชาวไท-ยวนจังหวัดราชบุรี เป็นการทาลวดลายบนผืนผ้าด้วยวิธีการเพิ่มเส้นด้ายพุ่งพิเศษเข้าไปเป็นช่วงๆ ไม่ติดต่อกันตลอดหน้าผ้าทำการทอโดยใช้ชนเเมน หรือนิ้วมือโดยการยกหรือจกเส้นด้ายขึ้นขึ้นแล้วสอดใส่เส้นด้ายพุ่งพิเศษเข้าไปตามจังหวะของลวดลายลักษณะปักผสมทอ

1.5.3 นักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี หมายถึง ประชาชนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

1.5.4 ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ชุดเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการใช้ดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย

1.5.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ผ้าจกไท-ยวน โดยพิจารณาจากการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งคุณสมบัติของผ้าจกไทย-ยวนประกอบด้วย คุณภาพของผ้ามีความแข็งแรง ทนทาน ประณีต สีสดใสสวยงาม มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมทั้งสวมใส่สบายและดูแลรักษาได้ง่าย

1.5.4.2 ด้านราคา หมายถึง ความเหมาะสมของราคา กับคุณภาพและความประณีตของการทอที่ลูกค้าจะได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นอื่นๆ ได้แก่ การตั้งราคาที่หลากหลายราคาสามารถต่อรองได้ และการมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน

1.5.4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่จัดจำหน่าย หรือช่องทางในการจัดจำหน่าย ซึ่งจะพิจารณาจากการจัดตกแต่งร้านอย่างสวยงาม โดยมีการจัดผลิตภัณฑ์ผ้าจกไท-ยวนเป็นหมวดหมู่ นอกจากนี้ยังมีการจัดส่งผลิตภัณฑ์ผ่านบริษัทขนส่งด้วย

1.5.4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง ส่งเสริมการขายที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้าของลูกค้า ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค มีการลดราคาพิเศษตามช่วงเทศกาล และโอกาสต่างๆ รวมทั้งมีของสมนาคุณสำหรับลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าจกไท-ยวน

1.5.4.5 ด้านบุคลากร หมายถึง ความรู้ความสามารถของบุคลากรในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าจกไท-ยวนแก่ลูกค้า โดยพนักงานพูดจาไพเราะ สุภาพ สามารถสื่อสารลูกค้าให้เข้าใจได้ และมีความเต็มใจในการให้บริการ

1.5.4.6 ด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการในด้านการจัดการและการบริการที่จะทำให้อลูกค้าเกิดความประทับใจ จนเกิดความภักดีในตัวสินค้า ได้แก่ การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง มีการให้บริการในการชำระเงินที่หลากหลายช่องทาง รวมทั้งมีการรับประกันผ้าจกไท-ยวนกรณีมีความบกพร่องหรือชำรุด และมีการบริการรับเปลี่ยนสินค้าได้หากลูกค้าไม่ถูกใจ

1.5.4.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่ปรากฏต่อสายตาสูกค้า หรือ บรรยากาศร้านที่จำหน่าย ได้แก่ พื้นที่ที่มีที่จอดรถสะดวกสามารถเดินทางมาเลือกซื้อได้สะดวก รวมทั้งสถานที่ที่จำหน่ายมีความสะอาด และเพียงพอต่อการรับรองลูกค้า

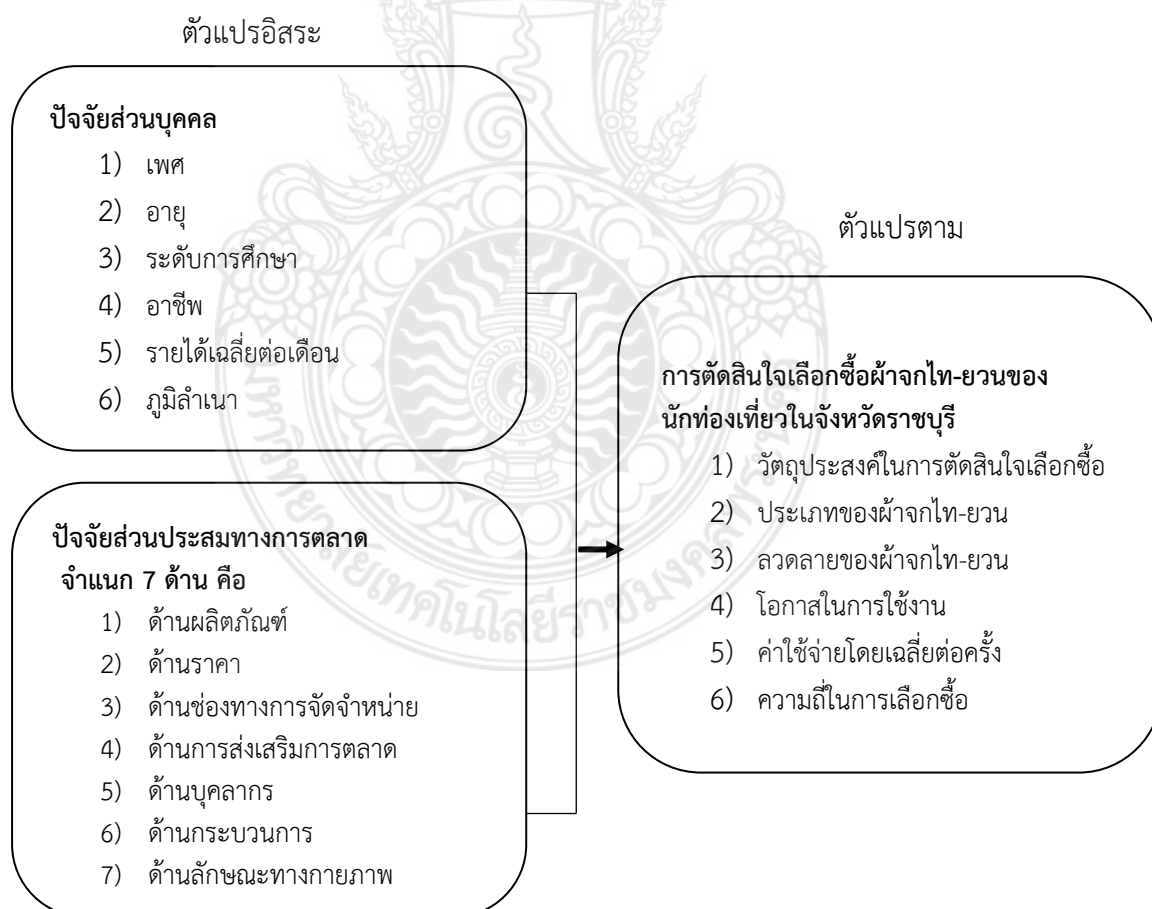
1.5.5 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

1.6 สมมติฐาน

1.6.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

1.6.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

1.7 กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิด

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.8.1 เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาธุรกิจผ้าทอพื้นเมืองที่เกี่ยวข้องต่อไป
- 1.8.2 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี สร้างอาชีพและรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชนเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดราชบุรีให้ดียิ่งขึ้น
- 1.8.3 ผู้ประกอบธุรกิจสามารถใช้เป็นแนวทางในการเลือกส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อใช้วางแผนพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผ้าจากไท-ยวนและผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองอื่นๆ
- 1.8.4 เพื่อให้ผู้ประกอบการร้านค้าใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาผ้าจากไท-ยวนให้สอดคล้องและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 1.8.5 เพื่อใช้ข้อมูลประกอบการจัดทำแผนพัฒนาส่งเสริมธุรกิจผ้าจากไท-ยวน และธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องให้กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปและการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี
- 2.2 ผ้าจากไท-ยวน
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีส่วประสมทางการตลาด (7P's)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลทั่วไปและการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี

2.1.1 ประวัติความเป็นมา

จังหวัดราชบุรี มีความหมายว่า เมืองแห่งพระราชา ซึ่งถือว่าเป็นเมืองเก่าแก่ และมีประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทย โดยนักโบราณคดีได้มีการศึกษาค้นคว้าหลักฐานข้อมูลทางประวัติศาสตร์ และพบว่าดินแดนแห่งนี้มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยอดีต ซึ่งจากหลักฐานทางโบราณสถานและโบราณวัตถุ จึงทำให้ทราบว่า มีผู้คนมาตั้งถิ่นฐานในบริเวณนี้ตั้งแต่ยุคหินกลาง และมีการได้ค้นพบเมืองโบราณสมัยทวารวดีที่ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี โดยในอดีต พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชได้เคยดำรงตำแหน่งหลวงยกกระบัตรเมืองราชบุรี ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย ซึ่งในช่วงปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาและกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น ปรากฏหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ว่าเมืองราชบุรีนั้นเคยเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญ และเป็นสมรภูมิการรบมาหลายสมัย โดยเฉพาะในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชได้ยกทัพมาตั้งรับศึกพม่าในเขตราชบุรีหลายครั้ง โดยครั้งที่มีความสำคัญที่สุด คือ สงครามเก้าทัพ ต่อมาในปี พ.ศ. 2360 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างกำแพงเมืองใหม่ทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำแม่กลองตลอดมาจนถึงปัจจุบัน ครั้นถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในปี พ.ศ. 2437 ได้ทรงเปลี่ยนแปลงการปกครองส่วนภูมิภาค โดยมีการรวมหัวเมืองต่างๆ ที่อยู่ใกล้กันมีการจัดตั้งเป็นมณฑล และได้รวมเมืองราชบุรี เมืองกาญจนบุรี เมืองสมุทรสงคราม เมืองเพชรบุรี เมืองปราณบุรี เมืองประจวบคีรีขันธ์ รวม 6 เมือง ตั้งขึ้นเป็นมณฑลราชบุรี โดยตั้งฐานบัญชาการ ณ เมืองราชบุรี ทางฝั่งขวาของแม่น้ำแม่กลอง ต่อมาเป็นที่ตั้งของศาลากลางจังหวัดราชบุรีหลังเก่าและในปัจจุบันเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติราชบุรี ต่อมาในปี พ.ศ. 2440 ได้มีการย้ายฐานบัญชาการเมืองราชบุรีจากฝั่งซ้ายกลับมารวมอยู่แห่งเดียวกับศาลาว่าการมณฑลราชบุรีทางฝั่งขวาของแม่น้ำแม่กลอง จนถึง พ.ศ. 2476 เมื่อมีการยกเลิกการ

ปกครองแบบมณฑลทั้งหมด มณฑลราชบุรีจึงถูกยกเลิกและคงฐานะเป็นจังหวัดราชบุรีจนถึงปัจจุบัน (สำนักงานจังหวัดราชบุรี, 2563)

2.1.2 สภาพทั่วไปของจังหวัดราชบุรี

1) ที่ตั้งและอาณาเขต จังหวัดราชบุรีตั้งอยู่บนพื้นที่ภาคกลางในด้านทิศตะวันตกของประเทศไทย มีพื้นที่ 5,196 ตารางกิโลเมตร โดยมีแม่น้ำแม่กลองเป็นแม่น้ำสายหลักไหลผ่านตัวจังหวัด และมีเทือกเขาตะนาวศรีเป็นแนวพรมแดนสันปันน้ำ โดยมีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

- ทิศเหนือ ติดกับจังหวัดกาญจนบุรี
- ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดเพชรบุรี
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดนครปฐม สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์



ภาพที่ 2.1 แผนที่จังหวัดราชบุรี

ที่มา: ข้อมูลทั่วไปจังหวัดราชบุรี (2563)

2) เขตการปกครอง จังหวัดราชบุรีแบ่งการปกครองออกเป็นการปกครองส่วนภูมิภาค และการปกครองส่วนท้องถิ่นดังนี้ การปกครองส่วนภูมิภาค แบ่งการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองราชบุรี อำเภอโพธาราม อำเภอบ้านโป่ง อำเภอดำเนินสะดวก อำเภอบางแพ อำเภอวัดเพลง อำเภอปากท่อ อำเภอจอมบึง อำเภอสวนผึ้ง และอำเภอบ้านคา 104 ตำบล 975 หมู่บ้าน การปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 36 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 75 แห่ง

3) ลักษณะภูมิประเทศ สภาพภูมิประเทศแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

3.1) พื้นที่ภูเขาสูง ได้แก่บริเวณชายแดนด้านตะวันตกติดกับสหภาพเมียนมาร์ และเขตแดนด้านใต้ติดกับจังหวัดเพชรบุรี มีสภาพเป็นเทือกเขาสูงอุดมด้วยป่าดิบ ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง และป่าไผ่ ในระดับความสูง ตั้งแต่ 200 เมตร ถึง 1,100 เมตร ในเขตอำเภอสวนผึ้ง อำเภอบ้านคา และอำเภอปากท่อด้านตะวันตก

3.2) พื้นที่ราบสูง ได้แก่บริเวณถัดจากบริเวณเทือกเขามาทางด้านตะวันออกจนถึงตอนกลางของพื้นที่จังหวัด มีลักษณะเป็นที่ราบสูง และที่เนินลาด มีแม่น้ำภาชี และลำห้วยสาขาเป็นสายน้ำหลัก สภาพเนื้อดินเป็นดินปนทรายมีการชะล้างพังทลายของหน้าดินค่อนข้างสูงถึงปานกลางอยู่ในเขตอำเภอสวนผึ้ง อำเภอบ้านคา อำเภอจอมบึง และด้านตะวันตกของอำเภอปากท่อ อำเภอเมืองราชบุรี อำเภอโพธาราม และอำเภอบ้านโป่ง

3.3) ที่ราบลุ่ม ได้แก่บริเวณสองฝั่งแม่น้ำแม่กลอง และด้านตะวันออกของพื้นที่จังหวัด เนื้อดินเป็นดินร่วนและดินร่วนปนดินเหนียว มีความอุดมสมบูรณ์ และมีระบบชลประทานครอบคลุมทั่วพื้นที่ ได้แก่ บริเวณเขตอำเภอบ้านโป่ง อำเภอโพธาราม อำเภอบางแพ อำเภอเมืองราชบุรี และอำเภอปากท่อ

3.4) ที่ราบลุ่มต่ำ ได้แก่บริเวณตอนปลายของแม่น้ำแม่กลองที่เชื่อมต่อกับจังหวัด สมุทรสงครามอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล 1 - 2 เมตร ดินมีความสมบูรณ์เหมาะแก่การทำสวนผักผลไม้

4) ลักษณะภูมิอากาศ จังหวัดราชบุรีตั้งอยู่ในเขตที่ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ แต่การที่มีเทือกเขาตะนาวศรีบังไว้อยู่ทำให้เป็นที่อบอุ่น คือ อำเภอสวนผึ้ง อำเภอบ้านคา และอำเภอจอมบึง ฝนส่วนใหญ่จะถูกพัดเลยไปตกในแถบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง และด้านตะวันออกของพื้นที่จังหวัดอุณหภูมิอยู่ระหว่าง 13 - 38 องศาเซลเซียส แต่ในฤดูหนาวบริเวณเชิงเขาหรือหุบเขาในพื้นที่อำเภอสวนผึ้ง และอำเภอบ้านคา จะมีสภาพอากาศหนาวมาก เฉลี่ย 8 - 15 องศาเซลเซียส

5) เศรษฐกิจ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีการทำนาข้าวในเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง มีการปลูกพืชไร่ชนิดต่างๆ เช่น อ้อยโรงงาน มันสำปะหลัง สับปะรด ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมีการทำสวนผลไม้ หลายชนิด เช่น มะม่วง มะพร้าว องุ่นและชมพู มีการทำปศุสัตว์ที่สำคัญ คือ สุกร ไก่ เป็ด โคเนื้อและโคนม นอกจากนี้ยังมีการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืดประเภท กุ้งก้ามกราม กุ้งขาว อุตสาหกรรมที่สำคัญและมีชื่อเสียงของจังหวัด คือ อุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผา การทอผ้า อุตสาหกรรมอาหาร การประกอบตัวถังรถยนต์โดยสาร รถบรรทุก และอุตสาหกรรมผลิตกระดาษ

2.1.3 ของฝากขึ้นชื่อจังหวัดราชบุรี

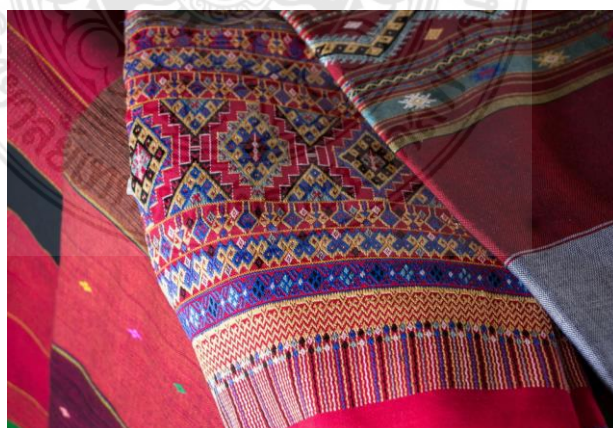
1) ว่างม้งกร การทำว่างได้ริเริ่มก่อนสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่จังหวัดราชบุรีโดยเป็นการผลิตเลียนแบบว่างม้งกรที่นำเข้ามาจากเมืองจีน ว่างม้งกรที่ผลิตในสมัยแรกจะไม่มีกรดัดลวดลายใดๆ ต่อมา มีการคิดแกะลวดลาย ดอกติดที่พิมพ์ไม้ตีที่บารอบๆว่าง ทำให้มีลายนูนขึ้นมาคล้ายกับไหในปัจจุบัน โดยมีการนำเอาดินขาวจากเมืองจีนเพื่อมาใช้ติดเป็นลวดลายม้งกร ซึ่งได้ผลดีจึงมีการผลิตว่างม้งกรขายต่อสักระยะหนึ่ง ต่อมาการนำเข้าวัตถุดิบจากเมืองจีนมีราคาแพงขึ้นและมีปัญหาในเรื่องของการขนส่ง ผู้ผลิตเองจึงเริ่มมีการมองหาแหล่งดินขาวภายในประเทศเพื่อนำมาทดแทนการนำเข้าดินขาวจากเมืองจีน โดยมีการนำดินขาวจากจังหวัดชลบุรี ระยอง มาติดแทนดินขาวจากเมืองจีน ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก และถือได้ว่าเป็นการหมดยุคการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ (ข้อมูลท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี, 2563)



ภาพที่ 2.2 โองม้งกร

ที่มา: เที้ยวราชบุรีดอทคอม (2563)

2) ผ้าจกไท-ยวน เป็นมรดกทางภูมิปัญญาของไทย-ยวน ที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน เป็นผ้าที่ใช้แปรรูปเป็นเครื่องแต่งกายของชาวไท-ยวน เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทย-ยวน โดยชาวไท-ยวนได้เคลื่อนย้ายถิ่นฐานจากเมืองเชียงแสนในปี พ.ศ.2347มาตั้งหลักแหล่งที่ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เมื่อได้ปลูกบ้านเรือนอาศัยสมบูรณ์แล้วก็ได้ทอผ้าด้วยวิธีจกเพื่อนำไปแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกายดังกล่าวเพื่อแสดงเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ซึ่งชาวไท-ยวนจะปลูกฝ้ายเพื่อปั่นเป็นเส้นด้ายใช้ทอผ้าจกและใช้หูกทอผ้าแบบโบราณที่พุ่งกระสวยด้วยมือ การย้อมสีเส้นด้ายก็จะใช้วิธีการย้อมด้วยสีธรรมชาติ การทอผ้าจกมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้นุ่งห่ม มิได้มุ่งเน้นเพื่อจำหน่าย ผ้าจกมีจุดเด่นที่มีสีสันสลับสอดสีพื้นดำจกด้วยสีแดงแซมด้วยสีเหลือง และเขียว เส้นใยละเอียด เนื้อแน่น ลวดลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นได้อย่างเด่นชัด เหมาะสำหรับนำไปแปรรูปเป็นผ้าซิ่น หรือเสื้อผ้าทั้งชายและหญิง (ข้อมูลท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี, 2563)



ภาพที่ 2.3 ผ้าจกไท-ยวน

ที่มา: เที้ยวราชบุรีดอทคอม (2563)

3) ตุ๊กตาบ้านสิงห์ ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาสู่แบบมาตรฐานอุตสาหกรรมของเล่น และได้รับตุ๊กตาที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล โดยในแต่ละปีมีมูลค่าการส่งออกปีละกว่า 1,000 ล้านบาท มีผู้ผลิตประมาณ 70 รายและเป็นแหล่งขายส่งตุ๊กตาผ้าที่ใหญ่ที่สุดและมีชื่อเสียงที่สุดในประเทศไทยด้วยเหตุผลที่มีคุณภาพฝีมือประณีต มีรูปแบบของตุ๊กตาหลากหลายมากมาย และมีราคาไม่แพง (ข้อมูลท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี, 2563)



ภาพที่ 2.4 ตุ๊กตาบ้านสิงห์
ที่มา: เที้ยวราชบุรีดอทคอม (2563)

4) ไซโป้วหวาน ชาวบ้านได้มีการนำหัวไซเท้ามาหมักเค็มเพื่อยืดอายุของผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้มีรสชาติอร่อยน่ารับประทานยิ่งขึ้น จึงได้มีการแปรรูปเป็นผักกาดดองหวานหรือเรียกกันอีกชื่อหนึ่งว่า “หัวไซโป้วหวาน” จนกระทั่งได้ไซโป้วที่มีรสชาติ หวาน กรอบ อร่อย สามารถนำไปประกอบอาหารได้หลากหลายรูปแบบ (ข้อมูลท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี, 2563)



ภาพที่ 2.5 ไซโป้วหวาน
ที่มา: เที้ยวราชบุรีดอทคอม (2563)

2.1.4 การท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรีเป็นดินแดนแห่งวัฒนธรรมลุ่มน้ำแม่กลอง และสายหมอกแห่งขุนเขา ตะนาวศรีมีความเป็นมาอย่างยาวนาน และประกอบด้วยผู้คนหลากหลายชาติพันธุ์ โดยประกอบไปด้วยผู้คน 8 ชาติพันธุ์ที่มาอาศัยและตั้งถิ่นฐาน จึงทำให้จังหวัดราชบุรีเต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีที่หลากหลาย มีแหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่น่าสนใจไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แหล่งที่เที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดราชบุรีจะได้เรียนรู้ถึงประวัติศาสตร์และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว อาทิ

1) ตลาดน้ำดำเนินสะดวก เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมากของจังหวัดราชบุรี เปิดตัวในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเมื่อปี พ.ศ. 2510 โดยปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มาเที่ยวชมวิถีชีวิตและการค้าขายภายในตลาดน้ำเป็นจำนวนมาก โดยนักท่องเที่ยวสามารถเดินชม และเลือกซื้ออาหารและสินค้าต่างๆที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือมาขาย โดยสินค้าที่นำมาจำหน่ายส่วนมากจะเป็นพืชผลทางการเกษตร ที่ชาวบ้านนำมาจากสวนโดยตรง



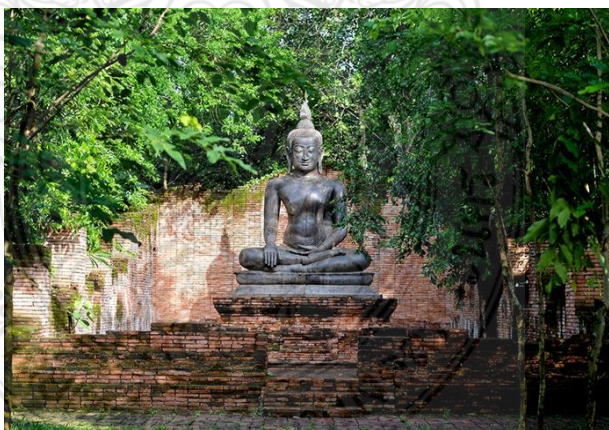
ภาพที่ 2.6 ตลาดน้ำดำเนินสะดวก
ที่มา: เที่ยวราชบุรีดอทคอม (2563)

2) จิปาถะภัณฑสถานบ้านคูบัว ตั้งอยู่ในบริเวณวัดโขลงสุวรรณคีรี ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จิปาถะภัณฑสถานบ้านคูบัวเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชนด้วยความริเริ่มของชุมชนหลายองค์กรในพื้นที่ ก่อสร้างเสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2550 โดยความร่วมมือของวัดโขลงสุวรรณคีรี มูลนิธิพัฒนาประชากรตำบลคูบัว และศูนย์สืบทอดศิลปะผ้าจกราชบุรี ชมรมชาวไทย-ยวน ราชบุรี โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี เพื่อเป็นประโยชน์แก่สาธารณะในแง่การสืบทอดวัฒนธรรมไทย-ยวน ที่ปัจจุบันหลงเหลืออยู่เพียงแค่ภาษาพูดและการทอผ้าจก ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมการแต่งกายของผู้หญิงไทย-ยวน



ภาพที่ 2.7 จิปาถะภัณฑสถานบ้านคูบัว
 ที่มา: เทียวราชบุรีดอทคอม (2563)

3) ณ สัทธา อุทยานไทย เป็นสถานที่รวบรวมหุ่นขี้ผึ้งเสมือนจริงของบุคคลสำคัญของผู้มีชื่อเสียง พระอริยสงฆ์และอีกมากมายซึ่งเกิดจากความศรัทธาทั้งในด้านแนวความคิด การทำงานที่มุ่งมั่น และการดำเนินชีวิตของบุคคลเหล่านั้น นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีไทยตามอย่างคติชาวพุทธ ส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์นำเสนอผ่านทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยและสนับสนุนให้เยาวชนรักในความเป็นไทย



ภาพที่ 2.8 ณ สัทธา อุทยานไทย
 ที่มา: เทียวราชบุรีดอทคอม (2563)

4) เล้า ฮง ไถ่ เป็นโรงงานผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่เก่าแก่คู่เมืองราชบุรี และในสมัยปัจจุบัน คนต้องการโอ่งน้ำเก็บน้ำน้อยลงจึงได้พัฒนางานเซรามิกออกมาเป็นงานศิลปะสร้างสรรค์ที่สวยงามร่วมสมัยและใช้สอยได้ และมีรูปแบบแปลกใหม่เกิดขึ้นอยู่เสมอนอกจากนี้ ที่นี่ยังเปิดให้เยี่ยมชมวิธีการทำ และขั้นตอนการผลิตข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ



ภาพที่ 2.9 เล้า ฮง ไถ่

ที่มา: เทียวราชบุรีดอทคอม (2563)

5) วัดxonon เป็นวัดที่มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์สถานแสดงนิทรรศการหนังใหญ่ โดยปัจจุบันทางวัดได้เปิดให้ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าร่วมชมศึกษา พร้อมทั้งมีการสาธิตการแสดงหนังใหญ่ ตลอดจนการฝึกให้เยาวชนได้เรียนรู้และสืบทอดศิลปวัฒนธรรมอันทรงคุณค่านี้สืบต่อไป



ภาพที่ 2.10 วัดxonon

ที่มา: เทียวราชบุรีดอทคอม (2563)

2.2 ผ้าจกไท-ยวน

2.2.1 ประวัติความเป็นมาผ้าจกไท-ยวน

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งประกอบไปด้วยประชากรหลากหลายชาติพันธุ์ โดยหนึ่งในเชื้อชาติที่มีการอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดราชบุรี คือ ชาวไท-ยวน ซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากเมืองเชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีการย้ายมาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดราชบุรี กันอย่างหนาแน่นในตั้งแต่ในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่1) และเป็นเจ้าของผู้ทอ “ผ้าจกไท-ยวน ราชบุรี” การทอผ้าจกถือว่าเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมร่วมของกลุ่มชนที่มีเชื้อสายไท-ยวน ซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าจกมาจากบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคน โดยผ้าจกนั้นถือกันว่ามีคุณค่าเป็นอย่างมากด้วยเทคนิคการทอจกที่ต้องใช้ความสามารถและความอดทนของช่างทอสูง โดยในอดีตสตรีชาวไท-ยวนจะต้องฝึกทอผ้าขึ้นใช้เองเพราะมีค่านิยมว่าการทอผ้าเป็นหน้าที่ของสตรี และสตรีผู้ใดที่สามารถทอผ้าจกได้จะถือว่ามีคุณสมบัติของสตรีเหมาะสมที่จะออกเรือนไปเป็นแม่บ้านแม่เรือนได้ ซึ่งในปัจจุบันชาวไทย-ยวนได้มีการกระจายตัวไปอาศัยอยู่ที่ตำบลคูบัว ตำบลดอนแร่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี กันเป็นเสียส่วนใหญ่โดยการทอผ้าจกของชาวไท-ยวนในสมัยก่อนจะเป็นเพียงการทอเพื่อใช้งานภายในครัวเรือนเท่านั้น มิใช่การทอเพื่อการค้าขาย ซึ่งชาวไท-ยวนจะนิยมใช้เวลาว่างจากการทำไร่ทำนามาลงหูกทอผ้าจึงทำให้ผ้าจกที่ทอออกมานั้นเกิดความประณีตสวยงาม แฝงไปด้วยอารมณ์แห่งศิลปะและวิถีชีวิตของชาวไท-ยวน

วรัญญา และคณะ (2558) กล่าวว่า ผ้าจก เป็นมรดกทางภูมิปัญญาของชาวไท-ยวนที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน เป็นผ้าที่ใช้แปรรูปเป็นเครื่องแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวไท-ยวน เช่น ผ้าซิ่นตีนจก ผ้าขาวม้า ย่ามจก เป็นต้น ซึ่งต่อมาชาวไท-ยวนได้มีการอพยพจากเมืองเชียงแสนในปี พ.ศ. 2347 ลงมาตั้งถิ่นฐานในอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี บริเวณตำบลคูบัว เมื่อปลูกบ้านเรือนอาศัยอยู่เรียบร้อยแล้ว ชาวไท-ยวนได้นำวิชาการทอผ้าจกที่ติดตัวมาด้วยนั้นมาทอผ้าเพื่อใช้เป็นเครื่องแต่งกายที่แสดงถึงเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม โดยชาวไท-ยวนจะมีการปลูกฝ้ายเพื่อปั่นเป็นเส้นด้ายเพื่อใช้ในการทอผ้าจก และใช้ทอผ้าแบบโบราณ การย้อมสีเส้นด้ายจะย้อมโดยวิธีการทางธรรมชาติ ซึ่งผ้าจกไท-ยวนมีจุดเด่นที่มีสีสัน สลับสอดสี พื้นดำจกด้วยสีแดงแซมด้วยสีเหลืองและเขียว มีเส้นใยที่ละเอียด และลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นอย่างเห็นได้ชัด เหมาะสำหรับนำไปแปรรูปเป็นผ้าซิ่น

2.2.2 โครงสร้างของผ้าซิ่น

อุดม (2540) กล่าวว่า ผ้าซิ่นของชาวไท-ยวน ประกอบด้วยโครงสร้างประกอบด้วยผ้า 3 ส่วน แต่ละส่วนเป็นผ้าคนละชิ้นกัน คือ

1) หัวซิ่น ผ้าซิ่นทุกประเภทจะต้องมีหัวซิ่น ซึ่งประกอบด้วยผ้าด้ายดิบสีขาวเย็บต่อกับผ้าสีแดง ส่วนที่เป็นแถบผ้าสีขาวอยู่ส่วนบนของตัวซิ่นและแถบสีแดงอยู่ติดกับตัวซิ่น ผ้าแถบสีขาวและแถบสีแดงต้องเป็นผ้าคนละผืนแล้วนำมาเย็บต่อกัน โดยผู้หญิงชาวไท-ยวนมีคติในการประกอบหัวซิ่นอีกประการหนึ่งว่า ต้องมีการนำผ้าแถบสีขาวขนาดประมาณครึ่งนิ้ว มีความยาวเท่ากับหัวซิ่นปะตามความกว้างของหัวซิ่น เรียกผ้านี้ว่า “ป่าว” มีจุดประสงค์เพื่อเป็นการป้องกันการกระทำคุณไสยหรือเสน่ห์ยาแฝดให้แก่ผู้นุ่งผ้าซิ่นผืนนี้ และริมหายบนของแถบผ้าขาวจะต้องปล่อยขอบไม่ต้องเย็บ ทั้งนี้เพื่อให้ริมผ้าซิ่นซึ่งจะทำให้มีความเฟื่องฟูในการทำมาหากิน

2) ตัวซิ่น นิยมทอเป็นผ้ายกมุกหลายต่างๆเป็นลายขวางพันรอบตัวซิ่น มุกต่างๆมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไปตามพื้นบ้าน ตัวซิ่นใช้ผ้าสองชั้นเย็บติดต่อกันเป็นบัวสองตะเข็บ แต่ผ้าซิ่นตีนจกโบราณบางพื้นใช้ผ้าสามชั้นเย็บติดต่อกันเป็นบัวสามตะเข็บซึ่งเป็นผ้าที่หาได้ยากในปัจจุบัน ตัวซิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าจกไท-ยวนนิยมย้อมเป็นสีดำหรือสีคราม

3) ตีนซิ่น เป็นส่วนล่างสุดของผ้าซิ่นทุกประเภท คือ ตีนซิ่นจะต้องมีเส้นเหลืองอยู่ส่วนท้ายของตีนซิ่น ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของผ้าจกไท-ยวน

2.2.3 ประเภทของผ้าจกไท-ยวน ราชบุรี

แบ่งได้ออกเป็น 4 ประเภท ตามลักษณะและโอกาสที่นำไปใช้ ดังนี้

2.2.3.1 ผ้าซิ่นตีนจก เป็นซิ่นที่มีตีนประกอบด้วยส่วนที่เป็นผ้าซึ่งทอละลายด้วยวิธีจกทอด้วยการล้วงหรือควักเส้นด้ายพิเศษมาผูกมัดขัดกับเส้นยืนเป็นลวดลายต่างๆตามแบบ ซึ่งซิ่นตีนจกสามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะ คือ

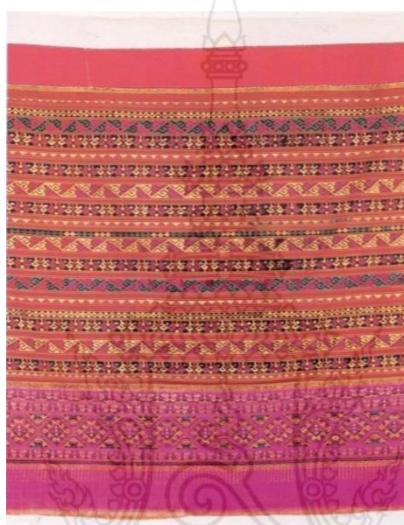
1) ซิ่นตีนจก (จกเฉพาะตีน) ลักษณะผ้าซิ่นจะมีแถบผ้าจกเฉพาะส่วนตีนซิ่นนำมาเย็บต่อกับตัวซิ่น โดยตัวซิ่นนิยมใช้ผ้าพื้นสีดำหรือสีครามเข้ม ส่วนตีนซิ่นที่เป็นแถบผ้าจกนั้นทอตกแต่งลวดลายด้วยทักษะฝีมือของช่างทอนิยมใช้เส้นฝ้ายหรือไหม นิยมใช้สีแดง สีดำ สีเหลือง เป็นสีหลัก ลวดลายที่นิยมทอจก เช่น ลายดอกเซีย ลายหัทนาคู่ ลายโค้งแก้ง ลายหน้าหมอน ลายนกคู่กินน้ำห่มเต่า เป็นต้น ส่วนด้านล่างสุดของตีนซิ่นจะทอเป็นผ้าพื้นลายริ้วสีเหลือง ขนาดกว้างประมาณ 1-1.5 เซนติเมตร เรียกว่า “เส้นเหลือง” ที่ถือกันเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของผ้าจกไท-ยวน



ภาพที่ 2.11 ซิ่นตีนจก(จกเฉพาะตีน)

ที่มา: อุดม (2563)

2) ซิ่นตีนจก (จกทั้งตัว) ซิ่นตีนจกลักษณะนี้มีตีนซิ่นและตัวซิ่นทอด้วยวิธีจก แต่ทอเป็นผ้าคนละชิ้นแล้วนำมาเย็บต่อเป็นผืนเดียวกัน ตัวซิ่นที่พบส่วนมากทอจกด้วยลายกูดลายนก ลายมะลิเลื้อยเป็นลายพันรอบตัวซิ่น ส่วนตีนซิ่นยังคงนิยมทอด้วยลวดลายเอกลักษณ์ของชาวไทย-ยวนราชบุรีที่สืบทอดมาแต่โบราณ เช่น ลายดอกเซีย ลายกาบ ลายหน้าหมอน ลายโค้งแก้ง ลายกาบดอกแก้ว ลายโค้งแก้งซ้อนเซีย ลายกาบซ้อนหัก และลายหักนกคู่ ส่วนหัวซิ่นมีลักษณะเช่นเดียวกับซิ่นตีนจกโดยใช้ผ้าพื้นสีขาวและสีแดงเย็บต่อกันแล้วนำมาเย็บต่อกันเป็นส่วนหัวซิ่น ผ้าซิ่นตีนจกที่มีการจกทั้งตัวชนิดนี้ นับว่าเป็นผลงานทางศิลปหัตถกรรมชั้นสูงของช่างทอชาวไทย-ยวน



ภาพที่ 2.12 ซิ่นตีนจก (จกทั้งตัว)
ที่มา: อุดม (2563)

3) ซิ่นตีนจก (ตัวยกมุกสลับบัดหมี่) ลักษณะผ้าซิ่นชนิดนี้ส่วนตัวซิ่นทอด้วยวิธียกมุกสลับบัดหมี่ภาคอีสาน ลักษณะของลวดลายตามแนวขวางตลอดตัวผืนผ้าซิ่นนิยมทอด้วยไหมแต่มีส่วนของตีนซิ่นทอด้วยวิธีจกเหมือนตัวซิ่นตีนจกทั่วไป และส่วนหัวซิ่นจะมีลักษณะเดียวกับซิ่นตีนจกในเอกลักษณ์ของชาวไทย-ยวน โดยใช้ผ้าพื้นสีขาวและสีแดงเย็บต่อกันและนำมาเย็บต่อเป็นส่วนหัวซิ่น อดีตผ้าซิ่นในลักษณะนี้จะพบมากในชุมชนชาวไทย-ยวนในตำบลหนองโพ-บางกะโด อำเภोधาราม จังหวัดราชบุรี แต่ในปัจจุบันอาจพบผ้าชนิดนี้ได้้น้อยมาก



ภาพที่ 2.13 ชินตีนจก (ด้วยกมูกสลั้มัดหมี่)
ที่มา: อุดม (2563)

2.2.3.2 ผ้าชันทา เป็นผ้าชิ้นที่ใช้ในชีวิตประจำวันของชาวไทย-ยวนที่สามารถพบได้ทั่วไปในชุมชนชาวไทย-ยวน จังหวัดราชบุรี ผ้าชันทาจะประกอบด้วยโครงสร้าง 3 ส่วน คือ ส่วนหัวชิ้นเป็นส่วนที่อยู่บนสุดของผ้าชิ้นเป็นผ้าพื้นสีขาวและสีแดงเย็บต่อกันโดยให้ผ้าพื้นสีขาวอยู่ด้านบนของหัวผ้าชิ้น และผ้าพื้นสีแดงอยู่ติดกับตัวผ้าชิ้น โดยผ้าแถบสีขาวและผ้าแถบสีแดงจะต้องเป็นผ้าคนละผืนแล้วนำมาเย็บต่อกัน ส่วนตัวชิ้นเป็นส่วนที่อยู่ตรงกลางระหว่างหัวชิ้นกับตีนชิ้นทอด้วยเทคนิคทอขัดธรรมดาเป็นลวดลายริ้วตามแนวขวางสลั้มัดหมี่ตลอดตัวผ้าชิ้น ส่วนตีนชิ้นเป็นผ้าพื้นทอเป็นเป็นลวดลายริ้วแนวขวางสีดำ สีแดง และสีเหลือง โดยแถบริ้วสีเหลืองจะอยู่ส่วนล่างสุดของผ้าชิ้นมีขนาดกว้างประมาณ 1-1.5 เซนติเมตร เรียกว่าเล็บเหลือง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของผ้าชิ้นไทย-ยวน โดยผ้าชันทา สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ ชินตาพื้น และชินตาหมู

1) ผ้าชันทาพื้น มีลักษณะเป็นชิ้นตาที่ทอเป็นแถบสีต่างๆ ใช้เทคนิคทอขัดธรรมดาเป็นแนวริ้ว หรือแถบขวางตัวชิ้น โดยจะไม่มีตกแต่งลวดลายด้วยเทคนิคอื่นใดอีก สีที่นิยมทอเป็นแถบพื้น เช่น สีดำ สีแดง สีเหลือง สีเขียว เป็นต้น

2) ผ้าชันทาหมู มีลักษณะเป็นชิ้นตาที่ทอเป็นลวดลายริ้วตามแนวขวางของตัวชิ้น ส่วนตัวชิ้นมีการใช้เทคนิคยกมูก และเทคนิคจกเพื่อตกแต่งผืนผ้าชิ้นประกอบด้วย โดยทอสลั้มัดหมี่เป็นลวดลายตามแนวขวาง เว้นระยะเป็นช่วงๆ ลวดลายที่นิยมทอยังคงใช้ลวดลายดั้งเดิม เช่น ลายหักขอเหลียว ลายมะลิเลื้อย ลายดอกจัน เป็นต้น ผ้าชันทาหมูที่พบส่วนมากจะนิยมใช้สีดำ สีแดง สีเขียว สีน้ำเงิน



ภาพที่ 2.14 ผ้าซิ่นตา
ที่มา: อุดม (2563)

2.2.3.3 ผ้าซิ่นซิว เป็นผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันของชาวไท-ยวน โดยคำว่า “ซิว” เป็นภาษาพื้นบ้านของชาวไท-ยวนโบราณ หมายถึง สีเขียว หรือสีเขียวเข้ม ผ้าซิ่นซิวส่วนใหญ่เป็นผ้าฝ้าย ใช้เทคนิคทอขั้ดธรรมดาเป็นลวดลายริ้วแนวขวางสลับสี หรืออาจมีลักษณะพิเศษด้วยการใช้เทคนิคที่เรียกว่า “ปั่นโก” ที่เกิดจากการนำเส้นด้าย 2 สี 2 เส้นมาปั่นให้เป็นเกลียวรวมเข้ากันให้เป็นเส้นเดียว เช่น ด้ายฝ้ายสีเขียวกับสีดำ หรือ ด้ายฝ้ายสีเขียวกับสีขาว เป็นต้น แล้วจึงนำมาทอขั้ดธรรมดาเป็นตัวผ้าซิ่น ลักษณะที่โดดเด่นของผ้าซิ่นซิวในรูปแบบดั้งเดิมของชาวไท-ยวน ราชบุรี คือจะมีแถบริ้วสีแดงที่ใช้เทคนิคการทอจกกลายประกอบในแถบริ้วสีแดงนั้นคาดตามแนวขวางเป็นแถบคั่นระหว่างรอยต่อส่วนหัวซิ่นกับตัวซิ่น และส่วนตัวซิ่นกับตีนซิ่น และส่วนล่างสุดของซิ่นจะเป็นลวดลายริ้วสีเหลือง



ภาพที่ 2.15 ผ้าซิ่นซิว
ที่มา: อุดม (2563)

2.2.3.4 ผ้าซิ่นแล่ เป็นผ้าซิ่นที่ใช้ในชีวิตประจำวันของชาวไทย-ยวน นิยมใช้นุ่งอยู่กับบ้าน หรือนุ่งไปทำงานนอกบ้าน ทำสวน ทำไร่ เป็นซิ่นที่ทอได้ง่าย ผ้าซิ่นแล่ในรูปแบบดั้งเดิมจะทอเป็นผ้าฝ้ายพื้นสีดำ หรือสีครามเข้มเกือบดำ คาดแถบสีแดงและจะไม่มีตกแต่งลวดลายบนผืนผ้า ด้วยเทคนิควิธีการอื่นใดเพิ่มอีก เอกลักษณะที่โดดเด่นคือ มีแถบสีแดงคาดตามแนวขวางของซิ่นอยู่ 2 แถบ โดยแถบบนจะอยู่ใกล้กับหัวซิ่น หรือซิ่นบางผืนอาจอยู่บริเวณรอยต่อระหว่างส่วนหัวซิ่นกับตัวซิ่น และแถบล่างจะอยู่ระหว่างส่วนตัวซิ่นและตีนซิ่น และส่วนล่างสุดของซิ่นจะเป็นลวดลายริ้วสีเหลือง



ภาพที่ 2.16 ผ้าซิ่นแล่
ที่มา: อุดม (2563)

2.2.4 ตระกูลผ้าจากไทย-ยวน

ผ้าจากไทย-ยวน มีแหล่งกำเนิดแตกต่างกันตามลักษณะลวดลาย แบ่งได้ 3 ตระกูล คือ

- 1) ผ้าจกตระกูลคู้บัว เป็นผ้าจกที่พบมากที่สุดในกลุ่มชนไทย-ยวนที่ตำบลคู้บัว ตำบลดอนตะโก อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าตระกูลนี้ ได้แก่ ลายดอกเขียวยลายหักนกคู่ ลายโค้งแก้ง ลายหน้าหมอน และลายนกคู่กินน้ำห่มเต้า การจกจะใช้เส้นด้ายยืนสีดำ ฟุ้งดำ พื้นผ้าเว้นพื้นดำไว้มากตามแบบของลวดลายเพื่อจกให้เห็นลายเด่นชัด ลายประกอบมีไม่มากลายส่วนสีสันของเส้นใยที่ใช้ทอจะใช้ฟุ้งดำสีดำจกด้วยสีแดง เข้มด้วยสีเหลืองหรือสีเขียว ตีนซิ่นมีความกว้างประมาณ 9-11 นิ้ว



ภาพที่ 2.17 ผ้าจกตระกูลคูบัว
ที่มา: อุดม (2563)

2) ผ้าจกตระกูลดอนแร่ เป็นผ้าจกที่พบมากในชุมชนไท-ยวน ตำบลดอนแร่ ตำบลห้วยไผ่ ตำบลหนองปลาหมอและตำบลรางบัว ลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผ้าตระกูลนี้ได้แก่ ลายกาบ ลายกาบดอกแก้ว และลายนกคูกีนน้ำฮ่อมเต้า ลักษณะการจกจะจกลายแน่นเต็มผืนผ้า มีความหลากหลายของลายประกอบ เว้นพื้นที่ว่างน้อยทำให้ความเด่นชัดของลายหลักลดน้อยลงไป สีเส้นของเส้นใยจะใช้สีแดงเป็นหลัก ไม่นิยมใช้เส้นใยหลายสี ตีนจกมีความกว้างประมาณ 14-15 นิ้ว



ภาพที่ 2.18 ผ้าจกตระกูลดอนแร่
ที่มา: อุดม (2563)

3) ผ้าจกตระกูลหนองโพ-บางกะโด เป็นผ้าที่รวบรวมได้จากชุมชนไท-ยวนในตำบลหนองโพ-บางกะโด อำเภอโพธาราม มีลวดลายสีสันและขนาดใกล้เคียงกับผ้าจกตระกูลคูบัว แต่แตกต่างกันตรงชายของตีนซิ่น คือผ้าจกตระกูลหนองโพ-บางกะโดจะเว้นพื้นที่ระหว่างลายชะเปาถึงเส้นเหลืองไว้กว้างมากกว่าผ้าจกตระกูลคูบัว



ภาพที่ 2.19 ผ้าจกตระกูลหนองโพ-บางกะโด
ที่มา: อุดม (2563)

2.2.3 ลวดลายผ้าจกไท-ยวน

ผ้าจกไท-ยวน จังหวัดราชบุรี เป็นการทอผืนผ้าแบบโบราณมีความละเอียดและอาศัยความประณีตเป็นอย่างมาก โดยลวดลายผ้าจกไท-ยวนที่ปรากฏในแหล่งทอผ้าในจังหวัดราชบุรีจะใช้กลุ่มลายหลักเป็นลวดลายขนาดใหญ่ใช้กระจ่างกลางของตีนซิ่น มีรูปทรงที่เป็นลายหลักใหญ่ๆ โดยลวดลายหลักของผ้าจกไท-ยวนราชบุรีประกอบไปด้วยลวดลายจำนวน 8 ลวดลาย ได้แก่

1) ลายหักนกคู่ เป็นชื่อที่เรียกสืบต่อกันมาแต่โบราณ นิยมทอในกลุ่มช่างทอตำบลคูบัว ตำบลห้วยไผ่ ปัจจุบันนิยมทอที่ศูนย์สืบทอดศิลปผ้าจกราชบุรีวัดแคทราย ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านวัดคูบัว โดยมักใช้เป็นลายจกในตีนผ้าซิ่น



ภาพที่ 2.20 ลายหิ้งนกคู่
ที่มา: มิวเซียมไทยแลนด์ (2563)

2) ลายกาบ สันนิษฐานกันว่าลวดลายมีลักษณะคล้ายกับกาบของลำต้นไม้ พบมากในผ้าจกตระกูลดอนแร่ ตำบลห้วยไผ่ ตำบลรางบัว ปัจจุบันมีการทอในทุกกลุ่ม เช่น ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านวัดนาหนอง วัดคูบัว วัดรางบัว เป็นลายที่นิยมทอกันมากและถือว่าเป็นลายมาตรฐานของผ้าจกไท-ยวน ราชบุรี มักใช้ทอเป็นตีนผ้าชิ้น และหน้าหมอนจก



ภาพที่ 2.21 ลายกาบ
ที่มา: มิวเซียมไทยแลนด์ (2563)

3) ลายกาบดอกแก้ว เป็นลายในตระกูลลายกาบ โดยนักวิชาการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนดซื้อขึ้นมาใหม่ พบมากในช่างทอในตำบลดอนแร่ เช่น บ้านห้วย ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านวัดนาหนอง มักใช้ทอเป็นลายในตีนผ้าชิ้น และหน้าหมอนจก



ภาพที่ 2.22 ลายกาบดอกแก้ว
ที่มา: มิวเซียมไทยแลนด์ (2563)

4) ลายกาบซ้อนหัก เป็นชื่อที่เรียกกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ นิยมทอในกลุ่มช่างทอในตำบลคูบัว โดยเป็นลายที่มีการทอยากกว่าลวดลายอื่นๆ นิยมใช้ทอจกเป็นตีนซิ่น



ภาพที่ 2.23 ลายกาบซ้อนหัก
ที่มา: มิวเซียมไทยแลนด์ (2563)

5) ลายโค้งแก้ง เป็นชื่อที่เรียกกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ นิยมทอในกลุ่มช่างทอตำบลคูบัว ตำบลหนองปลาหมอ ตำบลหนองโพ-บางกะโด โดยในปัจจุบันมีการทอที่ศูนย์สืบทอดศิลปะผ้าจกราชบุรีวัดแคทราย ศูนย์หัตถกรรมวัดคูบัว มักใช้ทอเป็นลายบนตีนผ้าซิ่น



ภาพที่ 2.24 ลายโค้งแก้ง
ที่มา: มิวเซียมไทยแลนด์ (2563)

6) ลายโค้งแก้งซ้อนเซีย นิยมทอในกลุ่มช่างทอบ้านคูบัว บ้านตะโก บ้านหัวนา ปัจจุบันมีการทอแทบทุกกลุ่ม เช่น ศูนย์สืบทอดศิลปะผ้าจกราชบุรี วัดแคทราย ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านวัดคูบัว นิยมใช้ทอเป็นลายจกของตีนผ้าซิ่น



ภาพที่ 2.25 ลายโค้งแก้งซ้อนเซีย
ที่มา: มิวเซียมไทยแลนด์ (2563)

7) ลายดอกเซีย เป็นชื่อเรียกกันมาตั้งแต่สมัยโบราณ ไม่สามารถสันนิษฐานได้ว่ามาจากรูปทรงใด พบมากในการทอของช่างคูบัว เช่น กลุ่มบ้านห้วยนา และกลุ่มศูนย์สืบทอดศิลปะผ้าจกราชบุรี มักทอเป็นลายผ้าจกเพื่อประกอบเป็นชิ้นซึ่งไม่พบในผ้าจกประเภทอื่น



ภาพที่ 2.26 ลายดอกเซีย
ที่มา: มิวเซียมไทยแลนด์ (2563)

8) ลายหน้าหมอน ใช้ทอจกเป็นลายในส่วนของตีนซิ่น และจะพบส่วนใหญ่บนหน้าหมอนจกของชาวไท-ยวน



ภาพที่ 2.27 ลายหน้าหมอน
ที่มา: มิวเซียมไทยแลนด์ (2563)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

2.3.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

ฐิตาภา (2555) กล่าวว่า ลักษณะของประชากรศาสตร์ หมายถึงการวิเคราะห์ทางด้านประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้างการกระจายตัวและส่วนประกอบของประชากร ในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ

ธนพร (2559) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง การวิเคราะห์ทางประชากรในเรื่องขนาด โครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์กับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอื่นๆ ปัจจัยทางประชากรอาจเป็นได้ทั้งสาเหตุ และผลของปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น เพศ วัยจรชีวิตครอบครัว ลักษณะทางครอบครัว อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

นพรัตน์ (2558) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากร หมายถึงข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น เพศ วัยจรชีวิตครอบครัว ลักษณะทางครอบครัว อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนาและเชื้อชาติ มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ (2558) กล่าวว่า ลักษณะของประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด

ด้านลักษณะประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย โดยตัวแปรด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1) เพศ เป็นลักษณะของประชากรที่บุคคลได้รับมาตั้งแต่กำเนิด โดยแบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง ซึ่งจะมีความคิดในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากถูกกำหนดโดยบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

2) อายุ เป็นคุณลักษณะทางประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาตามวัยของบุคคล โดยอายุจะแสดงถึงวุฒิภาวะในตัวบุคคลนั้นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความต้องการของสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน จึงทำให้นักการตลาดใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน

3) การศึกษา เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร โดยการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกรู้สึกคิด ทัศนคติ อุดมการณ์ พฤติกรรม ตลอดจนการรับรู้ความเข้าใจในสิ่งต่างๆที่แตกต่างกันออกไป

4) อาชีพ บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมีผลต่อแนวความคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ และจะมีความต้องการในด้านสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

5) รายได้ เป็นตัวแปรสำคัญของการกำหนดส่วนของตลาด และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริโภคของบุคคล รายได้จึงเป็นเครื่องมือที่ชี้วัดความสามารถของบุคคลในการซื้อสินค้าและบริการ

6) ภูมิสำเนา เป็นตัวกำหนดความแตกต่างทางบริบททางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของตัวบุคคล

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึงข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา ภูมิสำเนา ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว และเชื้อชาติ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.3.2 การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้ลักษณะทางประชากรศาสตร์

กัลป์ยกร และคณะ (2551) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม และส่วนบุคคลของประชากรที่หมายรวมถึง อายุ เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สถานภาพสมรส และขนาดครอบครัว โดยปกติลักษณะเหล่านี้มักจะใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ผู้รับสารเป้าหมายของโฆษณา เนื่องจากทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารเป้าหมายมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ได้แก่

1) อายุ ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการที่แตกต่างกันไปด้วยการทำข่าวโฆษณาจึงต้องพิจารณาว่ากลุ่มผู้รับสารเป็นบุคคลอายุประมาณเท่าไร เช่น การทำโฆษณาสำหรับเด็กอายุ 5-10 ขวบ ย่อมต้องใช้เนื้อหาที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนและเป็นภาษาที่สนุกสนานรื่นเริง สื่อโฆษณาที่จะเข้าถึงกลุ่มอายุนี้นี้คือ รายการทีวีสำหรับเด็ก หนังสือการ์ตูน เป็นต้น

2) เพศ เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างเพศชาย เพศหญิง ทำให้มีความต้องการ และแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ความแตกต่างระหว่างเพศชาย และเพศหญิง เริ่มตั้งแต่ความแตกต่างทางกายภาพโดยธรรมชาติ เช่น ความเป็นชาย

จะมีความเข้มแข็งมากกว่าเพศหญิง ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ เป็นต้น จนถึงความแตกต่างตามบทบาทในสังคมเป็นการเรียนรู้มาจากสังคมว่าเพศใดควรมีบทบาทอย่างไร

3) การศึกษา ระดับการศึกษาของผู้บริโภคมีผลต่อการวางกลยุทธ์โฆษณาเช่นเดียวกันเพราะระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาแตกต่างกัน รวมทั้งมีระดับความเข้าใจข่าวสารโฆษณาแตกต่างกันด้วย

4) อาชีพ กล่าวได้ว่าอาชีพของผู้บริโภคเป้าหมายมีอิทธิพลต่อเนื่องมาถึงรายได้ของบุคคลด้วย มีผลต่อมาถึงรูปแบบดำเนินชีวิตและพฤติกรรมต่างๆ เช่น อาชีพรับราชการจะมีรายได้ค่อนข้างน้อยกว่าอาชีพพนักงานเอกชน แต่มีระดับความมั่นคงในงานมากกว่า อาชีพราชการจึงมักจะมีวิถีชีวิตแบบอนุรักษ์นิยมสบายๆ ค่อยเป็นค่อยไป และใช้สินค้าไม่ต้องหรูหราแต่ทนทาน ในขณะที่อาชีพพนักงานเอกชนมีรายได้มากกว่า จะมีวิถีชีวิตที่หวือหวากว่าใช้สินค้าที่เป็นแฟชั่นมากกว่า ดังนั้นกลยุทธ์โฆษณาจึงต้องทำให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของอาชีพเหล่านั้น

นพวรรณ (2559) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์เป็นการอ้างอิงข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้องกับประชากร ลักษณะประชากรศาสตร์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด คือ อายุ เพศ สถานภาพ รายได้ อาชีพ และการศึกษา เพราะเป็นปัจจัยที่ช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และทำให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ปณิศา (2553) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์เป็นการแบ่งส่วนตลาด โดยคำนึงถึงข้อมูลประชากรด้านต่างๆ เช่น

1) อายุ ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกันมักจะมี ความชอบ รสนิยม และพฤติกรรมการใช้สินค้าแตกต่างกัน โดยจะแบ่งอายุออกเป็นช่วงวัยต่างๆ ได้แก่ อายุต่ำกว่า 6 ปี อายุระหว่าง 6-11 ปี อายุระหว่าง 12-19 ปี อายุระหว่าง 20-34 ปี อายุระหว่าง 35-49 ปี และอายุระหว่าง 50-64 ปีขึ้นไป หรืออาจแบ่งเป็นวัยทารก วัยเด็กหรือวัยรุ่น วัยทำงาน และวัยชราก็ได้ สินค้าที่ตอบสนองความต้องการในแต่ละช่วงวัยก็จะแตกต่างกัน เช่น เครื่องแต่งกาย แชมพู และยาสีฟัน เป็นต้น

2) เพศ เพศชาย และเพศหญิงจะมีพฤติกรรม และทัศนคติที่แตกต่างกัน

3) ระดับการศึกษา การศึกษาของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อรสนิยม ความชอบ และพฤติกรรมการซื้อ โดยลูกค้ำที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าลูกค้ำที่มีการศึกษาต่ำ

4) รายได้ รายได้เป็นปัจจัยกำหนดอำนาจการซื้อของผู้บริโภคที่มีรายได้สูงจะมีอำนาจการซื้อสูงมักจะเลือกใช้สินค้าที่มีชื่อเสียง ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำจะเลือกใช้สินค้าที่คุ้มค่า

5) อาชีพ ลูกค้ำแต่ละอาชีพต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจต้องการสินค้าที่หรูหรา เพื่อเสริมภาพลักษณ์ เช่น นาฬิกา Rolex แต่กรรมกรต้องการนาฬิกาที่สามารถบอกเวลาได้เท่านั้น

6) ขนาดครอบครัว มีความสำคัญกับการบริโภคอย่างยิ่ง แต่ละครอบครัวจะมีจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนแตกต่างกัน ซึ่งขนาดครอบครัวก็จะเกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า

7) สถานภาพพรสรรส เช่น โสด แต่งงาน หย่า หรืออาศัยอยู่ร่วมกัน โดยไม่แต่งงานมีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อสินค้า การท่องเที่ยว และการใช้เวลาว่าง

ศิริวรรณ (2558) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดโดยใช้หลักด้านประชากรศาสตร์ จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ประกอบด้วย

1) เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน โดยเพศหญิงมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่ต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับสารและการส่งข่าวสาร นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องของความคิด ค่านิยมและทัศนคติต่างๆ เพราะวัฒนธรรมและสังคม ได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้ต่างกัน

2) อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องของความคิด และพฤติกรรมบุคคลที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีได้มากกว่าคนที่อายุมากในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังและ มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากได้ผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็มีความต่างกัน โดยคนที่อายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3) การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงมักจะได้เปรียบอย่างมากในเรื่องของการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ง่ายและเข้าใจสารได้ดีกว่า แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือแหล่งที่มาที่มีเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำ มักจะใช้สื่อต่างๆ ในการรับรู้ข่าวสารต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะหาข้อมูลเพิ่มเติมผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลากำกั้ก็เลือกที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

4) อาชีพ (Occupation) บุคคลในแต่ละสาขาอาชีพมีความจำเป็นและความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจต้องการรถยนต์ที่ดูดีมีระดับ ส่วนผู้ใช้แรงงานต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน และอาหาร เป็นต้น

5) รายได้ (Income) โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีรายได้สูง อย่างไรก็ตามผู้ที่มีรายได้ปานกลาง และรายได้ต่ำก็จะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่าสินค้าและบริการที่นิยมใช้การแบ่งส่วนตลาดตามรายได้ ได้แก่ บ้าน รถยนต์ โทรศัพท์มือถือ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง และการท่องเที่ยว เป็นต้น แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้ร่วมกับตัวแปรประชากรศาสตร์ตัวอื่นๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มผู้บริหารธุรกิจที่มั่งคั่งรุ่นเยาว์ (Yuppies) เป็นการใช้เกณฑ์รายได้ร่วมกับเกณฑ์อายุ เป็นต้น

6) ขนาดครอบครัว (Family) และสถานภาพครอบครัว (Marital Status) ลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญขององค์กร เพราะมีความสำคัญยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคทั้งจำนวน และลักษณะของผู้บริโภคในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง

ศุภชาติ (2557) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) หมายถึง การแบ่งตลาดรวมออกเป็นตลาดส่วนย่อยๆ โดยตลาดแต่ละส่วนที่แบ่งได้จะประกอบด้วยผู้บริโภคที่มีตัวแปรร่วมคล้ายคลึงกันหรือเป็นอย่างเดียวกัน

จากข้างต้นสรุปได้ว่า การศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจ เพราะสามารถชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีคุณสมบัติแตกต่างกัน ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ทำให้องค์กรธุรกิจสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.4.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

วิชิต (2550) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร และกระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ในการเลือกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการรวมหลักการจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา สังคมและเศรษฐศาสตร์ เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ทั้งรูปแบบบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคของบุคคล อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และตัวแปรด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยตรงไม่ว่าจะเป็นกลุ่มบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน คู่รัก คู่สมรส บุคคลอ้างอิง และรวมไปถึงสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ศิริวรรณ (2558) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคมีกระบวนการคิดการตัดสินใจ รวมไปถึงการประเมินผลในสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค หรือเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับความคิด ประสบการณ์การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจ หรือหมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการตอบสนองของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อการใช้สินค้า และกระบวนการก่อนที่บุคคลจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

เสรี (2554) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคนิยมใช้หลัก 6Ws 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการหรือ Os ซึ่งหลักการ 6Ws 1H Analysis Model เป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ถึงพฤติกรรมผู้บริโภค โดยสามารถรู้ถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภค เพื่อใช้ประกอบกับการตัดสินใจ ดังนั้นการจะประกอบธุรกิจหรือขายสินค้าจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อที่จะได้ทราบว่าสินค้าและบริการนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำต่างๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพอใจ และความต้องการของบุคคล มีการประเมินข้อดีข้อเสียตัวผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการตัดสินใจในขั้นตอนสุดท้าย

ตารางที่ 2.1 ตารางคำถาม 6Ws 1H

คำถาม 6Ws 1H	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)
1. Who constitutes the market? ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย	Occupants ลักษณะผู้บริโภคทางด้าน 1. ภูมิศาสตร์ 2. ประชากรศาสตร์ 3. จิตวิทยา 4. พฤติกรรม
2. What does the market buy? ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร	Objects สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ 1. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ 2. องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. Why does the market buy? ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ	Objective เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ 1. ด้านร่างกาย 2. ด้านจิตวิทยา
4. Who participates in the buying? ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	Organizations บทบาทของกลุ่มที่มีอิทธิพล 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้
5. How does the market buy? ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	Operations ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ 1. การรับรู้ปัญหา 2. การรับรู้ข้อมูล 3. การประเมินทางเลือก 4. การตัดสินใจซื้อ
6. When does the market buy? ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด	Occasions โอกาสในการซื้อ 1. ช่วงใดของเดือน/วัน 2. โอกาสพิเศษ/เทศกาล
7. Where does the market buy? ผู้บริโภคซื้อที่ไหน	Outlets สถานที่จำหน่ายสินค้า/บริการ 1. ห้างสรรพสินค้า 2. ซูเปอร์มาร์เก็ต 3. ร้านขายของ ฯลฯ

ที่มา: ตารางคำถาม 6Ws 1H (เสรี, 2554)

2.4.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภค

ฉัตรพร (2556) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคนั้นเกิดจากสิ่งเร้า(Stimulus) มากระตุ้น (Stimulate) ความรู้สึกของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าและบริการอันจะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อในที่สุด สามารถอธิบายได้ด้วยโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเกิด

จากความต้องการในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆของผู้ซื้อ ซึ่งจะทำให้ผู้ซื้อเกิดการตอบสนองหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกอีกลักษณะหนึ่งได้ว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.4.2.1 สิ่งเร้า (Stimulus) คือสิ่งที่เข้ามากระทบและกระตุ้นผู้ซื้อ อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายใน หรือสิ่งเร้าภายนอกก็ได้ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สิ่งเร้าทางการตลาด และสิ่งเร้าอื่นๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1) สิ่งเร้าทางการตลาด หรือส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4Ps ได้แก่ สิ่งเร้าด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดี การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ดูสวยงาม สิ่งเร้าด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สิ่งเร้าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น มีการจัดจำหน่ายได้อย่างทั่วถึง สถานที่ที่จำหน่ายมีความเหมาะสม และสิ่งเร้าด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาอย่างต่อเนื่อง มีโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มลูกค้า

2) สิ่งเร้าอื่นๆ เป็นสิ่งเร้าที่อยู่ล้อมรอบของกลุ่มผู้บริโภค เช่น สิ่งเร้าด้านเศรษฐกิจ (Economic) เช่น สภาพของเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค สิ่งเร้าด้านเทคโนโลยี (Technological) เช่น การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ สิ่งเร้าด้านกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น การลดหย่อนภาษี และสิ่งเร้าด้านวัฒนธรรม (Culture) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี หรือเทศกาลที่สำคัญต่างๆ

2.4.2.2 กล่องดำ (Black Box) เป็นระบบของความรู้สึกนึกคิด ความต้องการ และกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นภายใต้จิตใจของผู้ซื้อ เป็นเรื่องยากแก่การเข้าใจ มีความซับซ้อนอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค โดยบุคคลแต่ละคนจะมีกล่องดำที่มีความแตกต่างกัน นอกจากนี้กล่องดำยังมีกระบวนการตัดสินใจซ่อนอยู่ด้วย เมื่อสิ่งเร้ามาถึงกล่องดำจะถูกปัจจัยต่างๆ เช่น วัฒนธรรม สังคม และลักษณะส่วนบุคคล ชัดเจนและแปรรูปออกมาเป็นการตอบสนองหากมีการตอบสนองไปในทิศทางบวก กระบวนการตัดสินใจซื้อก็จะทำงานจนกระทั่งผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ โดยนักการตลาดจึงต้องมีการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.4.2.3 การตอบสนอง (Response) เป็นผลมาจากอิทธิพลและการทำงานของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่ในกล่องดำของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจจากประเด็นต่างๆดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2) ตราสินค้า (Brand) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อจากตราสินค้าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

3) ผู้ขาย (Dealer) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกผู้ขายหรือผู้ให้บริการเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ โดยผู้บริโภคจะคำนึงถึงการให้บริการและสถานที่ขายเป็นหลัก

4) เวลาในการซื้อ (Timing) คือ การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกระยะเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ช่วงเช้า ช่วงกลางวัน หรือช่วงเย็น

5) ปริมาณการซื้อ (Amount) คือ การที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกปริมาณสินค้าต่อการซื้อครั้งหนึ่งๆ เช่น ผู้บริโภคเลือกซื้อหนึ่งชิ้น หรือสองชิ้น เป็นต้น

2.4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ฉัตรพร (2556) กล่าวว่า การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ โดยนักการตลาดจะต้องค้นหาว่าความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลมาจากใดบ้าง โดยมีเป้าหมายคือ การทราบความต้องการและลักษณะของผู้บริโภค เพื่อจัดส่วนประสมทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแบ่งออกได้ดังนี้

2.4.3.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural) เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้มากที่สุด เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ โดยแบ่งย่อยออกเป็น วัฒนธรรมหลัก (Core Culture) อนุวัฒนธรรม (Sub-Culture) และชนชั้นทางสังคม (Social Class)

1) วัฒนธรรมหลัก เป็นลักษณะพื้นฐานที่มีอยู่ในทุกสังคมของมนุษย์ และเกิดเป็นค่านิยม การรับรู้ รวมไปถึงพฤติกรรมของมนุษย์ และเมื่อสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นแล้วก็จะถ่ายทอดให้แก่กันจากรุ่นสู่รุ่น โดยแต่ละสังคมต่างมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ดังนั้นพฤติกรรมของมนุษย์ในแต่ละสังคมก็จะแตกต่างกันออกไป

2) อนุวัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรมของคนกลุ่มย่อยที่มีลักษณะเฉพาะที่รวมตัวกันเข้าไปเป็นสังคมใหญ่ โดยจำแนกอนุวัฒนธรรมออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

- อนุวัฒนธรรมทางเชื้อชาติ (Ethnic Subculture)
- อนุวัฒนธรรมตามท้องถิ่น (Regional Subculture)
- อนุวัฒนธรรมทางอายุ (Age Subculture)
- อนุวัฒนธรรมทางอาชีพ (Occupational Subculture)

3) ชนชั้นทางสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน ชนชั้นทางสังคมเมื่อแบ่งออกแล้วจะมีลักษณะของผู้บริโภคในชั้นเดียวกัน มีแนวโน้มทางพฤติกรรมที่เหมือนกันหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งชนชั้นทางสังคมของผู้บริโภคจะถูกจัดกลุ่มโดยใช้ตัวแปรหลายตัว เช่น อาชีพ ความร่ำรวย รายได้ การศึกษา หรือค่านิยม เป็นต้น ซึ่งบุคคลสามารถเคลื่อนตัวจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่งได้

2.4.3.2 ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานภาพทางสังคม เป็นต้น

1) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มที่ผู้บริโภคเข้าไปมีส่วนร่วมหรือเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย โดยคนกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และค่านิยมของบุคคล

2) ครอบครัว (family) บุคคลในแต่ละครอบครัวมีอิทธิพลอย่างมากในด้านของค่านิยม ทัศนคติ และความคิดต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

3) บทบาทและสถานภาพ (Role and Status) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว องค์กรหรือสถาบันต่างๆ โดยที่บุคคลแต่ละคนจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันไป

2.4.3.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ รายได้ และรูปแบบการดำเนินชีวิต

1) อายุ (Age) พฤติกรรมการซื้อหรือการเลือกบริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาที่บุคคลยังมีชีวิตอยู่ โดยเมื่อยังเด็กอยู่พ่อแม่และแม่จะเป็นคนตัดสินใจการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ ในขณะที่เมื่อเข้าสู่วัยรุ่นบุคคลจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆด้วยตนเองในบางครั้ง ขณะที่วัยผู้ใหญ่ซึ่งสามารถหารายได้เป็นของตนเอง อำนาจในการตัดสินใจซื้อจะมีมากที่สุด โดยเมื่อถึงวัยชราจะต้องรับฟังความคิดเห็นจากบุคคลภายในครอบครัวหรือบุคคลอื่นๆ ก่อนที่จะมีการตัดสินใจเลือกซื้อ

2) วัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle State) เป็นการดำรงชีวิตอยู่ของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว โดยแต่ละช่วงของวัฏจักรชีวิตครอบครัวจะมีรูปแบบการบริโภคและรูปแบบการเลือกซื้อที่แตกต่างกันออกไปเช่นกัน โดยสามารถแบ่งวัฏจักรชีวิตครอบครัวออกเป็น 5 ช่วงใหญ่ๆ คือ

- ระยะที่ยังเป็นหนุ่มสาว
- ระยะที่ก้าวเข้าสู่ชีวิตครอบครัว
- ระยะที่ก่อกำเนิดและเลี้ยงดูบุตร
- ระยะที่บุตรแยกตัวออกไปตั้งครอบครัวใหม่
- ระยะสิ้นสุดชีวิตครอบครัว

3) อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะที่จะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการในการบริโภคและการเลือกซื้อที่แตกต่างกันออกไป

4) รายได้ส่วนบุคคล (Personal Income) รายได้ส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันจะทำให้มีความต้องการในการบริโภคและเลือกซื้อที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้น้อยมากจะมีโอกาสในการเลือกซื้อที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย

5) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Styles) รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยแสดงผ่านทางกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) โดยขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ชนชั้นทางสังคมและกลุ่มอาชีพ

2.4.3.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ การจูงใจ (Motivation) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) ความเชื่อ (Belief) และทัศนคติ (Attitudes)

1) การจูงใจ (Motivation) การชักนำหรือจูงใจเพื่อให้บุคคลคล้อยตามสิ่งๆ ที่ชักนำโดยเรียกว่าแรงจูงใจ ซึ่งหมายถึงพลังงานสิ่งกระตุ้นที่มีอยู่ในตัวบุคคลแล้วพร้อมที่จะกระตุ้นหรือชักนำให้บุคคลกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง

2) การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกรับเอาสิ่งเร้ามาจัดระเบียบ ทำความเข้าใจ และตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย ซึ่งการรับรู้แต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการหรืออารมณ์

3) การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม การเรียนรู้ของคุณจะเกิดขึ้นเมื่อคุณได้รับสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด และเกิดการตอบสนองขึ้น

4) ความเชื่อ (Belief) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่บุคคลได้ผ่านมาในอดีต

5) ทักษะคติ (Attitudes) คือ ความคิด ความเข้าใจ ความรู้สึก ความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีผลต่อการแสดงออกของคุณซึ่งอาจจะแสดงออกในทิศทางที่เห็นด้วยหรือไม่ก็ได้ โดยทักษะคติดีมีอิทธิพลต่อความเชื่อในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีผลต่อทักษะคติเช่นเดียวกัน

2.5 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7P's)

2.5.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ภาณุพงศ์ (2559) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้เป็นองค์ประกอบในการกำหนดปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด

วาสนา (2554) กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการไว้ว่าจะมีความแตกต่างไปจากส่วนประสมทางการตลาด คือ ต้องมีการเพิ่มเติมในด้าน พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้ง 3 ส่วนที่กล่าวมานั้นเป็น ปัจจัยด้านการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดจึงประกอบไปด้วย 7 Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ

วิชยา (2559) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบไปด้วย 7 ปัจจัย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงาน แนวคิดนี้จะช่วยให้องค์กรสามารถบริหารจัดการเพื่อให้เป้าหมายประสบความสำเร็จ และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มผู้บริโภค

ศิริวรรณ (2558) กล่าวว่า แนวความคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของฟิลิป คอตเลอร์ ที่ธุรกิจให้บริการจะใช้ประกอบไปด้วย 7 ด้าน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในด้านของการตลาดที่จะต้องมีการจัดการให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจ

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่ใช้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นปัจจัยพื้นฐานเดิมที่ประกอบด้วยทั้งหมด 4 ปัจจัย หรือ 4P's คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แต่เนื่องด้วยในปัจจุบันการตลาดสมัยใหม่ได้ใช้การบริการเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยจึงได้มีการเพิ่มปัจจัยอีก 3 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2.5.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

2.5.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

กานดา (2555) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าหรือบริการที่ธุรกิจเสนอขายต่อลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลัก คือ สิ่งที่ถูกค่าต้องการเป็นหลัก และผลิตภัณฑ์เสริมเป็นข้อเสนออื่นที่ทางธุรกิจมอบให้ เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ

เช่น การซักทำความสะอาดและรีดเสื้อผ้าเป็นผลิตภัณฑ์หลักของร้านซักแห้ง และทางร้านมีบริการซ่อม ปะ เย็บ ผ้า ซึ่งก็เป็นบริการเสริมที่ทำได้ทั้งก่อนและหลังการขายบริการ

กฤษยา (2551) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องเลือกผลิตภัณฑ์ ตลอดจนรูปร่างหรือตราสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายด้วย เพื่อให้การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเป็นไปได้อย่างสะดวก โดยที่นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรกเพราะจะเป็นตัวกำหนดที่ทำให้ลูกค้าหันมาให้ความสนใจมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

ศิริวรรณ (2558) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ขายออกสู่ตลาด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ โดยสินค้านั้นต้องมีอรรถประโยชน์ และมีมูลค่าต่อผู้บริโภคที่เล็งเห็นต่อความต้องการของสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านต่างๆดังต่อไปนี้ด้วย

1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เป็นการทำให้สินค้าหรือบริการเกิดความโดดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ ตรงกับความต้องการและสามารถสร้างจุดสนใจให้กับผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ นั้นๆ ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ประโยชน์ขั้นพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะได้รับโดยตรงจากการเลือกซื้อสินค้า

- รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะภายนอกของสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ โดยรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จะช่วยทำให้สินค้าน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น รูปร่างลักษณะ รูปแบบ เป็นต้น

- ผลิตภัณฑ์ควบ คือ ผลประโยชน์จากการบริการเพิ่มเติมที่ผู้บริโภคจะได้รับหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น การรับประกันของสินค้า การขนส่ง เป็นต้น

- ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง คือ สิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

- ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ คือ การพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและคุณค่าของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยและมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม โดยต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้น

สายสินธุ์ (2562) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่ มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้อง

มีอรรถประโยชน์มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

- 1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างทางการแข่งขัน
- 2) พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า
- 3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจลูกค้าเป้าหมาย
- 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น

2.5.1.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

กุลยา (2551) กล่าวว่า ราคาเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคหันมาสนใจสินค้าหรือบริการนั้นหรือไม่ ดังนั้นจะต้องมีการกำหนดราคาที่ยุติธรรมต่อผู้บริโภค และจะต้องคำนึงถึงต้นทุน การแข่งขันในตลาดเป้าหมาย ตลอดจนเงื่อนไขต่างๆในการขายควบคู่กันไปด้วย โดยราคาจะเป็นตัวชี้วัดที่ผู้บริหารการตลาดจะให้ความสำคัญเป็นพิเศษ เพราะหากราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

ดารินทร์พัชร์ (2557) กล่าวว่า ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

ภาณุพงศ์ (2559) กล่าวว่า ราคา คือสิ่งที่บุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงเป็นมูลค่าในรูปของเงินตรา ดังนั้น ลักษณะของราคาก็คือ ราคามูลค่าของสินค้าและบริการ ราคามูลค่าเป็นจำนวนเงินและสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ ราคามูลค่าเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า ฉะนั้นราคาผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่ง จึงหมายถึงมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นหนึ่งหน่วยในรูปของตัวเงิน ค่าที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับราคามีดังนี้

- 1) มูลค่า (Value) คือ การวัดในเชิงปริมาณของมูลค่าผลิตภัณฑ์เพื่อจูงใจให้ผลิตภัณฑ์เกิดการแลกเปลี่ยน นักการตลาดต้องพยายามเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าที่ลูกค้ายอมรับและพยายามสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) สำหรับผลิตภัณฑ์ด้วยข้อแตกต่างระหว่างราคาและมูลค่า ก็คือราคาจะแสดงมูลค่าของสินค้าต่อหนึ่งหน่วยเสมอ แต่มูลค่าจะแสดงมูลค่าของสินค้าในรูปหนึ่งหน่วยหรือมากกว่าก็ได้

- 2) อรรถประโยชน์ (Utility) คือ คุณสมบัติของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สามารถสนองความต้องการของมนุษย์ให้พอใจ ความสามารถในการสนองความต้องการให้เกิดความพอใจก็คือมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่สามารถวัดออกมาในรูปของราคา

ศิริวรรณ (2558) กล่าวว่า ราคา หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน โดยราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ซึ่งผู้บริโภคจะมีการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าและราคาของสินค้า หากคุณค่ามีมากกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า ราคา คือจำนวนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายออกไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ เป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคจ่ายเพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคจะมีการเปรียบเทียบราคากับคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับจากสินค้าหรือบริการ ซึ่งหากเปรียบเทียบแล้วคุณค่ามีมากกว่าราคาผู้บริโภคก็จะเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

2.5.1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

กุลยา (2551) กล่าวว่า หากผลิตภัณฑ์ไม่สามารถไปถึงสถานที่ที่มีความต้องการในผลิตภัณฑ์นั้นๆ ก็ต้องอาศัยความหมายลงไป ต้องมีการพิจารณาสถานที่ในการวางผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม วางผลิตภัณฑ์เวลาใดจึงจะเป็นที่ต้องการของตลาด โดยบริการจะต้องขึ้นอยู่กับช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ ด้วย เช่น พ่อค้าคนกลาง หรือพ่อค้าปลีก-ส่ง นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงเรื่องการขนส่ง การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและพร้อมสำหรับการจำหน่ายออกสู่ตลาดได้ตลอดเวลา

ดารินทร์พัชร์ (2557) กล่าวว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

พัฒนา (2554) กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ เป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการไปเข้าไปเข้าถึงกลุ่มของลูกค้าที่มีอยู่ในตลาดเป้าหมาย จะจัดช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไรเพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดค่าใช้จ่าย และให้ได้ประสิทธิภาพของต้นทุนสูงที่สุด โดยปัจจัยนี้จะทำให้เข้าถึงกลุ่มของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการกระจายตัวของสินค้าหรือบริการออกสู่ตลาดเพื่อให้ถึงมือผู้บริโภคได้ทันเวลาและสอดคล้องกับความต้องการโดยสามารถทำได้หลายช่องทาง เช่น ทางตรง คือการส่งสินค้าจากผู้ผลิตไปถึงผู้บริโภคโดยที่ไม่ผ่านคนกลางแต่อย่างใด หรือช่องทางอ้อม คือการส่งสินค้าผ่านคนกลางก่อนที่จะไปถึงมือของผู้บริโภค โดยคนกลางนี้อาจจะเป็น ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่ง หรือ ตัวแทนในการจัดจำหน่าย ช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญโดยควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อกระจายสินค้าไปหาผู้บริโภคได้มากขึ้น และรวดเร็วและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

2.5.1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

กานดา (2555) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสื่อสารระหว่างธุรกิจกับลูกค้าที่ทำให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างของสินค้าและบริการ หรือสร้างภาพพจน์และชื่อเสียง ซึ่งทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า การจูงใจให้สนใจและซื้อ และช่วยกระตุ้นความทรงจำของลูกค้า ซึ่งการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง โดยแต่ละวิธีต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละประเภทธุรกิจ เช่น สายการบิน ไม่นิยมขายโดยใช้การตลาดทางตรง แต่จะเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์

กุลยา (2551) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อความให้ตลาดกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ต้องการว่ามีจำหน่าย ณ สถานที่ใด ไม่ว่าการส่งเสริมการตลาดนั้นจะผ่านโดยพนักงานขาย การขายโดยทั่วไป นักการตลาดจะต้องเลือกใช้สื่อต่างๆ ให้มีความ

เหมาะสม เช่น โทรทซ์นั้ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้ายโฆษณา เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยต้องมีนโยบายการจำหน่ายที่เหมาะสมกับกลยุทธ์ของการตลาดอื่นๆที่ตั้งเป้าหมายไว้ด้วย

พัฒนา (2554) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการไปยังผู้ซื้อหรือผู้รับบริการต่างๆ ที่มีอยู่ในตลาดได้รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสาร การให้บริการที่ดำเนินอยู่ โดยผ่านกิจกรรมทางการตลาดที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบ

รุ่งนภา (2557) กล่าวว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การบริการให้ข้อมูลข่าวสารกับลูกค้า เช่น การโฆษณา โปรโมชันต่างๆ และการประชาสัมพันธ์

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อให้ผู้บริโภคนั้นเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ เพื่อชักจูงให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า โดยคาดว่า การส่งเสริมการตลาดนี้จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค หรือเป็นการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้ซื้อและผู้ขาย

2.5.1.5 ปัจจัยด้านบุคลากร (People)

ดารินทร์พัชร์ (2557) กล่าวว่า ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

รุ่งนภา (2557) กล่าวว่า บุคลากร หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการเสนอขายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ

โสภิตา (2558) กล่าวว่า บุคลากร หมายถึง พนักงานทำงานเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่องค์กรต่างๆ โดยบุคลากรนับว่าเป็นส่วนสำคัญทางการตลาดเนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้ไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญคือ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้า

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า บุคคล คือ พนักงานที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กร เป็นผู้ที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กร เป็นปัจจัยที่สำคัญขององค์กร โดยต้องมีการคัดเลือก และฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้บุคคลเหล่านี้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคหรือผู้ที่มาใช้บริการ โดยบุคลากรจะต้องมีทัศนคติที่ดี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค มีทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และปฏิสัมพันธ์อันดีกับผู้มาใช้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกในภายภาคหน้า และหากผู้รับบริการเกิดความประทับใจก็อาจจะเป็นการชักชวนบุคคลอื่นๆให้เข้ามาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

2.5.1.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

ดารินทร์พัชร์ (2557) กล่าวว่า ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

รุ่งนภา (2557) กล่าวว่า กระบวนการหมายถึง การให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าวัยทำงานเกิดความประทับใจในการมาใช้บริการ

โสภิตา (2558) กล่าวว่า กระบวนการให้บริการ (Process) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรมตามรูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร หากกิจกรรมต่างๆภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงกัน จะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า กระบวนการ หมายถึง การส่งมอบคุณภาพของการบริการไปยังผู้มารับบริการมักประกอบไปด้วยหลายกระบวนการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มารับบริการ การให้บริการลูกค้าตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบจะต้องมีความถูกต้อง กระชับ และรวดเร็ว เพื่อให้ผู้มารับบริการเกิดความพึงพอใจในกระบวนการนั้น และต้องมีการจัดการกระบวนการบริการให้มีมาตรฐานและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อที่จะให้เกิดบริการที่มีคุณภาพอย่างสูงสุด

2.5.1.7 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

กานดา (2555) กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ (Physical) คือ สิ่งที่สามารถมองเห็นหรือสามารถสัมผัสได้ เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการของลูกค้า ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ อาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการบริการ

ดารินทร์พัทธ์ (2557) กล่าวว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง การนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

รุ่งนภา (2557) กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง รูปแบบทางกายภาพในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการมาใช้บริการ เช่น การทำให้ร้านมีความสะอาดเรียบร้อย มีที่จอดรถเพียงพอ และเพื่อความสะอาดสบายของลูกค้า

Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งแวดล้อมด้านต่างๆบริเวณพื้นที่ให้บริการ ตั้งแต่ เครื่องมือ อาคาร การตกแต่งสถานที่ สถานที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวก การแต่งกายของพนักงาน และระบบการติดต่อสื่อสารการบริการเป็นต้น เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้เข้ามาใช้บริการที่สร้างให้เกิดความสะอาดสบายและเกิดความประทับใจ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนีย์ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ของวิสาหกิจชุมชนจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-40 ปี มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับปานกลาง และด้านราคามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับสูง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กันในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมพฤติกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นุชดาว (2558) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุดราตรีโดยการตกแต่งด้วยเทคนิคการสานจากเส้นด้ายไหม บ้านครัว เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี เคยซื้อชุดราตรีผ้าไหมและซื้อชุดผ้าไหมในห้างสรรพสินค้า เหตุผลที่ไม่นิยมชุดราตรีที่ผลิตจากผ้าไหมและเทคนิคที่ใช้ตกแต่งไม่แปลกทั้งหมด และไม่เคยเห็นชุดราตรีที่มีการตกแต่งด้วยเทคนิคการสานเส้นไหม นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจด้านเทคนิคการสานเส้นด้ายไหมอยู่ในระดับมาก

พรรณิสสา (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าผู้หญิงจากร้านค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Instagram ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยส่วนใหญ่มีอายุ 18 - 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษามากที่สุด รองลงมาเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท 2) พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าผู้หญิงแต่ละครั้งน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งไม่เกิน 1,000 บาทมากที่สุด โดยซื้อแต่ละเดือนจำนวน 1-3 ชิ้น เป็นการซื้อเสื้อผ้ามากที่สุด มีการหาข้อมูล Facebook ทั้งนี้บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ ตนเอง 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด และ 4) ลักษณะทางประชากรในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผู้หญิงจากร้านค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Instagram แตกต่างกัน

พิมพ์นิภา (2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 45-50 ปี มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง โดยมีรายได้ 5,001-10,000 บาท 2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับสำคัญอย่างยิ่ง โดยข้อที่ให้ความสำคัญระดับสำคัญอย่างยิ่งคือ ในบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมมีความเหมาะสม สวยงาม การทอผ้าไหมมีการทอเนื้อแน่น ลวดลายผ้าไหมมีความหลากหลายให้เลือก และให้ความสำคัญด้านราคาโดยรวมในระดับสำคัญยิ่ง โดยข้อที่ให้ความสำคัญระดับสำคัญอย่างยิ่งคือ ผ้าไหมคุณภาพคุ้มค่างกับราคา ผลิตผ้าไหมสามารถต่อราคาได้ ผลิตผ้าไหมมีป้ายราคาชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัด

จำหน่ายโดยรวมในระดับสำคัญยิ่ง โดยข้อที่ให้ความสำคัญระดับสำคัญอย่างยิ่งคือ นครราชสีมาเป็น ศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การเดินทางไปยังสถานที่จำหน่ายมีความสะดวก และสะดวกในการหาซื้อ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ในระดับสำคัญยิ่ง โดยข้อที่ให้ความสำคัญระดับความสำคัญยิ่งคือ ในการจัดงานแสดง/นิทรรศการ มีความจำเป็น มีการแจกเอกสารคู่มือการดูแลผ้าไหม และการโฆษณา ณ จุดขายมีความจำเป็น

3) วัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าไหมมากที่สุดคือ เพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ โทษสที่เลือกซื้อในกลุ่มตัวอย่าง คือ สีชมพู ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมผืนต่อครั้ง 2.5 หลา จำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งคือ 1,674 บาท ข้อพิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม คือ คุณภาพการทอเนื้อผ้า ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมคือ ป้ายโฆษณา ผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ คือ ตัวเอง

4) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคา กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 หมายความว่า ถ้าคิดว่าส่วนผสมทางการตลาดมีความสำคัญ จำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในการซื้อในแต่ละครั้งจะเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ ส่วนปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 และ 5) อายุต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อจำนวนหลาของผ้าไหมต่างกัน

ภัทรกร (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและส่วนผสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มวัยทำงาน พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มวัยทำงานส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 19-30 ปี ประกอบอาชีพรับราชการ มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท 2) พฤติกรรมในการซื้อของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าไหมมากที่สุดคือ เพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ ซึ่งโทษของผ้าไหมที่นิยมซื้อมากที่สุดคือ น้ำเงินและฟ้า ทั้งนี้โอกาสในการสวมใส่ผ้าไหมมากที่สุดคือ เฉพาะโอกาสสำคัญ ในขณะที่ความถี่ในการซื้อผ้าไหมมากที่สุดคือ ไม่แน่นอน โดยค่าใช้จ่ายในการซื้อผ้าไหมต่อครั้งมากที่สุด 500-1,000 บาท กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม คือ คุณภาพของการทอเนื้อผ้า และรับทราบข้อมูลในการซื้อผ้าไหมจากงานแสดงสินค้า บุคคลที่เป็นแบบอย่างในการซื้อผ้าไหมมากที่สุดคือ ครอบครัว

รัฐนันท์ (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคที่เลือกซื้อจากร้านผ้าฝ้ายทอมือในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างอายุระหว่าง 36-40 ปี 2) ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ รูปแบบสวยงาม ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ ราคาเหมาะกับคุณภาพ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ งานแสดงสินค้าต่างๆ เช่น งานส่งเสริมสินค้า OTOP งานแสดงสินค้าหัตถกรรม ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ การเอาใจใส่ลูกค้าแต่ไม่กดดันลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า 3) จุดประสงค์ในการเลือกซื้อ คือ เพื่อใช้เอง โอกาสที่ได้เลือกซื้อผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มตัวอย่าง คือ

วันสงกรานต์ ความถี่ในการเลือกซื้อ คือ มากกว่า 3 เดือนในการซื้อแต่ละครั้ง จำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง คือ 1-2 ตัว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเลือกซื้อผ้าฝ้ายทอมือแต่ละครั้ง คือ 301-600 บาท ผู้บริโภคที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าฝ้ายทอมือแตกต่างกัน

ศศิณี (2560) ศึกษาเรื่อง การศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทย กรณีศึกษาร้านผ้าไหมขวัญเรือน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านประชากรศาสตร์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย โดยมีอายุระหว่าง 25 – 45 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด และมีรายได้อยู่ในระดับต่ำกว่า 15,000 บาท ซึ่งทั้งลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ให้ผลการวิจัยที่ใกล้เคียงกัน 2) ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทย 3) ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดและด้านอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไทย 4) ภาพรวมด้านพฤติกรรมการใช้ผ้าไทยทั้งจากแบบสอบถามและจากเอกสารต่างๆ สรุปได้ว่า เหตุจูงใจที่ทำให้ซื้อผ้าไทยมากที่สุดคือ ความภาคภูมิใจที่ได้ใช้สินค้าไทยเวลาสวมใส่ให้ความรู้สึกรับประกัน และส่วนใหญ่จะตัดเป็นชุดไว้ใส่เอง แหล่งซื้อผ้าไหมที่นิยมมากที่สุดคือ การซื้อจากร้านผ้าไหมทั่วไป โทสนีที่นิยมใช้คือโทสนีเย็นและมาจากการย้อมสีตามธรรมชาติ และเป็นผ้าพื้นผิวสัมผัสเรียบโดยมีคุณภาพสมกับราคา ด้านคุณภาพของผ้าไหมที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุดคือ สีไม่ตก และต้องการให้เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนของลวดลายและสีเส้นให้มากขึ้น โดยยังคงให้มีความสวยงาม ความประณีตคงเอกลักษณ์ความเป็นไทย การส่งเสริมการขายที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ การจัดโปรโมชั่นลดราคา และมีจะซื้อผ้าไทยไว้ใช้ในโอกาสสำคัญต่างๆ มากกว่าที่จะใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะยังมีทัศนคติว่าผ้าไหมมักมีราคาแพงและการดูแลรักษาทำได้ยาก

สายสุนีย์ (2559) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อผ้าไหมของข้าราชการครูในจังหวัดอุทัยธานี พบว่า 1) ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพดี สีไม่ตก โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในเรื่องสินค้ารวมกันหลากหลายชุมชนเพื่อจำหน่าย ในขณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก และให้ความสำคัญในเรื่องควรมีคำแนะนำการดูแลรักษาผ้าไทยอย่างถูกวิธี 2) กลุ่มตัวอย่างซื้อปีละ 1-2 ครั้ง โดยเลือกซื้อสินค้าจากร้านเฉพาะมีสินค้าและบริการคุณภาพดี และเพื่อนเป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

อิสริยาภรณ์ (2560) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าไทยกะเหรี่ยงบ้านพระพุทธบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน พบว่า การมีหน้าร้านที่มีสินค้ามาขายให้กับลูกค้าได้เลือกซื้อ มีสถานที่จัดโชว์สินค้า มีพนักงานต้อนรับ พุดคุย ให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้าให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ลูกค้า ซึ่งภายในร้านค้าจะมีการทอผ้า ซึ่งลูกค้าสามารถเดินดูขั้นตอนและวิธีการผลิตสินค้าได้ และมีจุดชำระเงิน เป็นแรงกระตุ้นผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการ

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัย รายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 เครื่องมือที่ใช้

3.2 วิธีการ

3.1 เครื่องมือที่ใช้

3.1.1 ลักษณะของเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับโดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5 (Likert, Rensis, 1999) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5 (Likert, Rensis, 1999) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับการตัดสินใจ	คะแนน
ซื้ออย่างแน่นอน	5
น่าจะซื้อ	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่น่าจะซื้อ	2
ไม่ซื้ออย่างแน่นอน	1

3.1.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1) ศึกษาทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าจากไท-ยวน พฤติกรรมของผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

2) กำหนดขอบเขตและโครงสร้างของแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาและเนื้อหาของกรอบแนวคิดการวิจัย

3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข

4) นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบและแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้

5) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างย่อย จำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของชุดคำถามของแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficiency) ของ Cronbach (ศิริชัย, 2555) เพื่อทดสอบความคงที่ภายในของชุดคำถาม

6) นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเชื่อมั่น ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้

3.2 วิธีการ

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

3.2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ (Sample) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี และตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยใช้สูตรในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรของ W.G. Cochran (1977) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ต้องการ

Z แทน ค่าจากตารางตามระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดคือ เท่ากับ

1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

E คือ สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

จากการคำนวณได้ตัวอย่างประมาณ 384 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากประชากรซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี และตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

3.2.2 การหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยต้องการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปทำการเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

3.2.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างแบบสอบถาม รวมถึงให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบโครงสร้างแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงข้อคำถามให้มีความเหมาะสมมากขึ้น เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย มีวิธีการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ (ศิริชัย, 2555)

+1	คะแนน หมายถึง	เห็นว่าสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์
0	คะแนน หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์
-1	คะแนน หมายถึง	เห็นว่าไม่สอดคล้อง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

แล้วนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน มาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง โดยใช้สูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{สูตรหาค่า } IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดย IOC หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง

R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามข้อนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา แต่ถ้าได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (IOC) น้อยกว่า 0.50 หรือมี

ค่าเป็นลบ แสดงว่าคำถามนั้นไม่มีความตรงเชิงเนื้อหา ในงานวิจัยนี้ พบว่า ข้อคำถามที่นำมาใช้ในแบบสอบถามมีค่าเท่ากับ 0.60 - 1.00

3.2.2.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่า คำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ และคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ หลังจากนั้นนำมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาความเชื่อมั่นด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha (ศิริชัย, 2555) เมื่อทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ พบว่า แบบสอบถามโดยรวมมีค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.905

3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

3.2.3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

- 1) ข้อมูลจากวารสารต่างๆ
- 2) ข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ หนังสือวิชาการ บทความต่างๆ
- 3) ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต
- 4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

- 1) ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง
- 2) นำแบบสอบถามซึ่งหาคุณภาพแล้ว ไปขอความร่วมมือจากกลุ่มลูกค้าที่กำหนด โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจวัตถุประสงค์ และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถามก่อนให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มต้นทำ และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

3.2.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลอธิบายตัวแปรของการศึกษาค้างนี้ไว้ดังนี้

3.2.4.1 สถิติเชิงพรรณนา

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

- 2) การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถาม (Best, J.W., 1981) ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง มากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายถึง มาก
2.50 – 3.49	หมายถึง ปานกลาง

1.50 – 2.49	หมายถึง น้อย
1.00 – 1.49	หมายถึง น้อยที่สุด

3) การวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถาม (Best, J.W., 1981) ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายถึง ซื้ออย่างแน่นอน
3.50 – 4.49	หมายถึง น่าจะซื้อ
2.50 – 3.49	หมายถึง ไม่แน่ใจ
1.50 – 2.49	หมายถึง ไม่น่าจะซื้อ
1.00 – 1.49	หมายถึง ไม่ซื้ออย่างแน่นอน

3.2.4.2 สถิติอนุมาน

1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ใช้การวิเคราะห์การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Product Moment Correlation Coefficient)

เกณฑ์การแปลผลความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีกำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย 5 ระดับ ดังนี้ (กัลยา, 2552)

0.81 ขึ้นไป	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.61 – 0.80	มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง
0.41 – 0.60	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.20 – 0.41	มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ
น้อยกว่า 0.20	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

โดยค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ซึ่งเครื่องหมายหน้าตัวเลขจะบอกทิศทางความสัมพันธ์ (กัลยา, 2552) ดังนี้

2.1) ถ้าค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางผกผันหรือตรงข้ามกันคือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2.2) ถ้าค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่มด้วย แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย

2.3) ถ้าค่า r มีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

2.4) ถ้าค่า r มีค่าใกล้เคียง -1 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

2.5) ถ้าค่า r เท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

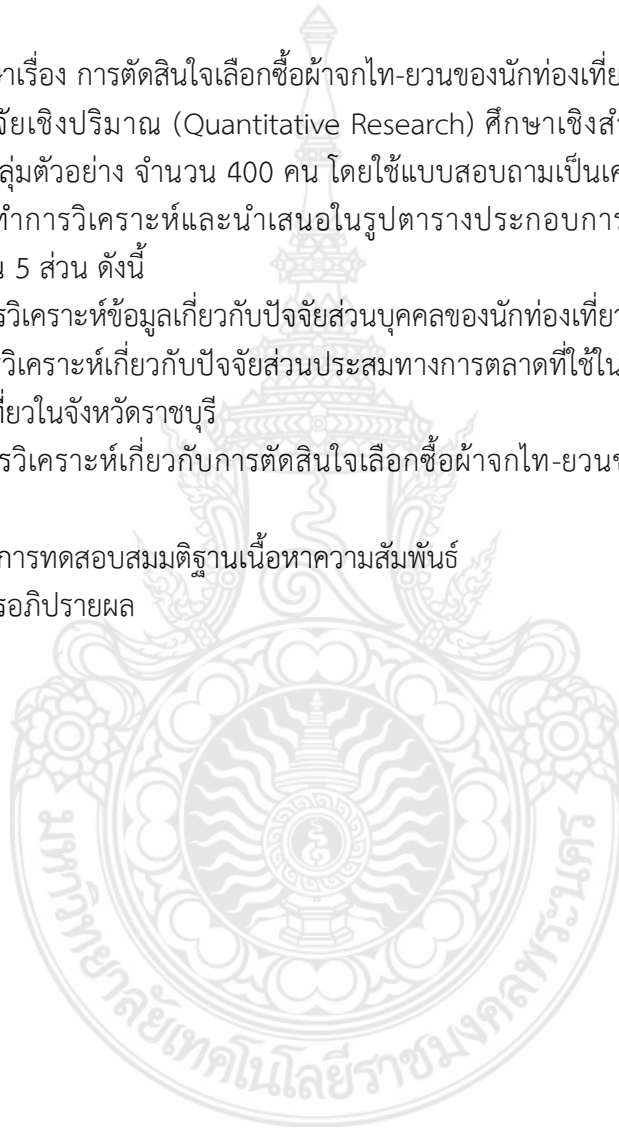
2.6) ถ้าค่า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
- 4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
- 4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานเนื้อหาความสัมพันธ์
- 4.5 การอภิปรายผล



4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และแจกแจงความถี่ (Frequency) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.1 - 4.6

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	151	37.75
หญิง	249	62.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.25 และอีกร้อยละ 37.75 เป็นเพศชาย

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 ปี	48	12.00
31 - 40 ปี	97	24.25
41 - 50 ปี	103	25.75
51 - 60 ปี	88	22.00
มากกว่า 61 ปี	64	16.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 41 - 50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.75 รองลงมาคือ มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.25 และน้อยที่สุดคือ มีอายุไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตารางที่ 4.3 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวนำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	110	27.50
ปริญญาตรี	176	44.00
ปริญญาโท	69	17.25
ปริญญาเอก	45	11.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 27.50 และน้อยที่สุดคือ มีการศึกษาระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.4 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวนำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	44	11.00
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานมหาวิทยาลัย	107	26.75
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	51	12.75
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	73	18.25
อาชีพอิสระ	79	19.75
แม่บ้าน	46	11.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.75 รองลงมาคือ มีอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 19.75 และน้อยที่สุดคือ เป็นนักเรียน / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.00

ตารางที่ 4.5 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 15,000 บาท	63	15.75
15,001 - 20,000 บาท	71	17.75
20001 - 25,000 บาท	138	34.50
25001 - 30,000 บาท	76	19.00
สูงกว่า 30,001 บาท	52	13.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ประมาณ 20,001 - 25,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาคือ มีรายได้ประมาณ 25,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.00 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้สูงกว่า 30,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตารางที่ 4.6 จำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จังหวัดราชบุรี	283	70.75
จังหวัดอื่นๆ	117	29.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 70.75 และอีกร้อยละ 29.25 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย ขอนแก่น สุพรรณบุรี นครปฐม กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์

4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ดังตารางที่ 4.7- 4.14

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.46	0.37	มาก
2. ด้านราคา	4.37	0.49	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.98	0.48	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.11	0.59	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.44	0.34	มาก
6. ด้านกระบวนการ	4.36	0.38	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.17	0.49	มาก
รวม	4.27	0.23	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.37) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.34) และด้านราคา ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.49) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. คุณภาพของผ้าจากไท-ยวนมีความแข็งแรง ทนทาน	4.56	0.62	มากที่สุด
2. ผ้าจากไท-ยวนมีความประณีตสวยงาม	4.69	0.46	มากที่สุด
3. ผ้าจากไท-ยวนมีสีสันทสวยงาม คงทนสีไม่ตก และมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย	4.49	0.62	มาก
4. ลวดลายผ้าจากไท-ยวน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี	4.37	0.48	มาก
5. ผ้าจากไท-ยวนสวมใส่สบาย และดูแลรักษาได้ง่าย	4.19	0.64	มาก
รวม	4.46	0.37	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้

ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผ้าจากไท-ยวนมีความประณีตสวยงาม ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.46) รองลงมาคือ คุณภาพของผ้าจากไท-ยวนมีความแข็งแรง ทนทาน ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.62) และผ้าจากไท-ยวนมีสีสันทสวยงาม คงทนสีไม่ตก และมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและความประณีตของฝีมือการทอผ้าจากไท-ยวน	4.68	0.60	มากที่สุด
2. ราคาของผ้าจากไท-ยวนมีความคงที่ ไม่ผันผวนตามสถานการณ์	4.07	0.96	มาก
3. ผ้าจากไท-ยวนมีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพของผ้าและฝีมือการทอ	4.58	0.50	มากที่สุด
4. ผ้าจากไท-ยวนสามารถต่อรองราคาได้ตามความเหมาะสม	4.26	0.82	มาก
5. ผ้าจากไท-ยวนมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	4.26	0.82	มาก
รวม	4.37	0.49	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและความประณีตของฝีมือการทอผ้าจากไท-ยวน ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.60) รองลงมาคือ ผ้าจากไท-ยวนมีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพของผ้าและฝีมือการทอ ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.50) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ ผ้าจากไท-ยวนสามารถต่อรองราคาได้ตามความเหมาะสม และผ้าจากไท-ยวนมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. มีการจัดแสดง (Display) ผ้าจากไท-ยวน ภายในร้าน อย่างสวยงามและดึงดูดใจ	4.19	0.63	มาก
2. มีการจัดวางผ้าจากไท-ยวนเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน สะดวกต่อการเลือกซื้อ	3.99	0.72	มาก
3. สามารถสั่งซื้อผ้าจากไท-ยวนได้หลายช่องทาง เช่น Facebook / Line	3.80	0.73	มาก
4. มีการจัดส่งผ้าจากไท-ยวนผ่านทางบริษัทขนส่ง เช่น ไปรษณีย์ไทย / Kerry Express และบริษัทอื่นๆ ได้ อย่างรวดเร็ว	3.92	0.66	มาก
รวม	3.98	0.48	มาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการจัดแสดง (Display) ผ้าจากไท-ยวนภายในร้านอย่างสวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ มีการจัดวางผ้าจากไท-ยวนเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจนสะดวกต่อการเลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.72) และมีการจัดส่งผ้าจากไท-ยวนผ่านทางบริษัทขนส่ง เช่น ไปรษณีย์ไทย / Kerry Express และบริษัทอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ้าจากไท-ยวนผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น website / Facebook	4.25	0.67	มาก
2. มีการลดราคาพิเศษในกรณีที่ลูกค้าซื้อผ้าจากไท-ยวนจำนวนมาก	3.80	1.01	มาก
3. มีการลดราคาผ้าจากไท-ยวนตามเทศกาล และโอกาสพิเศษต่างๆ	4.14	1.06	มาก
4. มีของสมนาคุณสำหรับลูกค้า เช่น พวงกุญแจ / ถุงผ้า	4.27	0.83	มาก
รวม	4.11	0.59	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่านักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีของสมนาคุณสำหรับลูกค้า เช่น พวงกุญแจ / ถุงผ้า ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ้าจากไท-ยวนผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น website / Facebook ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.67) และมีการลดราคาผ้าจากไท-ยวนตามเทศกาล และโอกาสพิเศษต่างๆ ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 1.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านบุคลากร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผ้าจากไท-ยวน สามารถให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน	4.69	0.46	มากที่สุด
2. พนักงานพูดจาสุภาพ ไพเราะ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.63	0.48	มากที่สุด
3. จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	4.11	0.70	มาก
4. พนักงานสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ	4.42	0.71	มาก
5. พนักงานมีมิตรไมตรีต่อการให้บริการลูกค้า	4.36	0.48	มาก
รวม	4.44	0.34	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผ้าจากไท-ยวน สามารถให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.46) รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ ไพเราะ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.48) และพนักงานสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านกระบวนการ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. มีการบริการลูกค้าตามลำดับก่อนและหลัง	4.57	0.50	มากที่สุด
2. สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น จ่ายเงินสด / โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	4.31	0.68	มาก
3. มีการรับรองคุณภาพผ้าจากไท-ยวนจากกรณีเกิดความเสียหายจากแหล่งผู้ผลิต	4.26	0.66	มาก
4. มีการบริการหลังการขายโดยมีการรับเปลี่ยนผ้าจากไท-ยวนได้ในระยะเวลาที่กำหนดหากลูกค้าไม่พึงพอใจ	4.24	0.90	มาก
5. มีกระบวนการชำระเงินที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ	4.38	0.60	มาก
รวม	4.36	0.38	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบริการลูกค้าตามลำดับก่อนและหลัง ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.50) รองลงมาคือ มีกระบวนการชำระเงินที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.60) และสามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น จ่ายเงินสด / โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ร้านที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและ เพียงพอ	4.44	0.50	มาก
2. ร้านที่จำหน่ายตั้งอยู่ในย่านท่องเที่ยว เดินทางไปได้ สะดวกสบาย	4.06	0.75	มาก
3. ป้ายชื่อร้านที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน	3.76	0.67	มาก
4. ร้านที่จำหน่ายมีความสะอาด น่าใช้บริการ	4.42	0.72	มาก
5. ร้านที่จำหน่ายกว้างขวางเพียงพอต่อการรับรองลูกค้า	4.18	0.95	มาก
รวม	4.17	0.49	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีร้านที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.50) รองลงมาคือ ร้านที่จำหน่ายมีความสะอาด น่าใช้บริการ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.72) และร้านที่จำหน่ายกว้างขวางเพียงพอต่อการรับรองลูกค้า ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ

4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำแนกตามการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ดังตารางที่ 4.15 - 4.21

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจของการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยรวม

การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยรวม	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.92	0.66	น่าจะซื้อ
2. ประเภทของผ้าจากไท-ยวน	4.09	0.40	น่าจะซื้อ
3. ลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ	3.72	0.44	น่าจะซื้อ
3.1 ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ	3.68	0.55	น่าจะซื้อ
3.2 ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์	3.76	0.49	น่าจะซื้อ
4. โอกาสในการใช้งาน	4.05	0.51	น่าจะซื้อ
5. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	3.33	0.61	ไม่แน่ใจ
6. ความถี่ในการเลือกซื้อ	1.83	0.50	ไม่น่าจะซื้อ
รวม	3.49	0.26	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปได้ว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านประเภทของผ้าจากไท-ยวน ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.40) รองลงมาคือ ด้านโอกาสในการใช้งาน ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.51) และวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ	4.45	0.70	น่าจะซื้อ
2. เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น	3.21	1.31	ไม่แน่ใจ
3. เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ	3.92	0.98	น่าจะซื้อ
4. เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย	4.11	0.69	น่าจะซื้อ
5. เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี	3.93	0.82	น่าจะซื้อ
รวม	3.92	0.66	น่าจะซื้อ

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.69) และเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ด้านประเภทของผ้าจากไท-ยวน

การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านประเภทของผ้าจากไท-ยวน	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ	3.94	0.55	น่าจะซื้อ
2. ผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์	4.25	0.55	น่าจะซื้อ
รวม	4.09	0.40	น่าจะซื้อ

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ด้านประเภทของผ้าจากไท-ยวน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ด้านลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ

การตัดสินใจของการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ	3.68	0.55	น่าจะซื้อ
ลายที่ 1 ผ้าจากไท-ยวน ลายกุศซ้อนเขียว	3.32	0.99	ไม่แน่ใจ
ลายที่ 2 ผ้าจากไท-ยวน ลายหักกบแก้ว	3.75	1.14	น่าจะซื้อ
ลายที่ 3 ผ้าจากไท-ยวน ลายโค้งแก้ง	3.62	0.93	น่าจะซื้อ
ลายที่ 4 ผ้าจากไท-ยวนลายหงส์	3.94	0.96	น่าจะซื้อ
ลายที่ 5 ผ้าจากไท-ยวน ลายกาดอกแก้ว	3.81	1.02	น่าจะซื้อ
ลายที่ 6 ผ้าจากไท-ยวน ลายเขียวใหญ่	3.76	0.90	น่าจะซื้อ
ลายที่ 7 ผ้าจากไท-ยวน ลายดอกเขียว	3.52	1.12	น่าจะซื้อ

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
2. ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์	3.76	0.49	น่าจะซื้อ
ลายที่ 1 ผ้าจากไท-ยวน ลายเซีย	3.87	0.86	น่าจะซื้อ
ลายที่ 2 ผ้าจากไท-ยวน ลายจันจีบ	3.18	1.13	ไม่แน่ใจ
ลายที่ 3 ผ้าจากไท-ยวน ลายปลา	3.82	1.01	น่าจะซื้อ
ลายที่ 4 ผ้าจากไท-ยวน ลายปลานก	4.01	1.17	น่าจะซื้อ
ลายที่ 5 ผ้าจากไท-ยวน ลายขอเหลียวชนกัน	3.97	1.20	น่าจะซื้อ
ลายที่ 6 ผ้าจากไท-ยวน ลายดอกสน	3.43	1.13	น่าจะซื้อ
ลายที่ 7 ผ้าจากไท-ยวน ลายหัก	4.05	1.15	น่าจะซื้อ
รวม	3.72	0.44	น่าจะซื้อ

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจของการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ด้านลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาลวดลายของผ้าจากไท-ยวนสรุปได้ว่า

ลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.55) โดยลวดลายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลายที่ 4 ผ้าจากไท-ยวน ลายหงส์ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.96) รองลงมาคือ ลายที่ 5 ผ้าจากไท-ยวน ลายกาบดอกแก้ว ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 1.02) และลายที่ 6 ผ้าจากไท-ยวน ลายเซียใหญ่ ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.49) โดยลวดลายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลายที่ 7 ผ้าจากไท-ยวน ลายหัก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 1.15) รองลงมาคือ ลายที่ 4 ผ้าจากไท-ยวน ลายปลานก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.17) และลายที่ 5 ผ้าจากไท-ยวน ลายขอเหลียวชนกัน ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 1.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยงในจังหวัดราชบุรี ด้านโอกาสในการใช้งาน

การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านโอกาสในการใช้งาน	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. สวมใส่ในชีวิตประจำวัน	3.32	0.84	ไม่แน่ใจ
2. สวมใส่ในโอกาสพิเศษ	4.27	0.90	น่าจะซื้อ
3. สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ	4.58	0.70	ซื้ออย่างแน่นอน
รวม	4.05	0.51	น่าจะซื้อ

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยงในจังหวัดราชบุรี ด้านโอกาสในการใช้งาน พบว่า นักท่องเที่ยงมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา และงานบุญประเพณี ฯลฯ ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.90) และสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยงในจังหวัดราชบุรี ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ไม่เกิน 2,000 บาท	4.26	1.03	น่าจะซื้อ
2. 2,001 – 5,000 บาท	4.02	1.12	น่าจะซื้อ
3. 5,001 – 8,000 บาท	3.65	1.17	น่าจะซื้อ
4. 8,001 – 11,000 บาท	2.83	0.73	ไม่แน่ใจ
5. มากกว่า 11,001 บาท	1.89	0.79	ไม่น่าจะซื้อ
รวม	3.33	0.61	ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยงในจังหวัดราชบุรี ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยงมีการตัดสินใจอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ จ่ายไม่เกิน 2,000 บาทต่อครั้ง ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 1.03) รองลงมาคือ 2,001 - 5,000 บาทต่อครั้ง ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 1.12) และ 5,001- 8,000 บาทต่อครั้ง ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการเลือกซื้อ

การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ด้านความถี่ในการเลือกซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. เดือนละครั้ง	1.44	0.61	ไม่ซื้ออย่างแน่นอน
2. 2 เดือนต่อครั้ง	1.63	0.60	ไม่น่าจะซื้อ
3. 3 เดือนต่อครั้ง	1.95	0.66	ไม่น่าจะซื้อ
4. 4 เดือนต่อครั้ง	2.32	0.77	ไม่น่าจะซื้อ
รวม	1.83	0.50	ไม่น่าจะซื้อ

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจของการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ด้านความถี่ในการเลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับไม่น่าจะซื้อ ($\bar{X} = 1.83$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4 เดือนต่อครั้ง ($\bar{X} = 2.32$, S.D. = 0.77) รองลงมาคือ 3 เดือนต่อครั้ง ($\bar{X} = 1.95$, S.D. = 0.66) และ 2 เดือนต่อครั้ง ($\bar{X} = 1.63$, S.D. = 0.60) ตามลำดับ

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานเนื้อหาความสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

1) เพศ

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_0 : เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_1 : เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

แสดงดังตารางที่ 4.22 - 4.54

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

เพศ	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	56 (14.00)	76 (19.00)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	0 (0.00)	29 (7.25)	68 (17.00)	152 (38.00)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	124 (31.00)	228 (57.00)	400 (100.00)	4.860	.088

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.088$ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

เพศ	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	19 (4.75)	20 (5.00)	38 (9.50)	57 (14.25)	17 (4.25)	151 (37.75)		
หญิง	33 (8.25)	59 (14.75)	38 (9.50)	63 (15.75)	56 (14.00)	249 (62.25)		
รวม	52 (13.00)	79 (19.75)	76 (19.00)	120 (30.00)	73 (18.25)	400 (100.00)	21.435*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.25 และร้อยละ 15.75

ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

เพศ	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	20 (5.00)	36 (9.00)	58 (14.50)	37 (9.25)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	34 (8.50)	12 (3.00)	116 (29.00)	87 (21.75)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	54 (13.50)	48 (12.00)	174 (43.50)	124 (31.00)	400 (100.00)	33.101*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.50 และ 29.00

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

เพศ	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	39 (9.75)	57 (14.25)	55 (13.75)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	0 (0.00)	37 (9.25)	146 (36.50)	66 (16.50)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)	203 (50.75)	121 (30.25)	400 (100.00)	17.088*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.25 และ 36.50

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

เพศ	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	19 (4.75)	39 (9.75)	56 (14.00)	37 (9.25)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	6 (1.50)	37 (9.25)	146 (36.50)	60 (15.00)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	76 (19.00)	202 (50.50)	97 (24.25)	400 (100.00)	30.166*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi – Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า $.05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$ โดยนักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.00 และ 36.50

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน

เพศ	ประเภทของผ้าจกไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	แบบโบราณ				ซื้ออย่าง แน่นอน			
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	115 (28.75)	17 (4.25)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	0 (0.00)	56 (14.00)	161 (40.25)	32 (8.00)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	75 (18.75)	276 (69.00)	49 (12.25)	400 (100.00)	6.917*	.031

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.031$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.75 และ 40.25

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ประเภทของผ้าจากไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	แบบประยุกต์							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)	ไม่น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ จำนวน (ร้อยละ)	น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	112 (28.00)	39 (9.75)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	141 (35.25)	84 (21.00)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	253 (63.25)	123 (30.75)	400 (100.00)	21.040*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิง ส่วนใหญ่มีการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.00 และ 35.25

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1		ลายกุดซ้อนเซีย					
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	39 (9.75)	17 (4.25)	75 (18.75)	20 (5.00)	151 (37.75)		
หญิง	25 (6.25)	10 (2.50)	107 (26.75)	100 (25.00)	7 (1.75)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	124 (31.00)	175 (43.75)	27 (6.75)	400 (100.00)	99.265*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.75 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย อยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ คิดเป็นร้อยละ 26.75

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2		ลายหกกาบแก้ว					
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	39 (9.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	94 (23.50)	18 (4.50)	151 (37.75)		
หญิง	10 (2.50)	0 (0.00)	27 (6.75)	154 (38.50)	58 (14.50)	249 (62.25)		
รวม	49 (12.25)	0 (0.00)	27 (6.75)	248 (62.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	59.280*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกาบแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกาบแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกาบแก้ว อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.50 และ 38.50

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	38 (9.50)	96 (24.00)	17 (4.25)	151 (37.75)		
หญิง	25 (6.25)	0 (0.00)	90 (22.50)	100 (25.00)	34 (8.50)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	128 (32.00)	196 (49.00)	51 (12.75)	400 (100.00)	29.643*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ 25.00

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายหงส์							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	20 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	131 (32.75)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	4 (1.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	92 (23.00)	101 (25.25)	249 (62.25)		
รวม	24 (6.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	223 (55.75)	101 (25.25)	400 (100.00)	155.831*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.75 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ อยู่ในระดับซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.25

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	39 (9.75)	74 (18.50)	38 (9.50)	151 (37.75)		
หญิง	25 (6.25)	0 (0.00)	61 (15.25)	101 (25.25)	62 (15.50)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	100 (25.00)	175 (43.75)	100 (25.00)	400 (100.00)	16.762*	.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.50 และ 25.25

ตารางที่ 4.34 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ชาย	0	39	35	39	38	151		
	(0.00)	(9.75)	(8.75)	(9.75)	(9.50)	(37.75)		
หญิง	0	10	40	161	38	249		
	(0.00)	(2.50)	(10.00)	(40.25)	(9.50)	(62.25)		
รวม	0	49	75	200	76	400	72.243*	.000
	(0.00)	(12.25)	(18.75)	(50.00)	(19.00)	(100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ อยู่ในระดับไม่น่าจะซื้อและน่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.75 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.25

ตารางที่ 4.35 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายดอกเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	37 (9.25)	35 (8.75)	19 (4.75)	60 (15.00)	151 (37.75)		
หญิง	25 (6.25)	12 (3.00)	62 (15.50)	132 (33.00)	18 (4.50)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	97 (24.25)	151 (37.75)	78 (19.50)	400 (100.00)	136.641*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ลายที่ 7 ลายดอกเซีย อยู่ในระดับซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.00 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ลายที่ 7 ลายดอกเซีย อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.00

ตารางที่ 4.36 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายเซีย				จำนวน			
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	แน่นอน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
ชาย	0	0	96	55	0	151		
	(0.00)	(0.00)	(24.00)	(13.75)	(0.00)	(37.75)		
หญิง	0	0	82	41	126	249		
	(0.00)	(0.00)	(20.50)	(10.25)	(31.50)	(62.25)		
รวม	0	0	178	96	126	400	111.846*	
	(0.00)	(0.00)	(44.50)	(24.00)	(31.50)	(100.00)	.000	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย อยู่ในระดับไม่แน่ใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.00 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย อยู่ในระดับซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.50

ตารางที่ 4.37 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายจันจิบ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	39 (9.75)	37 (9.25)	57 (14.25)	18 (4.50)	151 (37.75)		
หญิง	25 (6.25)	62 (15.50)	62 (15.50)	69 (17.25)	31 (7.75)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	101 (25.25)	99 (24.75)	126 (31.50)	49 (12.25)	400 (100.00)	18.227*	.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า P = 0.001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.25 และ 17.25

ตารางที่ 4.38 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายปลา							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	18 (4.50)	37 (9.25)	57 (14.25)	39 (9.75)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	31 (7.75)	62 (15.50)	70 (17.50)	86 (21.50)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	99 (24.75)	127 (31.75)	125 (31.25)	400 (100.00)	5.058	.168

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.168$ ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.39 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายปลานก				จำนวน			
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	แน่นอน	แน่นอน	แน่นอน	แน่นอน				
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ชาย	0	20	39	18	74	151		
	(0.00)	(5.00)	(9.75)	(4.50)	(18.50)	(37.75)		
หญิง	25	4	12	106	102	249		
	(6.25)	(1.00)	(3.00)	(26.50)	(25.50)	(62.25)		
รวม	25	24	51	124	176	400	98.787*	.000
	(6.25)	(6.00)	(12.75)	(31.00)	(44.00)	(100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก อยู่ในระดับซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.50 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.50

ตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	19 (4.75)	18 (4.50)	36 (9.00)	0 (0.00)	78 (19.50)	151 (37.75)		
หญิง	6 (1.50)	6 (1.50)	36 (9.00)	98 (24.50)	103 (25.75)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	72 (18.00)	98 (24.50)	181 (45.25)	400 (100.00)	95.963*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.40 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน อยู่ในระดับซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.50 และ 25.75

ตารางที่ 4.41 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์)

เพศ	ลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายดอกสน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	20 (5.00)	19 (4.75)	20 (5.00)	92 (23.00)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	32 (8.00)	6 (1.50)	29 (7.25)	157 (39.25)	25 (6.25)	249 (62.25)		
รวม	52 (13.00)	25 (6.25)	49 (12.25)	249 (62.25)	25 (6.25)	400 (100.00)	31.001*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.41 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ 39.25

ตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

เพศ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายหัก							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	19 (4.75)	20 (5.00)	17 (4.25)	57 (14.25)	38 (9.50)	151 (37.75)		
หญิง	6 (1.50)	7 (1.75)	7 (1.75)	93 (23.25)	136 (34.00)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	27 (6.75)	24 (6.00)	150 (37.50)	174 (43.50)	400 (100.00)	60.652*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.42 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก อยู่ในระดับน่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.25 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก อยู่ในระดับซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00

ตารางที่ 4.43 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

เพศ	ด้านโอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในชีวิตประจำวัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	20 (5.00)	75 (18.75)	56 (14.00)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	55 (13.75)	73 (18.25)	97 (24.25)	24 (6.00)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	75 (18.75)	148 (37.00)	153 (38.25)	24 (6.00)	400 (100.00)	29.083*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.43 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านโอกาสในการใช้งานคือสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยคำนึงการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อสำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.75 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อสำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.25

ตารางที่ 4.44 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

เพศ	ด้านโอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในโอกาสพิเศษ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชาย	0 (0.00)	19 (4.75)	18 (4.50)	39 (9.75)	75 (18.75)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	6 (1.50)	30 (7.50)	82 (20.50)	131 (32.75)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	48 (12.00)	121 (30.25)	206 (51.50)	400 (100.00)	17.292*	.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.44 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.001$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยคำนึง การสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน สำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวชมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.75 และ 32.75

ตารางที่ 4.45 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

เพศ	ด้านโอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	18 (4.50)	114 (28.50)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	0 (0.00)	29 (7.25)	55 (13.75)	165 (41.25)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	73 (18.25)	279 (69.75)	400 (100.00)	6.542*	.038

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.45 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.038 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน โดยคำนึงการสวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน สำหรับสวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.50 และ 41.25

ตารางที่ 4.46 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่เกิน 2,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	77 (19.25)	74 (18.50)	151 (37.75)		
หญิง	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	71 (17.75)	129 (32.25)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	148 (37.00)	203 (50.75)	400 (100.00)	42.698*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.46 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือไม่เกิน 2,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือไม่เกิน 2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อมากที่สุด หากค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่เกิน 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.25 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด สำหรับค่าใช้จ่ายต่อครั้งไม่เกิน 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.25

ตารางที่ 4.47 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	2,001 – 5,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชาย	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	114 (28.50)	37 (9.25)	151 (37.75)		
หญิง	25 (6.25)	24 (6.00)	24 (6.00)	59 (14.75)	117 (29.25)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	24 (6.00)	173 (43.25)	154 (38.50)	400 (100.00)	114.933*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.47 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ 2,001 – 5,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ 2,001 – 5,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อมากที่สุด หากค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 2,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.50 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด สำหรับค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 2,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.25

ตารางที่ 4.48 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	5,001 – 8,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชาย	19 (4.75)	0 (0.00)	57 (14.25)	75 (18.75)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	6 (1.50)	48 (12.00)	15 (3.75)	77 (19.25)	103 (25.75)	249 (62.25)		
รวม	25 (6.25)	48 (12.00)	72 (18.00)	152 (38.00)	103 (25.75)	400 (100.00)	168.384*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.48 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ 5,001 – 8,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ 5,001 – 8,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อมากที่สุด หากค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 5,001 – 8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.75 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด สำหรับค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 5,001 – 8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.75

ตารางที่ 4.49 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 – 11,000 บาท					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
ชาย	0 (0.00)	58 (14.50)	93 (23.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	0 (0.00)	89 (22.25)	83 (20.75)	77 (19.25)	0 (0.00)	249 (62.25)		
รวม	0 (0.00)	147 (36.75)	176 (44.00)	77 (19.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	63.933*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.49 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ 8,001 - 11,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ 8,001 - 11,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่แน่ใจว่าจะซื้อมากที่สุด หากค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 8,001 - 11,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.25 และ 20.75

ตารางที่ 4.50 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	มากกว่า 11,001 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ชาย	94 (23.50)	19 (4.75)	38 (9.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	54 (13.50)	130 (32.50)	65 (16.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	249 (62.25)		
รวม	148 (37.00)	149 (37.25)	103 (25.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	81.459*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.50 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือมากกว่า 11,001 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือมากกว่า 11,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่ซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด หากค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่า 11,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.50 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่น่าจะซื้อมากที่สุด หากค่าใช้จ่ายต่อครั้งมากกว่า 11,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.50

ตารางที่ 4.51 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ความถี่ในการเลือกซื้อ เดือนละครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	92 (23.00)	59 (14.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	156 (39.00)	68 (17.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	249 (62.25)		
รวม	248 (62.00)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	19.303*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.51 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน คือ เดือนละครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน คือ เดือนละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่ซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด สำหรับการซื้อเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ 39.00

ตารางที่ 4.52 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ความถี่ในการเลือกซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	76 (19.00)	75 (18.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	99 (24.75)	125 (31.25)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	249 (62.25)		
รวม	175 (43.75)	200 (50.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	17.567*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.52 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน คือ 2 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน คือ 2 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่ซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด สำหรับการซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.00 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่น่าจะซื้อมากที่สุด สำหรับการซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.25

ตารางที่ 4.53 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ความถี่ในการเลือกซื้อผ้า 3 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	56 (14.00)	95 (23.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	41 (10.25)	131 (32.75)	77 (19.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	249 (62.25)		
รวม	97 (24.25)	226 (56.50)	77 (19.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	64.942*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.53 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน คือ 3 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน คือ 3 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชายและหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่น่าจะซื้อมากที่สุด สำหรับการซื้อ 3 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.75 และ 32.75

ตารางที่ 4.54 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

เพศ	ความถี่ในการเลือกซื้อ 4 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ชาย	39 (9.75)	55 (13.75)	57 (14.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	151 (37.75)		
หญิง	10 (2.50)	144 (36.00)	70 (17.50)	25 (6.25)	0 (0.00)	249 (62.25)		
รวม	49 (12.25)	199 (49.75)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	63.074*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.54 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน คือ 4 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน คือ 4 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาย ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่แน่ใจว่าจะซื้อมากที่สุด สำหรับการซื้อ 4 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.25 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่น่าจะซื้อมากที่สุด สำหรับการซื้อ 4 เดือนต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.00

2) อายุ

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_0 : อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_1 : อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

แสดงดังตารางที่ 4.55 – 4.87

ตารางที่ 4.55 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อายุ	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (1.00)	44 (11.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	49 (12.25)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	21 (5.25)	58 (14.50)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (5.75)	65 (16.25)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	12 (3.00)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	124 (31.00)	228 (57.00)	400 (100.00)	145.473*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.55 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี จนถึงอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 11.00, 12.25, 14.50 และ 16.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่น่าจะซื้อมากที่สุด เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตารางที่ 4.56 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อายุ	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น							
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง			
	แน่นอน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
จำนวน	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	จำนวน	(ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	6	5	1	7	29	48		
	(1.50)	(1.25)	(0.25)	(1.75)	(7.25)	(12.00)		
31 - 40 ปี	0	25	0	72	0	97		
	(0.00)	(6.25)	(0.00)	(18.00)	(0.00)	(24.25)		
41 - 50 ปี	22	21	0	40	20	103		
	(5.50)	(5.25)	(0.00)	(10.00)	(5.00)	(25.75)		
51 - 60 ปี	17	22	26	0	23	88		
	(4.25)	(5.50)	(6.50)	(0.00)	(5.75)	(22.00)		
มากกว่า 61 ปี	7	6	49	1	1	64		
	(1.75)	(1.50)	(12.25)	(0.25)	(0.25)	(16.00)		
รวม	52	79	76	120	73	400	382.382*	.000
	(13.00)	(19.75)	(19.00)	(30.00)	(18.25)	(100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.56 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 7.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31- 40 ปี และ 41-50 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อมากที่สุด เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ 10.00 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่แน่ใจว่าจะซื้อมากที่สุด เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.57 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อายุ	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	6 (1.50)	0 (0.00)	11 (2.75)	31 (7.75)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	49 (12.25)	24 (6.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	43 (10.75)	0 (0.00)	40 (10.00)	20 (5.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	43 (10.75)	45 (11.25)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	5 (1.25)	24 (6.00)	31 (7.75)	4 (1.00)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	54 (13.50)	48 (12.00)	174 (43.50)	124 (31.00)	400 (100.00)	218.439*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.57 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี และ อายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 7.75 และ 11.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 40 ปี และ อายุ 61 ปีขึ้นไป ตัดสินใจน่าจะซื้อมากที่สุด เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 12.25 และ 7.75 ส่วนนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 41- 50 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่น่าจะซื้อมากที่สุด เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 10.75

ตารางที่ 4.58 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อายุ	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)	16 (4.00)	29 (7.25)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	24 (6.00)	48 (12.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	38 (9.50)	20 (5.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	65 (16.25)	23 (5.75)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)	60 (15.00)	1 (0.25)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)	203 (50.75)	121 (30.25)	400 (100.00)	163.592	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.58 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี จนถึงอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย คิดเป็นร้อยละ 7.25 และ 12.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่แน่ใจว่าจะซื้อมากที่สุด เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย คิดเป็นร้อยละ 11.25 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อมากที่สุด เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย คิดเป็นร้อยละ 16.25 และ 15.00

ตารางที่ 4.59 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อายุ	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	3 (0.75)	3 (0.75)	13 (3.25)	29 (7.25)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	48 (12.00)	24 (6.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	38 (9.50)	20 (5.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	17 (4.25)	0 (0.00)	48 (12.00)	23 (5.75)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	5 (1.25)	3 (0.75)	55 (13.75)	1 (0.25)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	76 (19.00)	202 (50.50)	97 (24.25)	400 (100.00)	165.724*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.59 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 7.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 40 ปี และ อายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อมากที่สุด เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ 13.75 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่แน่ใจว่าจะซื้อมากที่สุด เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.60 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน

อายุ	ประเภทของผ้าจกไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	แบบโบราณ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (2.25)	11 (2.75)	28 (7.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	97 (24.25)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	40 (10.00)	43 (10.75)	20 (5.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (5.50)	66 (16.50)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (1.00)	59 (14.75)	1 (0.25)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	75 (18.75)	276 (69.00)	49 (12.25)	400 (100.00)	208.493*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.60 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณอย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.25, 10.75, 16.50 และ 14.75

ตารางที่ 4.61 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน

อายุ	ประเภทของผ้าจกไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	แบบประยุกต์							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	34 (8.50)	14 (3.50)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	49 (12.25)	24 (6.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	67 (16.75)	36 (9.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)	17 (4.25)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	32 (8.00)	32 (8.00)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	253 (63.25)	123 (30.75)	400 (100.00)	97.171*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.61 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี จนถึงอายุ 60 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.50, 12.25, 16.75 และ 17.75 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์ และตัดสินใจซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์อย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 8.00

ตารางที่ 4.62 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

อายุ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	4 (1.00)	3 (0.75)	34 (8.50)	4 (1.00)	3 (0.75)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	49 (12.25)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	20 (5.00)	0 (0.00)	38 (9.50)	24 (6.00)	21 (5.25)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	17 (4.25)	0 (0.00)	71 (17.75)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	1 (0.25)	5 (1.25)	28 (7.00)	27 (6.75)	3 (0.75)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	124 (31.00)	175 (43.75)	27 (6.75)	400 (100.00)	224.690*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.62 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 41-50 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป ตัดสินใจว่าไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.50, 9.50 และ 7.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25 และ 17.75

ตารางที่ 4.63 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ)

อายุ	ลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายหกกบแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	3 (0.75)	0 (0.00)	2 (0.50)	36 (9.00)	7 (1.75)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	24 (6.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	61 (15.25)	42 (10.50)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	17 (4.25)	0 (0.00)	22 (5.50)	49 (12.25)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	5 (1.25)	0 (0.00)	3 (0.75)	53 (13.25)	3 (0.75)	64 (16.00)		
รวม	49 (12.25)	0 (0.00)	27 (6.75)	248 (62.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	148.845*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.63 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกบแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกบแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงกลุ่มอายุ ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกบแก้วมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00, 12.25, 15.25, 12.25 และ 13.25

ตารางที่ 4.64 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

อายุ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	4 (1.00)	0 (0.00)	6 (1.50)	12 (3.00)	26 (6.50)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	72 (18.00)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	20 (5.00)	0 (0.00)	43 (10.75)	40 (10.00)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	66 (16.50)	22 (5.50)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	1 (0.25)	0 (0.00)	54 (13.50)	6 (1.50)	3 (0.75)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	128 (32.00)	196 (49.00)	51 (12.75)	400 (100.00)	292.438	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.64 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 40 ปี และอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจน่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ 16.50 และนักท่องเที่ยวอายุ 41 - 50 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.75 และ 13.50

ตารางที่ 4.65 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ)

อายุ	ลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายหงส์				ซื้ออย่าง แน่นอน			
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)	39 (9.75)	6 (1.50)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	49 (12.25)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (5.50)	61 (15.25)	20 (5.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	66 (16.50)	22 (5.50)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	33 (8.25)	4 (1.00)	64 (16.00)		
รวม	24 (6.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	223 (55.75)	101 (25.25)	400 (100.00)	214.932*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.65 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.75, 15.25, 16.50 และ 8.25 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.66 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ)

อายุ	ลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	4 (1.00)	0 (0.00)	5 (1.25)	37 (9.25)	2 (0.50)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	49 (12.25)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	20 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	83 (20.75)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	39 (9.75)	0 (0.00)	49 (12.25)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	1 (0.25)	0 (0.00)	8 (2.00)	6 (1.50)	49 (12.25)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	100 (25.00)	175 (43.75)	100 (25.00)	400 (100.00)	373.412*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.66 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี จนถึงอายุ 50 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้วมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.25, 12.25 และ 20.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้วมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.67 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ)

อายุ	ลวดลายของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	3 (0.75)	26 (6.50)	14 (3.50)	5 (1.25)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	24 (6.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	83 (20.75)	20 (5.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	17 (4.25)	22 (5.50)	23 (5.75)	26 (6.50)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	5 (1.25)	27 (6.75)	31 (7.75)	1 (0.25)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	75 (18.75)	200 (50.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	173.637*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.67 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25, 20.75, 5.75 และ 7.75

ตารางที่ 4.68 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ)

อายุ	ลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายดอกเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	4 (1.00)	3 (0.75)	31 (7.75)	6 (1.50)	4 (1.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	49 (12.25)	24 (6.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	20 (5.00)	0 (0.00)	16 (4.00)	46 (11.50)	21 (5.25)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	17 (4.25)	0 (0.00)	45 (11.25)	26 (6.50)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	1 (0.25)	29 (7.25)	26 (6.50)	5 (1.25)	3 (0.75)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	97 (24.25)	151 (37.75)	78 (19.50)	400 (100.00)	242.385*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.68 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75 ส่วนนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31 – 60 ปี ตัดสินใจว่าน่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25, 11.50 และ 11.25 และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.25

ตารางที่ 4.69 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อายุ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value	
	ลายที่ 1 ลายเซีย				จำนวน				
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ					ซื้ออย่าง
	แน่นอน	จำนวน	จำนวน	จำนวน					แน่นอน
จำนวน	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	จำนวน	(ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0	0	40	1	7	48			
	(0.00)	(0.00)	(10.00)	(0.25)	(1.75)	(12.00)			
31 - 40 ปี	0	0	24	24	49	97			
	(0.00)	(0.00)	(6.00)	(6.00)	(12.25)	(24.25)			
41 - 50 ปี	0	0	37	24	42	103			
	(0.00)	(0.00)	(9.25)	(6.00)	(10.50)	(25.75)			
51 - 60 ปี	0	0	65	23	0	88			
	(0.00)	(0.00)	(16.25)	(5.75)	(0.00)	(22.00)			
มากกว่า 61 ปี	0	0	12	24	28	64			
	(0.00)	(0.00)	(3.00)	(6.00)	(7.00)	(16.00)			
รวม	0	0	178	96	126	400	116.821*	.000	
	(0.00)	(0.00)	(44.50)	(24.00)	(31.50)	(100.00)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.69 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ 16.25 ส่วนนักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 31 -50 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25, 10.50 และ 7.00

ตารางที่ 4.70 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อายุ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายจันจิบ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	4 (1.00)	6 (1.50)	35 (8.75)	3 (0.75)	0 (0.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	49 (12.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	20 (5.00)	22 (5.50)	37 (9.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	17 (4.25)	23 (5.75)	48 (12.00)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	1 (0.25)	7 (1.75)	4 (1.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	101 (25.25)	99 (24.75)	126 (31.50)	49 (12.25)	400 (100.00)	270.154*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.70 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ 2 ลายจันจิบ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ 2 ลายจันจิบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ 2 ลายจันจิบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.75 และ 9.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ 2 ลายจันจิบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25 และนักท่องเที่ยวอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ 2 ลายจันจิบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ 6.75

ตารางที่ 4.71 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อายุ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายปลา							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)	29 (7.25)	16 (4.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	25 (6.25)	48 (12.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (11.50)	21 (5.25)	36 (9.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	39 (9.75)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	24 (6.00)	2 (0.50)	28 (7.00)	10 (2.50)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	99 (24.75)	127 (31.75)	125 (31.25)	400 (100.00)	235.880*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.71 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.25 ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 31 - 50 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ 11.50 และนักท่องเที่ยวอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25 และ 7.00

ตารางที่ 4.72 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อายุ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายปลานก				จำนวน			
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	แน่นอน	แน่นอน	แน่นอน	แน่นอน				
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	4	0	1	4	39	48		
	(1.00)	(0.00)	(0.25)	(1.00)	(9.75)	(12.00)		
31 - 40 ปี	0	24	0	49	24	97		
	(0.00)	(6.00)	(0.00)	(12.25)	(6.00)	(24.25)		
41 - 50 ปี	20	0	24	22	37	103		
	(5.00)	(0.00)	(6.00)	(5.50)	(9.25)	(25.75)		
51 - 60 ปี	0	0	26	23	39	88		
	(0.00)	(0.00)	(6.50)	(5.75)	(9.75)	(22.00)		
มากกว่า 61 ปี	1	0	0	26	37	64		
	(0.25)	(0.00)	(0.00)	(6.50)	(9.25)	(16.00)		
รวม	25	24	51	124	176	400	224.124*	.000
	(6.25)	(6.00)	(12.75)	(31.00)	(44.00)	(100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.72 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.75, 9.25, 9.75 และ 9.25 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.73 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อายุ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	3 (0.75)	0 (0.00)	24 (6.00)	8 (2.00)	13 (3.25)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	48 (12.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	16 (4.00)	63 (15.75)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	17 (4.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (5.75)	48 (12.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	5 (1.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	26 (6.50)	9 (2.25)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	72 (18.00)	98 (24.50)	181 (45.25)	400 (100.00)	258.142*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.73 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 – 60 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00, 15.75 และ 12.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50

ตารางที่ 4.74 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อายุ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายดอกสน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	7 (1.75)	3 (0.75)	0 (0.00)	38 (9.50)	0 (0.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	48 (12.00)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	41 (10.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	62 (15.50)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	17 (4.25)	0 (0.00)	71 (17.75)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	4 (1.00)	5 (1.25)	0 (0.00)	30 (7.50)	25 (6.25)	64 (16.00)		
รวม	52 (13.00)	25 (6.25)	49 (12.25)	249 (62.25)	25 (6.25)	400 (100.00)	416.473*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.74 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.50, 15.50, 17.75 และ 7.50 ยกเว้นนักท่องเที่ยวอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.75 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อายุ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายหัก							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	3 (0.75)	3 (0.75)	24 (6.00)	12 (3.00)	6 (1.50)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	97 (24.25)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	21 (5.25)	0 (0.00)	62 (15.50)	20 (5.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	17 (4.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	22 (5.50)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	5 (1.25)	3 (0.75)	0 (0.00)	27 (6.75)	29 (7.25)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	27 (6.75)	24 (6.00)	150 (37.50)	174 (43.50)	400 (100.00)	417.233*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.75 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.00 ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 31 - 40 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.25 และ 7.25 และนักท่องเที่ยวอายุ 41 - 60 ปี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.50 และ 12.25

ตารางที่ 4.76 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

อายุ	ด้านโอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในชีวิตประจำวัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	4 (1.00)	7 (1.75)	30 (7.50)	7 (1.75)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	24 (6.00)	48 (12.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	21 (5.25)	66 (16.50)	0 (0.00)	16 (4.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	23 (5.75)	0 (0.00)	65 (16.25)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	3 (0.75)	27 (6.75)	33 (8.25)	1 (0.25)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	75 (18.75)	148 (37.00)	153 (38.25)	24 (6.00)	400 (100.00)	195.703*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.76 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.50 ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 31 - 50 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ 16.50 และนักท่องเที่ยวอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.25 และ 8.25

ตารางที่ 4.77 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

อายุ	ด้านโอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในโอกาสพิเศษ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	3 (0.75)	7 (1.75)	1 (0.25)	37 (9.25)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	49 (12.25)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (4.00)	24 (6.00)	63 (15.75)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	17 (4.25)	0 (0.00)	23 (5.75)	48 (12.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	5 (1.25)	25 (6.25)	25 (6.25)	9 (2.25)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	48 (12.00)	121 (30.25)	206 (51.50)	400 (100.00)	153.189*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.77 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี จนถึงอายุ 60 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 9.25, 12.25, 15.75 และ 12.00 ยกเว้นนักท่องเที่ยวอายุ 61 ปีขึ้นไป บางส่วนไม่แน่ใจว่าจะซื้อ และมีบางส่วนที่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 4.78 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

อายุ	ด้านโอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (1.75)	41 (10.25)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	73 (18.25)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	16 (4.00)	63 (15.75)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	88 (22.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	50 (12.50)	14 (3.50)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	73 (18.25)	279 (69.75)	400 (100.00)	244.115*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.78 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี จนถึงอายุ 60 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.25, 18.25, 15.75 และ 22.00 ยกเว้นนักท่องเที่ยวอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 4.79 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

อายุ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่เกิน 2,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)	ไม่น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ จำนวน (ร้อยละ)	น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	4 (1.00)	0 (0.00)	1 (0.25)	1 (0.25)	42 (10.50)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	49 (12.25)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	20 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	59 (14.75)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (5.75)	26 (6.50)	39 (9.75)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	1 (0.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	14 (3.50)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	148 (37.00)	203 (50.75)	400 (100.00)	197.650*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.79 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือไม่เกิน 2,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือไม่เกิน 2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี จนถึงอายุ 60 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละไม่เกิน 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.50, 12.25, 14.75 และ 9.75 ยกเว้นนักท่องเที่ยวอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละไม่เกิน 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.80 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

อายุ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	2,001 – 5,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	4 (1.00)	1 (0.25)	0 (0.00)	4 (1.00)	39 (9.75)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	48 (12.00)	25 (6.25)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	20 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	59 (14.75)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	23 (5.75)	0 (0.00)	43 (10.75)	22 (5.50)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	1 (0.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	54 (13.50)	9 (2.25)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	24 (6.00)	173 (43.25)	154 (38.50)	400 (100.00)	294.169*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.80 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 – 5,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 – 5,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละประมาณ 2,001 – 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.75 และ 14.75 ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 31 - 40 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ ผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละประมาณ 2,001 – 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00, 10.75 และ 13.50

ตารางที่ 4.81 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

อายุ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	5,001 – 8,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	3 (0.75)	1 (0.25)	0 (0.00)	28 (7.00)	16 (4.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	24 (6.00)	48 (12.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	21 (5.25)	58 (14.50)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	17 (4.25)	23 (5.75)	0 (0.00)	26 (6.50)	22 (5.50)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	5 (1.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	7 (1.75)	64 (16.00)		
รวม	25 (6.25)	48 (12.00)	72 (18.00)	152 (38.00)	103 (25.75)	400 (100.00)	299.061*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.81 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวนในราคาครั้งละประมาณ 5,001 – 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.00, 6.50 และ 13.00 ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวนในราคาครั้งละประมาณ 5,001 – 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00 และนักท่องเที่ยวอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวนในราคาครั้งละประมาณ 5,001 - 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.50

ตารางที่ 4.82 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

อายุ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	8,001 – 11,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ไม่เกิน 30 ปี	0 (0.00)	11 (2.75)	30 (7.50)	7 (1.75)	0 (0.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	0 (0.00)	72 (18.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	37 (9.25)	24 (6.00)	42 (10.50)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	0 (0.00)	23 (5.75)	65 (16.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	0 (0.00)	4 (1.00)	57 (14.25)	3 (0.75)	0 (0.00)	64 (16.00)		
รวม	0 (0.00)	147 (36.75)	176 (44.00)	77 (19.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	213.777*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.82 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 – 11,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 – 11,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวนในราคาครั้งละประมาณ 8,001-11,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.50, 16.25 และ 14.25 ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวนในราคาครั้งละประมาณ 8,001 - 11,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.00 และนักท่องเที่ยวอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวนในราคาครั้งละประมาณ 8,001 - 11,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.50

ตารางที่ 4.83 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

อายุ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	มากกว่า 11,001 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	30 (7.50)	14 (3.50)	4 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	72 (18.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	21 (5.25)	60 (15.00)	22 (5.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	17 (4.25)	45 (11.25)	26 (6.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	8 (2.00)	5 (1.25)	51 (12.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	64 (16.00)		
รวม	148 (37.00)	149 (37.25)	103 (25.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	210.384*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.83 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ มากกว่า 11,001 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ มากกว่า 11,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี จนถึงไม่เกิน 40 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละมากกว่า 11,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ 18.00 ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 41 – 60 ปี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละมากกว่า 11,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.00 และ 11.25 และนักท่องเที่ยวอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละมากกว่า 11,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.75

ตารางที่ 4.84 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ

อายุ	ความถี่ในการเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เดือนละครึ่ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	41 (10.25)	3 (0.75)	4 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	73 (18.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	59 (14.75)	24 (6.00)	20 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	40 (10.00)	48 (12.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	35 (8.75)	28 (7.00)	1 (0.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	64 (16.00)		
รวม	248 (62.00)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	85.474*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.84 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ เดือนละครึ่ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ เดือนละครึ่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี อายุ 31 - 50 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวนเดือนละครึ่ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.25, 18.25, 14.75 และ 8.75 และนักท่องเที่ยวอายุ 51 - 60 ปี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวนเดือนละครึ่ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตารางที่ 4.85 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อายุ	ความถี่ในการเลือกซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	41 (10.25)	3 (0.75)	4 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	24 (6.00)	73 (18.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	59 (14.75)	24 (6.00)	20 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	40 (10.00)	48 (12.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	11 (2.75)	52 (13.00)	1 (0.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	64 (16.00)		
รวม	175 (43.75)	200 (50.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	142.767	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.85 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 2 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 2 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 41 - 50 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน 2 เดือนต่อครั้ง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 10.25 และ 14.75 ส่วนนักท่องเที่ยวอายุ 31 - 40 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน 2 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.25, 12.00 และ 13.00

ตารางที่ 4.86 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ

อายุ	ความถี่ในการเลือกซื้อ 3 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	34 (8.50)	7 (1.75)	7 (1.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	24 (6.00)	73 (18.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	16 (4.00)	45 (11.25)	42 (10.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	17 (4.25)	71 (17.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	6 (1.50)	30 (7.50)	28 (7.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	64 (16.00)		
รวม	97 (24.25)	226 (56.50)	77 (19.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	167.934*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.86 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 3 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 3 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน 3 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน 3 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.25, 11.25, 17.75 และ 7.50

ตารางที่ 4.87 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ

อายุ	ความถี่ในการเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	4 เดือนต่อครั้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ไม่เกิน 30 ปี	3 (0.75)	41 (10.25)	4 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)		
31 - 40 ปี	24 (6.00)	24 (6.00)	49 (12.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	97 (24.25)		
41 - 50 ปี	0 (0.00)	57 (14.25)	46 (11.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	103 (25.75)		
51 - 60 ปี	17 (4.25)	45 (11.25)	26 (6.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	88 (22.00)		
มากกว่า 61 ปี	5 (1.25)	32 (8.00)	2 (0.50)	25 (6.25)	0 (0.00)	64 (16.00)		
รวม	49 (12.25)	199 (49.75)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	228.509*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.87 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 4 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 4 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวอายุไม่เกิน 30 ปี และอายุ 41 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน 4 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.25, 14.25, 11.25 และ 8.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31 - 40 ปี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน 4 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25

3) ระดับการศึกษาสูงสุด

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี

H_0 : ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี

H_1 : ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี

แสดงดังตารางที่ 4.88 – 4.120

ตารางที่ 4.88 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ระดับการศึกษาสูงสุด	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (5.50)	64 (16.00)	24 (6.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	43 (10.75)	114 (28.50)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (1.75)	17 (4.25)	21 (5.25)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	124 (31.00)	228 (57.00)	400 (100.00)	114.535*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.88 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.00 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษา

ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.50, 17.25 และ 5.25

ตารางที่ 4.89 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ระดับการศึกษาสูงสุด	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน	จำนวน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	24 (6.00)	26 (6.50)	0 (0.00)	41 (10.25)	19 (4.75)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	49 (12.25)	65 (16.25)	40 (10.00)	22 (5.50)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	24 (6.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	4 (1.00)	4 (1.00)	11 (2.75)	18 (4.50)	8 (2.00)	45 (11.25)		
รวม	52 (13.00)	79 (19.75)	76 (19.00)	120 (30.00)	73 (18.25)	400 (100.00)	162.849*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.89 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและปริญญาเอก ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.25 และ 2.75 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาโท บางส่วนตัดสินใจแน่นอนที่จะไม่ซื้อ และบางส่วนตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.90 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ระดับการศึกษาสูงสุด	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	50 (12.50)	19 (4.75)	22 (5.50)	19 (4.75)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	20 (5.00)	108 (27.00)	48 (12.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	45 (11.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	4 (1.00)	9 (2.25)	20 (5.00)	12 (3.00)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	54 (13.50)	48 (12.00)	174 (43.50)	124 (31.00)	400 (100.00)	192.171*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.90 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวก่อน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวก่อนที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.50 ส่วนนักท่องเที่ยวก่อนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.00 และ 5.00 และนักท่องเที่ยวก่อนที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.91 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ระดับการศึกษาสูงสุด	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	26 (6.50)	46 (11.50)	38 (9.50)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	42 (10.50)	112 (28.00)	22 (5.50)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	45 (11.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (2.00)	21 (5.25)	16 (4.00)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)	203 (50.75)	121 (30.25)	400 (100.00)	74.994*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.91 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.50, 28.00 และ 5.25 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.92 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ระดับการศึกษาสูงสุด	ด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	26 (6.50)	65 (16.25)	19 (4.75)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	42 (10.50)	112 (28.00)	22 (5.50)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	1 (0.25)	8 (2.00)	25 (6.25)	11 (2.75)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	76 (19.00)	202 (50.50)	97 (24.25)	400 (100.00)	228.180*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.92 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวก มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามด้านวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.25, 28.00 และ 6.25 ยกเว้นนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.93 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ประเภทของผ้าจากไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	แบบโบราณ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	110 (27.50)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	66 (16.50)	88 (22.00)	22 (5.50)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	24 (6.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (2.25)	33 (8.25)	3 (0.75)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	75 (18.75)	276 (69.00)	49 (12.25)	400 (100.00)	134.621*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.93 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวก มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวกทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.50, 22.00, 11.25 และ 8.25

ตารางที่ 4.94 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ประเภทของผ้าจกไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	แบบประยุกต์							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)	ไม่น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ จำนวน (ร้อยละ)	น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (5.50)	88 (22.00)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	132 (33.00)	44 (11.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (0.50)	33 (8.25)	10 (2.50)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	253 (63.25)	123 (30.75)	400 (100.00)	248.291*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.94 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวนแบบประยุกต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.00, 33.00 และ 8.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบประยุกต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.25

ตารางที่ 4.95 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (11.50)	38 (9.50)	26 (6.50)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	66 (16.50)	110 (27.50)	0 (0.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	45 (11.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	4 (1.00)	12 (3.00)	27 (6.75)	1 (0.25)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	124 (31.00)	175 (43.75)	27 (6.75)	400 (100.00)	444.161*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.95 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.50 และ 6.75 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.96 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายหักกบแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	67 (16.75)	43 (10.75)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	26 (6.50)	150 (37.50)	0 (0.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	45 (11.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	4 (1.00)	0 (0.00)	1 (0.25)	31 (7.75)	9 (2.25)	45 (11.25)		
รวม	49 (12.25)	0 (0.00)	27 (6.75)	248 (62.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	348.047*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.96 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหักกบแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวก่อน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหักกบแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหักกบแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.75, 37.50 และ 7.75 ส่วนนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหักกบแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.97 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	50 (12.50)	60 (15.00)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	66 (16.50)	62 (15.50)	48 (12.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	0 (0.00)	12 (3.00)	29 (7.25)	3 (0.75)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	128 (32.00)	196 (49.00)	51 (12.75)	400 (100.00)	205.927*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.97 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวกที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.00, 11.25 และ 7.25 ส่วนนักท่องเที่ยวกที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.50

ตารางที่ 4.98 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจกไท-ยวนแบบโบราณ)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายหงส์							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	64 (16.00)	22 (5.50)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (5.75)	104 (26.00)	49 (12.25)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	21 (5.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	3 (0.75)	0 (0.00)	5 (1.25)	31 (7.75)	6 (1.50)	45 (11.25)		
รวม	24 (6.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	223 (55.75)	101 (25.25)	400 (100.00)	115.515*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.98 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวก มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.00, 26.00 และ 7.75 ยกเว้นนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท บางส่วนน่าจะซื้อ และบางส่วนตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจกไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.99 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (5.50)	69 (17.25)	19 (4.75)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	26 (6.50)	85 (21.25)	65 (16.25)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	0 (0.00)	7 (1.75)	21 (5.25)	16 (4.00)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	100 (25.00)	175 (43.75)	100 (25.00)	400 (100.00)	235.698*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.99 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวก่อน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวก่อนที่มีการศึกษาค้นคว้าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.25, 21.25 และ 5.25 ส่วนนักท่องเที่ยวก่อนที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.100 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	91 (22.75)	19 (4.75)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	68 (17.00)	86 (21.50)	22 (5.50)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	45 (11.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	4 (1.00)	7 (1.75)	23 (5.75)	11 (2.75)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	75 (18.75)	200 (50.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	336.360*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.100 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.75, 21.50 และ 5.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.101 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายดอกเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	65 (16.25)	26 (6.50)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	20 (5.00)	66 (16.50)	68 (17.00)	22 (5.50)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	5 (1.25)	12 (3.00)	18 (4.50)	9 (2.25)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	97 (24.25)	151 (37.75)	78 (19.50)	400 (100.00)	231.985*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.101 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.25, 17.00 และ 4.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท บางส่วนตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน และบางส่วนไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.102 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายเซีย				จำนวน			
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	แน่นอน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
จำนวน	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0	0	26	38	46	110		
	(0.00)	(0.00)	(6.50)	(9.50)	(11.50)	(27.50)		
ปริญญาตรี	0	0	91	39	46	176		
	(0.00)	(0.00)	(22.75)	(9.75)	(11.50)	(44.00)		
ปริญญาโท	0	0	45	0	24	69		
	(0.00)	(0.00)	(11.25)	(0.00)	(6.00)	(17.25)		
ปริญญาเอก	0	0	16	19	10	45		
	(0.00)	(0.00)	(4.00)	(4.75)	(2.50)	(11.25)		
รวม	0	0	178	96	126	400	55.199*	.000
	(0.00)	(0.00)	(44.50)	(24.00)	(31.50)	(100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.102 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.75 และ 11.25 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4.103 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายจันจิบ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	24 (6.00)	45 (11.25)	22 (5.50)	19 (4.75)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	23 (5.75)	43 (10.75)	87 (21.75)	23 (5.75)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	45 (11.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	9 (2.25)	11 (2.75)	17 (4.25)	7 (1.75)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	101 (25.25)	99 (24.75)	126 (31.50)	49 (12.25)	400 (100.00)	248.709*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.103 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25 ส่วนนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.75 และ 4.25 และนักท่องเที่ยงที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.104 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายปลา							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	65 (16.25)	45 (11.25)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	43 (10.75)	19 (4.75)	67 (16.75)	47 (11.75)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	6 (1.50)	15 (3.75)	15 (3.75)	9 (2.25)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	99 (24.75)	127 (31.75)	125 (31.25)	400 (100.00)	296.755*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.104 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.75 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.25 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก บางส่วนไม่แน่ใจที่จะซื้อ และบางส่วนน่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา คิดเป็นร้อยละ 3.75

ตารางที่ 4.105 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายปลานก							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	65 (16.25)	45 (11.25)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	41 (10.25)	43 (10.75)	92 (23.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	21 (5.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	3 (0.75)	10 (2.50)	16 (4.00)	15 (3.75)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	51 (12.75)	124 (31.00)	176 (44.00)	400 (100.00)	293.729*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.105 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.25 และ 4.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.00 และท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท บางส่วนไม่ซื้ออย่างแน่นอน และบางส่วนตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.106 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (5.50)	19 (4.75)	69 (17.25)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	20 (5.00)	41 (10.25)	67 (16.75)	48 (12.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	4 (1.00)	9 (2.25)	12 (3.00)	19 (4.75)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	72 (18.00)	98 (24.50)	181 (45.25)	400 (100.00)	202.959*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.106 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวนักศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.25, 11.25 และ 4.75 ส่วนนักท่องเที่ยวนักศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.75

ตารางที่ 4.107 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายดอกสน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	26 (6.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	84 (21.00)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (5.75)	130 (32.50)	23 (5.75)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	24 (6.00)	21 (5.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	2 (0.50)	1 (0.25)	5 (1.25)	35 (8.75)	2 (0.50)	45 (11.25)		
รวม	52 (13.00)	25 (6.25)	49 (12.25)	249 (62.25)	25 (6.25)	400 (100.00)	277.878*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.107 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.00, 32.50 และ 8.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทบางส่วนตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน และบางส่วนไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.108 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ระดับการศึกษาสูงสุด	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายหัก							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	26 (6.50)	0 (0.00)	43 (10.75)	41 (10.25)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (5.50)	82 (20.50)	72 (18.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	1 (0.25)	2 (0.50)	25 (6.25)	16 (4.00)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	27 (6.75)	24 (6.00)	150 (37.50)	174 (43.50)	400 (100.00)	239.735*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.108 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดำรงต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.75, 20.50 และ 6.25 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.109 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ด้านโอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในชีวิตประจำวัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	67 (16.75)	43 (10.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	39 (9.75)	116 (29.00)	21 (5.25)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	8 (2.00)	21 (5.25)	13 (3.25)	3 (0.75)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	75 (18.75)	148 (37.00)	153 (38.25)	24 (6.00)	400 (100.00)	276.444*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.109 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวนั้นที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.75 ส่วนนักท่องเที่ยวนั้นที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.00 และนักท่องเที่ยวนั้นที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25 และ 5.25

ตารางที่ 4.110 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ด้านโอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในโอกาสพิเศษ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	41 (10.25)	69 (17.25)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	41 (10.25)	42 (10.50)	93 (23.25)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	24 (6.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	1 (0.25)	7 (1.75)	17 (4.25)	20 (5.00)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	48 (12.00)	121 (30.25)	206 (51.50)	400 (100.00)	161.531*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.110 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวนั้น มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวนั้นที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.25, 23.25 และ 5.00 ยกเว้นนักท่องเที่ยวนั้นที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท บางส่วนไม่น่าจะซื้อ และบางส่วนตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.111 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ด้านโอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (5.50)	0 (0.00)	88 (22.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	64 (16.00)	93 (23.25)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (1.75)	9 (2.25)	29 (7.25)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	73 (18.25)	279 (69.75)	400 (100.00)	97.324*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.111 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา งานบุญประเพณี ฯลฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.00, 23.25, 17.25 และ 7.25

ตารางที่ 4.112 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่เกิน 2,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	22 (5.50)	69 (17.25)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	84 (21.00)	92 (23.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	24 (6.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	0 (0.00)	5 (1.25)	21 (5.25)	18 (4.50)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	148 (37.00)	203 (50.75)	400 (100.00)	172.564*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.112 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ ไม่เกิน 2,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ ไม่เกิน 2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ ไม่เกิน 2,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.25, 23.00 และ 4.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาโท บางส่วนตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน และบางส่วนตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ ไม่เกิน 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.113 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	2,001 – 5,000 บาท				จำนวน			
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	19 (4.75)	22 (5.50)	19 (4.75)	50 (12.50)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	84 (21.00)	92 (23.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	5 (1.25)	2 (0.50)	25 (6.25)	12 (3.00)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	24 (6.00)	173 (43.25)	154 (38.50)	400 (100.00)	265.200*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.113 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 – 5,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 – 5,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 2,001 – 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.50 และ 23.00 และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาโท และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 2,001 – 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25 และ 6.25

ตารางที่ 4.114 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	5,001 – 8,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	41 (10.25)	19 (4.75)	26 (6.50)	24 (6.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	110 (27.50)	47 (11.75)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	1 (0.25)	7 (1.75)	13 (3.25)	16 (4.00)	8 (2.00)	45 (11.25)		
รวม	25 (6.25)	48 (12.00)	72 (18.00)	152 (38.00)	103 (25.75)	400 (100.00)	275.426*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.114 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 5,001 – 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 5,001 – 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.50 และ 4.00 และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท บางส่วนไม่ซื้ออย่างแน่นอน และบางส่วนตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 5,001 – 8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.115 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	8,001 – 11,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	86 (21.50)	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	0 (0.00)	21 (5.25)	132 (33.00)	23 (5.75)	0 (0.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	0 (0.00)	21 (5.25)	24 (6.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	0 (0.00)	19 (4.75)	20 (5.00)	6 (1.50)	0 (0.00)	45 (11.25)		
รวม	0 (0.00)	147 (36.75)	176 (44.00)	77 (19.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	183.506*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.115 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 – 11,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 – 11,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 8,001 – 11,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 8,001 – 11,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.00 และ 5.00 และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท บางส่วนไม่แน่ใจว่าจะซื้อ และบางส่วนน่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 8,001 – 11,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.116 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	มากกว่า 11,001 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	67 (16.75)	19 (4.75)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	22 (5.50)	89 (22.25)	65 (16.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	45 (11.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	14 (3.50)	17 (4.25)	14 (3.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)		
รวม	148 (37.00)	149 (37.25)	103 (25.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	108.576*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.116 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ มากกว่า 11,001 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ มากกว่า 11,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละมากกว่า 11,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.75 และ 11.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ มากกว่า 11,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.25 และ 4.25

ตารางที่ 4.117 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ความถี่ในการเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เดือนละครั้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	110 (27.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	86 (21.50)	90 (22.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	24 (6.00)	21 (5.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	28 (7.00)	16 (4.00)	1 (0.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)		
รวม	248 (62.00)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	203.685*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.117 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ เดือนละครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ เดือนละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจกไท-ยวน เดือนละครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.50 และ 7.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน เดือนละครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.50 และสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท บางส่วนไม่ซื้ออย่างแน่นอน และบางส่วนไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.118 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ความถี่ในการเลือกซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	69 (17.25)	41 (10.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	43 (10.75)	133 (33.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	45 (11.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	18 (4.50)	26 (6.50)	1 (0.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)		
รวม	175 (43.75)	200 (50.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	202.021*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.118 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 2 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 2 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจกไท-ยวน 2 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.25 และ 11.25 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน 2 เดือนต่อครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.25 และ 6.50

ตารางที่ 4.119 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ความถี่ในการเลือกซื้อ 3 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	86 (21.50)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	110 (27.50)		
ปริญญาตรี	43 (10.75)	110 (27.50)	23 (5.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	45 (11.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	9 (2.25)	30 (7.50)	6 (1.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)		
รวม	97 (24.25)	226 (56.50)	77 (19.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	138.186*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.119 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 3 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 3 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อซื้อผ้าจกไท-ยวน 3 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.50, 27.50 และ 7.50 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจกไท-ยวน 3 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.120 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน

ระดับการศึกษาสูงสุด	ความถี่ในการเลือกซื้อ 4 เดือนต่อครั้ง					รวม จำนวน (ร้อยละ)	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)	ไม่น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ จำนวน (ร้อยละ)	น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0 (0.00)	67 (16.75)	43 (10.75)	0 (0.00)			
ปริญญาตรี	0 (0.00)	89 (22.25)	64 (16.00)	23 (5.75)	0 (0.00)	176 (44.00)		
ปริญญาโท	45 (11.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	69 (17.25)		
ปริญญาเอก	4 (1.00)	19 (4.75)	20 (5.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	45 (11.25)		
รวม	49 (12.25)	199 (49.75)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	251.625*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.120 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 4 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 4 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อซื้อผ้าจกไท-ยวน 4 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.75 และ 22.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจกไท-ยวน 4 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25 และนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะไม่ซื้อผ้าจกไท-ยวน 4 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00

4) อาชีพ

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี

H_0 : อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี

H_1 : อาชีพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี

แสดงดังตารางที่ 4.121 – 4.153

ตารางที่ 4.121 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อาชีพ	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.25)	6 (1.50)	33 (8.25)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (4.00)	15 (3.75)	76 (19.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)	3 (0.75)	45 (11.25)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	62 (15.50)	17 (4.25)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	38 (9.50)	8 (2.00)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	124 (31.00)	228 (57.00)	400 (100.00)	234.458*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.121 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอิสระ และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.50 และ 9.50 ส่วนอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.25, 19.00, 11.25 และ 12.25

ตารางที่ 4.122 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อาชีพ	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	17 (4.25)	11 (2.75)	10 (2.50)	6 (1.50)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	33 (8.25)	32 (8.00)	29 (7.25)	13 (3.25)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	27 (6.75)	2 (0.50)	8 (2.00)	9 (2.25)	5 (1.25)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	17 (4.25)	26 (6.50)	0 (0.00)	18 (4.50)	18 (4.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	8 (2.00)	1 (0.25)	25 (6.25)	6 (1.50)	6 (1.50)	46 (11.50)		
รวม	52 (13.00)	79 (19.75)	76 (19.00)	120 (30.00)	73 (18.25)	400 (100.00)	270.429*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.122 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานมหาวิทยาลัย และอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.25, 8.25 และ 6.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75 สำหรับ

นักท่องเที่ยวที่ค้าขาย หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญให้แก่ผู้อื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00 และนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญให้แก่ผู้อื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 4.123 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อาชีพ	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (1.50)	19 (4.75)	19 (4.75)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	15 (3.75)	49 (12.25)	43 (10.75)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	27 (6.75)	3 (0.75)	8 (2.00)	13 (3.25)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	26 (6.50)	18 (4.50)	17 (4.25)	18 (4.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	1 (0.25)	6 (1.50)	33 (8.25)	6 (1.50)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	54 (13.50)	48 (12.00)	174 (43.50)	124 (31.00)	400 (100.00)	180.929*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.123 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา บางส่วนน่าจะซื้อ และบางส่วนตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 4.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานมหาวิทยาลัย ค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25, 12.00 และ 8.25 และนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง พนักงานบริษัท และประกอบอาชีพอิสระ

ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75 และ 6.50

ตารางที่ 4.124 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อาชีพ	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	14 (3.50)	19 (4.75)	11 (2.75)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	32 (8.00)	49 (12.25)	26 (6.50)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)	37 (9.25)	11 (2.75)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	0 (0.00)	26 (6.50)	17 (4.25)	36 (9.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (0.25)	33 (8.25)	12 (3.00)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)	203 (50.75)	121 (30.25)	400 (100.00)	79.918*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.124 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50 ส่วนนักท่องเที่ยวในอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.75, 12.25, 9.25, 12.00 และ 8.25

ตารางที่ 4.125 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

อาชีพ	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	14 (3.50)	19 (4.75)	11 (2.75)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	32 (8.00)	49 (12.25)	26 (6.50)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)	37 (9.25)	11 (2.75)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	17 (4.25)	26 (6.50)	18 (4.50)	18 (4.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	8 (2.00)	1 (0.25)	31 (7.75)	6 (1.50)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	76 (19.00)	202 (50.50)	97 (24.25)	400 (100.00)	129.132*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.125 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า $.05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$ โดยนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50 ส่วนนักท่องเที่ยวในอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.75, 12.25, 9.25, 12.00 และ 7.75

ตารางที่ 4.126 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ประเภทของผ้าจากไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	แบบโบราณ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (3.25)	25 (6.25)	6 (1.50)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	33 (8.25)	61 (15.25)	13 (3.25)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.25)	41 (10.25)	5 (1.25)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	79 (19.75)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (11.50)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	75 (18.75)	276 (69.00)	49 (12.25)	400 (100.00)	124.277*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.126 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย และประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25 ส่วนนักท่องเที่ยวในอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25, 15.25, 10.25, 19.75 และ 11.50

ตารางที่ 4.127 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ประเภทของผ้าจากไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	แบบประยุกต์							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	39 (9.75)	5 (1.25)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	94 (23.50)	13 (3.25)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	6 (1.50)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	62 (15.50)	17 (4.25)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (3.25)	33 (8.25)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	253 (63.25)	123 (30.75)	400 (100.00)	267.361*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.127 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย ประกอบธุรกิจส่วนตัว และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ประยุกต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25 และ 8.25 ส่วนนักท่องเที่ยวในอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ประยุกต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.75, 23.50, 11.25 และ 15.50

ตารางที่ 4.128 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขี้ยว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	5 (1.25)	6 (1.50)	33 (8.25)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	13 (3.25)	13 (3.25)	81 (20.25)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	6 (1.50)	32 (8.00)	13 (3.25)	0 (0.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25 (6.25)	0 (0.00)	48 (12.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	17 (4.25)	0 (0.00)	36 (9.00)	26 (6.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	8 (2.00)	25 (6.25)	12 (3.00)	1 (0.25)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	124 (31.00)	175 (43.75)	27 (6.75)	400 (100.00)	395.690	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.128 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขี้ยว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขี้ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานมหาวิทยาลัย และมีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขี้ยว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.25, 20.25 และ 9.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง / พนักงานบริษัท ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าน่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขี้ยว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.00, 12.00 และ 6.25

ตารางที่ 4.129 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายหักกบแก้ว				ซื้ออย่าง แน่นอน			
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
นักเรียน / นักศึกษา	5 (1.25)	0 (0.00)	8 (2.00)	31 (7.75)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	13 (3.25)	0 (0.00)	17 (4.25)	77 (19.25)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	6 (1.50)	0 (0.00)	2 (0.50)	16 (4.00)	27 (6.75)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	17 (4.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	44 (11.00)	18 (4.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	8 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	32 (8.00)	6 (1.50)	46 (11.50)		
รวม	49 (12.25)	0 (0.00)	27 (6.75)	248 (62.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	132.270*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.129 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหักกบแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหักกบแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอาชีพ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหักกบแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75, 19.25, 4.00, 12.00, 11.00 และ 8.00

ตารางที่ 4.130 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	15 (3.75)	15 (3.75)	14 (3.50)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	31 (7.75)	46 (11.50)	30 (7.50)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	30 (7.50)	14 (3.50)	7 (1.75)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	0 (0.00)	26 (6.50)	53 (13.25)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	26 (6.50)	20 (5.00)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	128 (32.00)	196 (49.00)	51 (12.75)	400 (100.00)	230.649*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.130 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา บางส่วนไม่แน่ใจว่าจะซื้อ และบางส่วนน่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง คิดเป็นร้อยละ 3.75 ส่วนนักท่องเที่ยวรับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย ค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง คิดเป็นร้อยละ 11.50, 12.00 และ 13.25 และนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ 6.50

ตารางที่ 4.131 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายหงส์				จำนวน			
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	แน่นอน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
นักเรียน / นักศึกษา	5 (1.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	22 (5.50)	17 (4.25)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	13 (3.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	61 (15.25)	33 (8.25)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	6 (1.50)	0 (0.00)	27 (6.75)	16 (4.00)	2 (0.50)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	49 (12.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	79 (19.75)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	21 (5.25)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	24 (6.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	223 (55.75)	101 (25.25)	400 (100.00)	323.084*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.131 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย ค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.50, 15.25, 6.00 และ 19.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75 และ 6.25

ตารางที่ 4.132 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (3.25)	20 (5.00)	11 (2.75)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	30 (7.50)	45 (11.25)	32 (8.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (2.00)	35 (8.75)	8 (2.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	0 (0.00)	17 (4.25)	44 (11.00)	18 (4.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (2.00)	7 (1.75)	31 (7.75)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	100 (25.00)	175 (43.75)	100 (25.00)	400 (100.00)	192.468*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.132 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย ลูกจ้าง พนักงานบริษัท และมีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00, 11.25, 8.75 และ 11.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่ค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25 และนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตารางที่ 4.133 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	5 (1.25)	20 (5.00)	14 (3.50)	5 (1.25)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	13 (3.25)	45 (11.25)	32 (8.00)	17 (4.25)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	6 (1.50)	10 (2.50)	30 (7.50)	5 (1.25)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	17 (4.25)	0 (0.00)	44 (11.00)	18 (4.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	8 (2.00)	0 (0.00)	32 (8.00)	6 (1.50)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	75 (18.75)	200 (50.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	134.944*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.133 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00 และ 11.25 ส่วนนักท่องเที่ยวในอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.50, 12.00, 11.00 และ 8.00

ตารางที่ 4.134 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายดอกเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	6 (1.50)	6 (1.50)	22 (5.50)	10 (2.50)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	15 (3.75)	13 (3.25)	49 (12.25)	30 (7.50)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	3 (0.75)	5 (1.25)	32 (8.00)	11 (2.75)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	17 (4.25)	18 (4.50)	18 (4.50)	26 (6.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	8 (2.00)	31 (7.75)	6 (1.50)	1 (0.25)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	97 (24.25)	151 (37.75)	78 (19.50)	400 (100.00)	237.558*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.134 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และเป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.50, 12.25 และ 8.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50 และนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตารางที่ 4.135 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายเซีย				จำนวน			
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	แน่นอน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
นักเรียน / นักศึกษา	0	0	24	11	9	44		
	(0.00)	(0.00)	(6.00)	(2.75)	(2.25)	(11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0	0	60	31	16	107		
	(0.00)	(0.00)	(15.00)	(7.75)	(4.00)	(26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0	0	18	6	27	51		
	(0.00)	(0.00)	(4.50)	(1.50)	(6.75)	(12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0	0	24	0	49	73		
	(0.00)	(0.00)	(6.00)	(0.00)	(12.25)	(18.25)		
อาชีพอิสระ	0	0	43	36	0	79		
	(0.00)	(0.00)	(10.75)	(9.00)	(0.00)	(19.75)		
แม่บ้าน	0	0	9	12	25	46		
	(0.00)	(0.00)	(2.25)	(3.00)	(6.25)	(11.50)		
รวม	0	0	178	96	126	400	133.169*	.000
	(0.00)	(0.00)	(44.50)	(24.00)	(31.50)	(100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.135 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และมีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.00, 15.00 และ 10.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท ค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75, 12.25 และ 6.25

ตารางที่ 4.136 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายจันจิบ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	14 (3.50)	6 (1.50)	24 (6.00)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	29 (7.25)	13 (3.25)	65 (16.25)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	33 (8.25)	5 (1.25)	13 (3.25)	0 (0.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	17 (4.25)	44 (11.00)	0 (0.00)	18 (4.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	8 (2.00)	7 (1.75)	0 (0.00)	31 (7.75)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	101 (25.25)	99 (24.75)	126 (31.50)	49 (12.25)	400 (100.00)	443.688*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.136 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.00, 16.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ไม่น่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.00 และนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตารางที่ 4.137 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value	
	ลายที่ 3 ลายปลา				ซื้ออย่าง แน่นอน				จำนวน
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ					
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน					
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0	15	5	11	13	44			
	(0.00)	(3.75)	(1.25)	(2.75)	(3.25)	(11.00)			
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0	31	16	30	30	107			
	(0.00)	(7.75)	(4.00)	(7.50)	(7.50)	(26.75)			
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0	3	30	10	8	51			
	(0.00)	(0.75)	(7.50)	(2.50)	(2.00)	(12.75)			
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0	0	24	0	49	73			
	(0.00)	(0.00)	(6.00)	(0.00)	(12.25)	(18.25)			
อาชีพอิสระ	0	0	18	44	17	79			
	(0.00)	(0.00)	(4.50)	(11.00)	(4.25)	(19.75)			
แม่บ้าน	0	0	6	32	8	46			
	(0.00)	(0.00)	(1.50)	(8.00)	(2.00)	(11.50)			
รวม	0	49	99	127	125	400	204.636*	.000	
	(0.00)	(12.25)	(24.75)	(31.75)	(31.25)	(100.00)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.137 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.75, 7.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.50 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอิสระ และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.00 และ 8.00

ตารางที่ 4.138 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายปลานก				จำนวน			
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	แน่นอน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
นักเรียน / นักศึกษา	0	5	10	15	14	44		
	(0.00)	(1.25)	(2.50)	(3.75)	(3.50)	(11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0	13	33	31	30	107		
	(0.00)	(3.25)	(8.25)	(7.75)	(7.50)	(26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0	6	8	30	7	51		
	(0.00)	(1.50)	(2.00)	(7.50)	(1.75)	(12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25	0	0	24	24	73		
	(6.25)	(0.00)	(0.00)	(6.00)	(6.00)	(18.25)		
อาชีพอิสระ	0	0	0	18	61	79		
	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(4.50)	(15.25)	(19.75)		
แม่บ้าน	0	0	0	6	40	46		
	(0.00)	(0.00)	(0.00)	(1.50)	(10.00)	(11.50)		
รวม	25	24	51	124	176	400	271.094*	.000
	(6.25)	(6.00)	(12.75)	(31.00)	(44.00)	(100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.138 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา และลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.75 และ 7.50 สำหรับนักท่องเที่ยวที่รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอิสระ และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ 10.00

ตารางที่ 4.139 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	6 (1.50)	11 (2.75)	9 (2.25)	18 (4.50)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	15 (3.75)	29 (7.25)	16 (4.00)	47 (11.75)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	3 (0.75)	8 (2.00)	0 (0.00)	40 (10.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	17 (4.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	18 (4.50)	44 (11.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	8 (2.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	31 (7.75)	7 (1.75)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	72 (18.00)	98 (24.50)	181 (45.25)	400 (100.00)	200.324*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.139 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75 ส่วนนักท่องเที่ยวในอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.50, 11.75, 10.00, 6.25 และ 11.00

ตารางที่ 4.140 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายดอกสน				จำนวน			
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	แน่นอน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0	0	14	30	0	44		
	(0.00)	(0.00)	(3.50)	(7.50)	(0.00)	(11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0	0	29	78	0	107		
	(0.00)	(0.00)	(7.25)	(19.50)	(0.00)	(26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0	0	6	45	0	51		
	(0.00)	(0.00)	(1.50)	(11.25)	(0.00)	(12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25	0	0	48	0	73		
	(6.25)	(0.00)	(0.00)	(12.00)	(0.00)	(18.25)		
อาชีพอิสระ	26	17	0	36	0	79		
	(6.50)	(4.25)	(0.00)	(9.00)	(0.00)	(19.75)		
แม่บ้าน	1	8	0	12	25	46		
	(0.25)	(2.00)	(0.00)	(3.00)	(6.25)	(11.50)		
รวม	52	25	49	249	25	400	406.388*	.000
	(13.00)	(6.25)	(12.25)	(62.25)	(6.25)	(100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.140 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25 ส่วนนักท่องเที่ยวในอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.50, 19.50, 11.25, 12.00 และ 9.00

ตารางที่ 4.141 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์)

อาชีพ	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายหัก							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (1.50)	16 (4.00)	22 (5.50)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (3.25)	48 (12.00)	46 (11.50)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.25)	38 (9.50)	8 (2.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	49 (12.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	17 (4.25)	26 (6.50)	0 (0.00)	18 (4.50)	18 (4.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	8 (2.00)	1 (0.25)	0 (0.00)	6 (1.50)	31 (7.75)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	27 (6.75)	24 (6.00)	150 (37.50)	174 (43.50)	400 (100.00)	245.216*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.141 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.50, 12.25 และ 7.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และเป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ 9.50 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50

ตารางที่ 4.142 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการทำงาน

อาชีพ	ด้านโอกาสในการทำงาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในชีวิตประจำวัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (4.00)	28 (7.00)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	44 (11.00)	63 (15.75)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	39 (9.75)	12 (3.00)	0 (0.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	44 (11.00)	18 (4.50)	17 (4.25)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	7 (1.75)	6 (1.50)	33 (8.25)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	75 (18.75)	148 (37.00)	153 (38.25)	24 (6.00)	400 (100.00)	313.938*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.142 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการทำงาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการทำงาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.00, 15.75 และ 8.25 สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท และค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.75 และ 6.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.00

ตารางที่ 4.143 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการทำงาน

อาชีพ	โอกาสในการทำงาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในโอกาสพิเศษ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (1.50)	10 (2.50)	28 (7.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	15 (3.75)	29 (7.25)	63 (15.75)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)	9 (2.25)	39 (9.75)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	17 (4.25)	0 (0.00)	18 (4.50)	44 (11.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	8 (2.00)	0 (0.00)	31 (7.75)	7 (1.75)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	48 (12.00)	121 (30.25)	206 (51.50)	400 (100.00)	150.621*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.143 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการทำงาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวก่อน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการทำงาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวกที่เป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75 และนักท่องเที่ยวกในอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.00, 15.75, 9.75, 6.25 และ 11.00

ตารางที่ 4.144 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการทำงาน

อาชีพ	โอกาสในการทำงาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.25)	6 (1.50)	33 (8.25)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (4.00)	15 (3.75)	76 (19.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (0.75)	3 (0.75)	45 (11.25)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	79 (19.75)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	21 (5.25)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	73 (18.25)	279 (69.75)	400 (100.00)	135.637*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.144 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการทำงาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ / วันสงกรานต์ / วันเข้าพรรษา / งานบุญประเพณี ฯลฯ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการทำงาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ / วันสงกรานต์ / วันเข้าพรรษา / งานบุญประเพณี ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ / วันสงกรานต์ / วันเข้าพรรษา / งานบุญประเพณี ฯลฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25 และนักท่องเที่ยวในอาชีพที่เหลือทั้งหมด ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.25, 19.00, 11.25, 6.25 และ 19.75

ตารางที่ 4.145 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่เกิน 2,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	23 (5.75)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	61 (15.25)	46 (11.50)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	17 (4.25)	34 (8.50)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	0 (0.00)	18 (4.50)	0 (0.00)	61 (15.25)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (1.50)	25 (6.25)	15 (3.75)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	148 (37.00)	203 (50.75)	400 (100.00)	238.140*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.145 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือไม่เกิน 2,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือไม่เกิน 2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา และลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท และมีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละไม่เกิน 2,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.75, 8.50 และ 15.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ 6.25 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 4.146 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	2,001 – 5,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	23 (5.75)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	61 (15.25)	46 (11.50)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	17 (4.25)	34 (8.50)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	18 (4.50)	0 (0.00)	35 (8.75)	26 (6.50)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	6 (1.50)	0 (0.00)	39 (9.75)	1 (0.25)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	24 (6.00)	173 (43.25)	154 (38.50)	400 (100.00)	363.122*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.146 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 – 5,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 – 5,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา และเป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 2,001 – 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.75 และ 8.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่รับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานมหาวิทยาลัย อาชีพอิสระ และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.25, 8.75 และ 9.75 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 4.147 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	5,001 – 8,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (2.50)	26 (6.50)	8 (2.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	0 (0.00)	29 (7.25)	61 (15.25)	17 (4.25)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (2.25)	13 (3.25)	29 (7.25)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	17 (4.25)	18 (4.50)	18 (4.50)	26 (6.50)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	8 (2.00)	6 (1.50)	6 (1.50)	26 (6.50)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	25 (6.25)	48 (12.00)	72 (18.00)	152 (38.00)	103 (25.75)	400 (100.00)	289.257*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.147 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย อาชีพอิสระ และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละประมาณ 5,001 – 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50, 15.25, 6.50 และ 6.50 และนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้างพนักงานบริษัท และค้าขาย หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.25 และ 12.25

ตารางที่ 4.148 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	8,001 – 11,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	0 (0.00)	5 (1.25)	30 (7.50)	9 (2.25)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	0 (0.00)	13 (3.25)	78 (19.50)	16 (4.00)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	0 (0.00)	6 (1.50)	18 (4.50)	27 (6.75)	0 (0.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	48 (12.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	0 (0.00)	62 (15.50)	17 (4.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	0 (0.00)	13 (3.25)	33 (8.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	0 (0.00)	147 (36.75)	176 (44.00)	77 (19.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	229.042*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.148 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 – 11,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 – 11,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และเป็นแม่บ้าน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ 8,001 – 11,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.50 19.50 และ 8.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกจ้าง พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75 และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัว และมีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ 15.50

ตารางที่ 4.149 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	มากกว่า 11,001 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	11 (2.75)	22 (5.50)	11 (2.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	26 (6.50)	49 (12.25)	32 (8.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	11 (2.75)	5 (1.25)	35 (8.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	24 (6.00)	49 (12.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	61 (15.25)	18 (4.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	15 (3.75)	6 (1.50)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	148 (37.00)	149 (37.25)	103 (25.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	179.149*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.149 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ มากกว่า 11,001 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ มากกว่า 11,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ในราคาครั้งละ มากกว่า 11,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.50, 12.25 และ 12.25 ส่วนนักท่องเที่ยวลูกจ้าง / พนักงานบริษัท และแม่บ้าน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.75 และ 6.25 และส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.25

ตารางที่ 4.150 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ความถี่ในการเลือกซื้อ เดือนละครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	21 (5.25)	23 (5.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	44 (11.00)	63 (15.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	35 (8.75)	16 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	48 (12.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	79 (19.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	21 (5.25)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	248 (62.00)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	228.164*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.150 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ เดือนละครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ เดือนละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เดือนละครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.75, 15.75 และ 6.25 ส่วนนักท่องเที่ยวลูกจ้าง / พนักงานบริษัท ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.75, 12.00 และ 19.75

ตารางที่ 4.151 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ความถี่ในการเลือกซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	11 (2.75)	33 (8.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	26 (6.50)	81 (20.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	38 (9.50)	13 (3.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	24 (6.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	61 (15.25)	18 (4.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	15 (3.75)	31 (7.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	175 (43.75)	200 (50.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	203.834*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.151 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 2 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 2 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และแม่บ้าน ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน 2 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.25, 20.25 และ 7.75 ส่วนนักท่องเที่ยวลูกจ้าง / พนักงานบริษัท และอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.50 และ 15.25 และส่วนนักท่องเที่ยวค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 4.152 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ความถี่ในการเลือกซื้อ 3 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	11 (2.75)	33 (8.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	26 (6.50)	81 (20.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	11 (2.75)	13 (3.25)	27 (6.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	24 (6.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	17 (4.25)	62 (15.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	8 (2.00)	13 (3.25)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	97 (24.25)	226 (56.50)	77 (19.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	154.636*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.152 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 3 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 3 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา รับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และอาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน 3 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.25, 20.25 และ 15.50 ส่วนนักท่องเที่ยว ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75, 6.25 และ 6.25

ตารางที่ 4.153 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

อาชีพ	ความถี่ในการเลือกซื้อ 4 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
นักเรียน / นักศึกษา	5 (1.25)	20 (5.00)	19 (4.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	44 (11.00)		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ/ พนักงานมหาวิทยาลัย	13 (3.25)	45 (11.25)	49 (12.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	107 (26.75)		
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	6 (1.50)	10 (2.50)	35 (8.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	51 (12.75)		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	73 (18.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	73 (18.25)		
อาชีพอิสระ	17 (4.25)	44 (11.00)	18 (4.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	79 (19.75)		
แม่บ้าน	8 (2.00)	7 (1.75)	6 (1.50)	25 (6.25)	0 (0.00)	46 (11.50)		
รวม	49 (12.25)	199 (49.75)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	327.845*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.153 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 4 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 4 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน หรือนักศึกษา ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน 4 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00, 18.25 และ 11.00 ส่วนนักท่องเที่ยวรับราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25 และ 8.75 และนักท่องเที่ยวแม่บ้าน ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

แสดงดังตารางที่ 4.154 – 4.186

ตารางที่ 4.154 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ					รวม จำนวน	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.25)	26 (6.50)	32 (8.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	52 (13.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	117 (29.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	124 (31.00)	228 (57.00)	400 (100.00)	213.738*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.154 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ประมาณ 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อ

ใช้เองในโอกาสต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.00, 29.25, 6.75 และ 13.00

ตารางที่ 4.155 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	11 (2.75)	15 (3.75)	5 (1.25)	18 (4.50)	14 (3.50)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	16 (4.00)	19 (4.75)	19 (4.75)	17 (4.25)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	41 (10.25)	21 (5.25)	0 (0.00)	59 (14.75)	17 (4.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	0 (0.00)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	52 (13.00)	79 (19.75)	76 (19.00)	120 (30.00)	73 (18.25)	400 (100.00)	215.601*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.155 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ประมาณน้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.50 และ 14.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท บางส่วนไม่แน่ใจว่าจะซื้อ และบางส่วนน่าจะซื้อ คิดเป็นร้อยละ 4.75 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ตั้งแต่ 25,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25 และ 6.75

ตารางที่ 4.156 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	17 (4.25)	8 (2.00)	20 (5.00)	18 (4.50)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	16 (4.00)	19 (4.75)	19 (4.75)	17 (4.25)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	21 (5.25)	21 (5.25)	59 (14.75)	37 (9.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	54 (13.50)	48 (12.00)	174 (43.50)	124 (31.00)	400 (100.00)	82.388*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.156 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00, 14.75, 12.25 และ 6.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท บางส่วนไม่แน่ใจว่าจะซื้อ และบางส่วนน่าจะซื้อ คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4.157 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	15 (3.75)	27 (6.75)	21 (5.25)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (4.00)	38 (9.50)	17 (4.25)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	59 (14.75)	58 (14.50)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	52 (13.00)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)	203 (50.75)	121 (30.25)	400 (100.00)	61.706*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.157 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75, 9.50, 14.75, 13.00 และ 6.75

ตารางที่ 4.158 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	5 (1.25)	15 (3.75)	25 (6.25)	18 (4.50)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (4.00)	38 (9.50)	17 (4.25)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	20 (5.00)	21 (5.25)	60 (15.00)	37 (9.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	52 (13.00)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	76 (19.00)	202 (50.50)	97 (24.25)	400 (100.00)	85.463*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.158 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25, 9.50, 15.00, 13.00 และ 6.75

ตารางที่ 4.159 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ประเภทของผ้าจากไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)	ไม่น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ จำนวน (ร้อยละ)	น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (1.50)	50 (12.50)	7 (1.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	18 (4.50)	103 (25.75)	17 (4.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	51 (12.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	75 (18.75)	276 (69.00)	49 (12.25)	400 (100.00)	223.718*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.159 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า $.05$ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$ โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.50, 17.75, 25.75 และ 6.75 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.75

ตารางที่ 4.160 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ประเภทของผ้าจากไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	ผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)	ไม่น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ จำนวน (ร้อยละ)	น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.25)	43 (10.75)	15 (3.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	52 (13.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	80 (20.00)	58 (14.50)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	51 (12.75)	25 (6.25)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	253 (63.25)	123 (30.75)	400 (100.00)	104.286*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.160 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.75, 13.00, 20.00, 12.75 และ 6.75

ตารางที่ 4.161 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	9 (2.25)	24 (6.00)	19 (4.75)	11 (2.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	36 (9.00)	16 (4.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	40 (10.00)	56 (14.00)	42 (10.50)	0 (0.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	51 (12.75)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	124 (31.00)	175 (43.75)	27 (6.75)	400 (100.00)	319.355*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.161 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.00 และ 14.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท และมีรายได้ตั้งแต่ 25,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00, 12.75 และ 6.75

ตารางที่ 4.162 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายหกกบแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	9 (2.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	45 (11.25)	9 (2.25)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	40 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	56 (14.00)	42 (10.50)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	49 (12.25)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	49 (12.25)	0 (0.00)	27 (6.75)	248 (62.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	261.129*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.162 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกบแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ 2 ลายหกกบแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกบแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25, 17.75, 14.00, 12.25 และ 6.75

ตารางที่ 4.163 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	26 (6.50)	30 (7.50)	7 (1.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	35 (8.75)	36 (9.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	42 (10.50)	79 (19.75)	17 (4.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	24 (6.00)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	128 (32.00)	196 (49.00)	51 (12.75)	400 (100.00)	245.939*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.163 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ 3 ลายโค้งแก้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.50, 9.00, 19.75 และ 6.75 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.164 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายหงส์				ซื้ออย่าง แน่นอน			
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
≤ 15,000 บาท	4 (1.00)	0 (0.00)	6 (1.50)	44 (11.00)	9 (2.25)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	19 (4.75)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	20 (5.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	76 (19.00)	21 (5.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	24 (6.00)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	24 (6.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	223 (55.75)	101 (25.25)	400 (100.00)	105.505*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.164 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ 4 ลายหงส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.00, 13.00, 19.00 และ 6.75 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.165 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	14 (3.50)	37 (9.25)	12 (3.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	16 (4.00)	36 (9.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	40 (10.00)	98 (24.50)	0 (0.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	24 (6.00)	25 (6.25)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	100 (25.00)	175 (43.75)	100 (25.00)	400 (100.00)	315.270*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.165 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ 5 ลายกาบดอกแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.25 และ 24.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท และมีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00 และ 6.75 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.166 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายเขี้ยวใหญ่							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	9 (2.25)	12 (3.00)	39 (9.75)	3 (0.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	52 (13.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	40 (10.00)	17 (4.25)	60 (15.00)	21 (5.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	49 (12.25)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	75 (18.75)	200 (50.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	337.845*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.166 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเขี้ยวใหญ่ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเขี้ยวใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเขี้ยวใหญ่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.75, 13.00, 15.00 และ 12.25 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตารางที่ 4.167 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายดอกเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	10 (2.50)	16 (4.00)	22 (5.50)	15 (3.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	19 (4.75)	0 (0.00)	36 (9.00)	16 (4.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	20 (5.00)	56 (14.00)	42 (10.50)	20 (5.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	51 (12.75)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	97 (24.25)	151 (37.75)	78 (19.50)	400 (100.00)	331.600*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.167 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท รายได้ 15,001 - 20,000 บาท และมีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.50, 9.90 และ 12.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.00 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.168 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	33 (8.25)	15 (3.75)	15 (3.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (4.00)	36 (9.00)	19 (4.75)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	75 (18.75)	21 (5.25)	42 (10.50)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	24 (6.00)	25 (6.25)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	0 (0.00)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	178 (44.50)	96 (24.00)	126 (31.50)	400 (100.00)	59.757*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.168 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.25, 18.75, 6.75 และ 6.75 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00

ตารางที่ 4.169 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายจันจิบ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	19 (4.75)	31 (7.75)	10 (2.50)	3 (0.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	33 (8.25)	38 (9.50)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	82 (20.50)	35 (8.75)	0 (0.00)	21 (5.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	51 (12.75)	25 (6.25)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	101 (25.25)	99 (24.75)	126 (31.50)	49 (12.25)	400 (100.00)	484.582*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.169 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท และมีรายได้ 25,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.50, 12.75 และ 6.75 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.50

ตารางที่ 4.170 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายปลา							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	9 (2.25)	14 (3.50)	25 (6.25)	15 (3.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	19 (4.75)	19 (4.75)	33 (8.25)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	21 (5.25)	42 (10.50)	17 (4.25)	58 (14.50)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	99 (24.75)	127 (31.75)	125 (31.25)	400 (100.00)	108.269*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.170 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 - 20,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25, 8.25 และ 6.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.50 และ 6.75

ตารางที่ 4.171 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายปลานก							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	4 (1.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	32 (8.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	55 (13.75)	16 (4.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	20 (5.00)	0 (0.00)	42 (10.50)	76 (19.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.25)	0 (0.00)	27 (6.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	51 (12.75)	124 (31.00)	176 (44.00)	400 (100.00)	451.368*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.171 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.00, 19.00 และ 13.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.75 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.172 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	5 (1.25)	5 (1.25)	12 (3.00)	17 (4.25)	24 (6.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	19 (4.75)	19 (4.75)	17 (4.25)	16 (4.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	20 (5.00)	0 (0.00)	17 (4.25)	39 (9.75)	62 (15.50)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	72 (18.00)	98 (24.50)	181 (45.25)	400 (100.00)	178.504*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.172 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.00, 15.50, 6.75 และ 13.00 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ประมาณ 15,001 - 20,000 บาท บางส่วนไม่น่าจะซื้อและบางส่วนไม่แน่ใจว่าจะซื้อ คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4.173 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายดอกสน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	11 (2.75)	5 (1.25)	8 (2.00)	39 (9.75)	0 (0.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	16 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	55 (13.75)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	20 (5.00)	41 (10.25)	77 (19.25)	0 (0.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	51 (12.75)	25 (6.25)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	52 (13.00)	25 (6.25)	49 (12.25)	249 (62.25)	25 (6.25)	400 (100.00)	280.744*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.173 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.75, 13.75, 19.25, 12.75 และ 6.75

ตารางที่ 4.174 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายหัก							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	5 (1.25)	11 (2.75)	7 (1.75)	24 (6.00)	16 (4.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	16 (4.00)	0 (0.00)	36 (9.00)	19 (4.75)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	20 (5.00)	0 (0.00)	17 (4.25)	39 (9.75)	62 (15.50)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	52 (13.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	27 (6.75)	24 (6.00)	150 (37.50)	174 (43.50)	400 (100.00)	136.992*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.174 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท รายได้ 15,001 - 20,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.00, 9.00 และ 6.75 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ประมาณ 20,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.50 และ 13.00

ตารางที่ 4.175 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	โอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในชีวิตประจำวัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	23 (5.75)	18 (4.50)	16 (4.00)	6 (1.50)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	52 (13.00)	19 (4.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	62 (15.50)	58 (14.50)	18 (4.50)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	52 (13.00)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	25 (6.25)	27 (6.75)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	75 (18.75)	148 (37.00)	153 (38.25)	24 (6.00)	400 (100.00)	256.470*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.175 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท รายได้ 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.75 และ 13.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.50 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ 6.75

ตารางที่ 4.176 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	โอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในโอกาสพิเศษ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	5 (1.25)	11 (2.75)	16 (4.00)	31 (7.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	36 (9.00)	16 (4.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	20 (5.00)	18 (4.50)	20 (5.00)	80 (20.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	48 (12.00)	121 (30.25)	206 (51.50)	400 (100.00)	164.730*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.176 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท รายได้ 20,001 - 25,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจกไท-ยวนสำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท และรายได้ 25,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00 และ 12.25

ตารางที่ 4.177 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	โอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (1.25)	11 (2.75)	47 (11.75)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	19 (4.75)	19 (4.75)	33 (8.25)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	18 (4.50)	120 (30.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	73 (18.25)	279 (69.75)	400 (100.00)	115.313*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.177 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ / วันสงกรานต์ / วันเข้าพรรษา / งานบุญประเพณี ฯลฯ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ / วันสงกรานต์ / วันเข้าพรรษา / งานบุญประเพณี ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ / วันสงกรานต์ / วันเข้าพรรษา / งานบุญประเพณี ฯลฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.75, 8.25, 30.00, 6.75 และ 13.00

ตารางที่ 4.178 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่เกิน 2,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (1.75)	14 (3.50)	42 (10.50)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	17 (4.25)	38 (9.50)	16 (4.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	20 (5.00)	118 (29.50)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	148 (37.00)	203 (50.75)	400 (100.00)	347.588*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.178 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือไม่เกิน 2,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ ไม่เกิน 2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ครั้งละไม่เกิน 2,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.50 และ 29.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท และรายได้ 25,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.50, 12.25 และ 6.75

ตารางที่ 4.179 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	2,001 – 5,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	7 (1.75)	5 (1.25)	17 (4.25)	34 (8.50)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	17 (4.25)	19 (4.75)	19 (4.75)	16 (4.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	61 (15.25)	77 (19.25)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	49 (12.25)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	24 (6.00)	173 (43.25)	154 (38.50)	400 (100.00)	348.167*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.179 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 – 5,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 – 5,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน ครั้งละ 2,001 – 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.50 และ 19.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25 และ 6.75 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท บางส่วนไม่แน่ใจว่าจะซื้อ และบางส่วนน่าจะซื้อ คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4.180 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	5,001 – 8,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	5 (1.25)	12 (3.00)	7 (1.75)	27 (6.75)	12 (3.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	36 (9.00)	0 (0.00)	35 (8.75)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	20 (5.00)	0 (0.00)	41 (10.25)	38 (9.50)	39 (9.75)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	25 (6.25)	27 (6.75)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	52 (13.00)		
รวม	25 (6.25)	48 (12.00)	72 (18.00)	152 (38.00)	103 (25.75)	400 (100.00)	235.518*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.180 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ครั้งละ 5,001 – 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00 สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.25 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.181 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	8,001 - 11,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	0 (0.00)	36 (9.00)	17 (4.25)	10 (2.50)	0 (0.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	52 (13.00)	19 (4.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	0 (0.00)	59 (14.75)	37 (9.25)	42 (10.50)	0 (0.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	0 (0.00)	147 (36.75)	176 (44.00)	77 (19.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	214.450*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.181 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 - 11,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 - 11,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จนถึงรายได้ 25,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ครั้งละ 8,001 - 11,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00, 13.00 และ 14.75 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ 6.75

ตารางที่ 4.182 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	มากกว่า 11,001 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	35 (8.75)	17 (4.25)	11 (2.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	35 (8.75)	17 (4.25)	19 (4.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	78 (19.50)	39 (9.75)	21 (5.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	51 (12.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	25 (6.25)	27 (6.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	148 (37.00)	149 (37.25)	103 (25.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	121.305*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.182 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือมากกว่า 11,001 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ มากกว่า 11,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จนถึงรายได้ 25,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน ครั้งละ มากกว่า 11,001 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.75 และ 19.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.75 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.183 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่ในการเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เดือนละครั้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	59 (14.75)	4 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	71 (17.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	118 (29.50)	20 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	76 (19.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	248 (62.00)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	452.137*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.183 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ เดือนละครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ เดือนละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จนถึงรายได้ 25,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจกไท-ยวน เดือนละครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.75, 17.75 และ 29.50 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.00 และ 6.75

ตารางที่ 4.184 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่ในการเลือกซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	46 (11.50)	17 (4.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	33 (8.25)	38 (9.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	96 (24.00)	42 (10.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	76 (19.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	175 (43.75)	200 (50.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	312.237*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.184 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 2 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 2 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน 2 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.50 และ 24.00 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท และรายได้ 25,001 ขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.50, 19.00 และ 6.75

ตารางที่ 4.185 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่ในการเลือกซื้อ 3 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	22 (5.50)	35 (8.75)	6 (1.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	71 (17.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	75 (18.75)	42 (10.50)	21 (5.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	51 (12.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	27 (6.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	97 (24.25)	226 (56.50)	77 (19.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	192.582*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.185 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 3 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 3 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจกไท-ยวน 3 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.75, 17.75, 12.75 และ 6.75 ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.75

ตารางที่ 4.186 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่ในการเลือกซื้อ 4 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
≤ 15,000 บาท	9 (2.25)	41 (10.25)	13 (3.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	63 (15.75)		
15,001 - 20,000 บาท	0 (0.00)	71 (17.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	71 (17.75)		
20,001 - 25,000 บาท	40 (10.00)	35 (8.75)	63 (15.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	138 (34.50)		
25,001 - 30,000 บาท	0 (0.00)	27 (6.75)	24 (6.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	76 (19.00)		
> 30,001 บาทขึ้นไป	0 (0.00)	25 (6.25)	27 (6.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	52 (13.00)		
รวม	49 (12.25)	199 (49.75)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	261.411*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.186 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 4 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 4 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท รายได้ 15,001 - 20,000 บาท และรายได้ 25,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน 4 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.25, 17.75 และ 6.75 และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 20,001 - 25,000 บาท และมีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.75 และ 6.75

5) ภูมิลำเนา

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_0 : ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_1 : ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

แสดงดังตารางที่ 4.187 – 4.219

ตารางที่ 4.187 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ภูมิลำเนา	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	0 (0.00)	46 (11.50)	92 (23.00)	145 (36.25)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (0.50)	32 (8.00)	83 (20.75)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	48 (12.00)	124 (31.00)	228 (57.00)	400 (100.00)	20.942	.088

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.187 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.088 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ

ตารางที่ 4.188 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ภูมิลำเนา	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	24 (6.00)	65 (16.25)	71 (17.75)	93 (23.25)	30 (7.50)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	28 (7.00)	14 (3.50)	5 (1.25)	27 (6.75)	43 (10.75)	117 (29.25)		
รวม	52 (13.00)	79 (19.75)	76 (19.00)	120 (30.00)	73 (18.25)	400 (100.00)	72.813*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.188 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.75

ตารางที่ 4.189 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ภูมิภาค	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	45 (11.25)	22 (5.50)	142 (35.50)	74 (18.50)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	9 (2.25)	26 (6.50)	32 (8.00)	50 (12.50)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	54 (13.50)	48 (12.00)	174 (43.50)	124 (31.00)	400 (100.00)	35.793*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.189 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 4.190 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ภูมิลำเนา	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	0 (0.00)	66 (16.50)	164 (41.00)	53 (13.25)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (2.50)	39 (9.75)	68 (17.00)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	76 (19.00)	203 (50.75)	121 (30.25)	400 (100.00)	61.856*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.190 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.00

ตารางที่ 4.191 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ภูมิลำเนา	วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน	รวม			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)				
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	1 (0.25)	66 (16.50)	163 (40.75)	53 (13.25)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	24 (6.00)	10 (2.50)	39 (9.75)	44 (11.00)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	76 (19.00)	202 (50.50)	97 (24.25)	400 (100.00)	85.152*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.191 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรีฯ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 11.00

ตารางที่ 4.192 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ประเภทของผ้าจากไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	แบบโบราณ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	0 (0.00)	67 (16.75)	210 (52.50)	6 (1.50)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (2.00)	66 (16.50)	43 (10.75)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	75 (18.75)	276 (69.00)	49 (12.25)	400 (100.00)	97.360*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.192 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี และจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.50 และ 16.50

ตารางที่ 4.193 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ประเภทของผ้าจากไท-ยวน					รวม	χ^2	p-Value
	ผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)	ไม่น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่แน่ใจ จำนวน (ร้อยละ)	น่าจะซื้อ จำนวน (ร้อยละ)	ซื้ออย่าง แน่นอน จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	183 (45.75)	76 (19.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	70 (17.50)	47 (11.75)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	253 (63.25)	123 (30.75)	400 (100.00)	15.001*	.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.193 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามประเภทของผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี และจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.75 และ 17.50

ตารางที่ 4.194 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	4 (1.00)	24 (6.00)	97 (24.25)	136 (34.00)	22 (5.50)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	21 (5.25)	25 (6.25)	27 (6.75)	39 (9.75)	5 (1.25)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	124 (31.00)	175 (43.75)	27 (6.75)	400 (100.00)	56.387	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.194 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี และจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 และ 9.75

ตารางที่ 4.195 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายหกกบแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	24 (6.00)	0 (0.00)	21 (5.25)	211 (52.75)	27 (6.75)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	25 (6.25)	0 (0.00)	6 (1.50)	37 (9.25)	49 (12.25)	117 (29.25)		
รวม	49 (12.25)	0 (0.00)	27 (6.75)	248 (62.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	82.043*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.195 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกบแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกบแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 2 ลายหกกบแก้วมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.75 และนักท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.196 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	4 (1.00)	0 (0.00)	113 (28.25)	143 (35.75)	23 (5.75)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	21 (5.25)	0 (0.00)	15 (3.75)	53 (13.25)	28 (7.00)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	128 (32.00)	196 (49.00)	51 (12.75)	400 (100.00)	71.901*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.196 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.75 และ 13.25

ตารางที่ 4.197 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ภูมิสำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value	
	ลายที่ 4 ลายหงส์				จำนวน				
	ไม่ซื้ออย่าง	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ					ซื้ออย่าง
	แน่นอน	จำนวน	จำนวน	จำนวน					แน่นอน
จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน				
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	23	0	47	142	71	283			
	(5.75)	(0.00)	(11.75)	(35.50)	(17.75)	(70.75)			
จังหวัดอื่นๆ	1	0	5	81	30	117			
	(0.25)	(0.00)	(1.25)	(20.25)	(7.50)	(29.25)			
รวม	24	0	52	223	101	400	22.385*	.000	
	(6.00)	(0.00)	(13.00)	(55.75)	(25.25)	(100.00)			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.197 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า P = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 4 ลายหงส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.50 และ 20.25

ตารางที่ 4.198 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	4 (1.00)	0 (0.00)	69 (17.25)	115 (28.75)	95 (23.75)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	21 (5.25)	0 (0.00)	31 (7.75)	60 (15.00)	5 (1.25)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	100 (25.00)	175 (43.75)	100 (25.00)	400 (100.00)	66.921*	.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.198 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.75 และ 15.00

ตารางที่ 4.199 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ภูมิภาค	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	24 (6.00)	45 (11.25)	185 (46.25)	29 (7.25)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	25 (6.25)	30 (7.50)	15 (3.75)	47 (11.75)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	75 (18.75)	200 (50.00)	76 (19.00)	400 (100.00)	100.140*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.199 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.75

ตารางที่ 4.200 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายดอกเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	4 (1.00)	23 (5.75)	50 (12.50)	136 (34.00)	70 (17.50)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	21 (5.25)	26 (6.50)	47 (11.75)	15 (3.75)	8 (2.00)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	49 (12.25)	97 (24.25)	151 (37.75)	78 (19.50)	400 (100.00)	107.745*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.200 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบโบราณ ลายที่ 7 ลายดอกเซีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.75

ตารางที่ 4.201 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 1 ลายเซีย							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	0 (0.00)	118 (29.50)	68 (17.00)	97 (24.25)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	0 (0.00)	60 (15.00)	28 (7.00)	29 (7.25)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	0 (0.00)	178 (44.50)	96 (24.00)	126 (31.50)	400 (100.00)	4.076	.130

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.201 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.130 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.202 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 2 ลายจันจิบ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	4 (1.00)	69 (17.25)	72 (18.00)	114 (28.50)	24 (6.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	21 (5.25)	32 (8.00)	27 (6.75)	12 (3.00)	25 (6.25)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	101 (25.25)	99 (24.75)	126 (31.50)	49 (12.25)	400 (100.00)	71.603*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.202 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 2 ลายจันจิบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่จังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.00

ตารางที่ 4.203 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 3 ลายปลา							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	44 (11.00)	69 (17.25)	97 (24.25)	73 (18.25)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	5 (1.25)	30 (7.50)	30 (7.50)	52 (13.00)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	49 (12.25)	99 (24.75)	127 (31.75)	125 (31.25)	400 (100.00)	19.799*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.203 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.25 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่จังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.00

ตารางที่ 4.204 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ภูมิภาค	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 4 ลายปลานก							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	4 (1.00)	23 (5.75)	47 (11.75)	115 (28.75)	94 (23.50)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	21 (5.25)	1 (0.25)	4 (1.00)	9 (2.25)	82 (20.50)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	51 (12.75)	124 (31.00)	176 (44.00)	400 (100.00)	109.357*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.204 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 4 ลายปลานก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.75 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่จังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.50

ตารางที่ 4.205 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	1 (0.25)	22 (5.50)	48 (12.00)	94 (23.50)	118 (29.50)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	24 (6.00)	2 (0.50)	24 (6.00)	4 (1.00)	63 (15.75)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	72 (18.00)	98 (24.50)	181 (45.25)	400 (100.00)	92.178*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.205 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่จังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.75

ตารางที่ 4.206 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ภูมิภาค	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 6 ลายดอกสน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	26 (6.50)	1 (0.25)	45 (11.25)	187 (46.75)	24 (6.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	26 (6.50)	24 (6.00)	4 (1.00)	62 (15.50)	1 (0.25)	117 (29.25)		
รวม	52 (13.00)	25 (6.25)	49 (12.25)	249 (62.25)	25 (6.25)	400 (100.00)	85.153*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.206 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 6 ลายดอกสน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.75 และ 15.50

ตารางที่ 4.207 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ (ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์)

ภูมิลำเนา	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์					รวม	χ^2	p-Value
	ลายที่ 7 ลายหัก							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	1 (0.25)	22 (5.50)	2 (0.50)	140 (35.00)	118 (29.50)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	24 (6.00)	5 (1.25)	22 (5.50)	10 (2.50)	56 (14.00)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	27 (6.75)	24 (6.00)	150 (37.50)	174 (43.50)	400 (100.00)	138.201*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.207 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 7 ลายหัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 ส่วนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.00

ตารางที่ 4.208 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

ภูมิลำเนา	โอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในชีวิตประจำวัน							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	70 (17.50)	94 (23.50)	95 (23.75)	24 (6.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	5 (1.25)	54 (13.50)	58 (14.50)	0 (0.00)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	75 (18.75)	148 (37.00)	153 (38.25)	24 (6.00)	400 (100.00)	37.694	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.208 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวกทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.75 และ 14.50

ตารางที่ 4.209 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

ภูมิลำเนา	โอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในโอกาสพิเศษ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	1 (0.25)	46 (11.50)	117 (29.25)	119 (29.75)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	24 (6.00)	2 (0.50)	4 (1.00)	87 (21.75)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	25 (6.25)	48 (12.00)	121 (30.25)	206 (51.50)	400 (100.00)	124.555	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.209 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวก่อน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวก่อนทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.75 และ 21.75

ตารางที่ 4.210 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน

ภูมิลำเนา	โอกาสในการใช้งาน					รวม	χ^2	p-Value
	สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน			
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)		
จังหวัดราชบุรี	0	0	46	70	167	283		
	(0.00)	(0.00)	(11.50)	(17.50)	(41.75)	(70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0	0	2	3	112	117		
	(0.00)	(0.00)	(0.50)	(0.75)	(28.00)	(29.25)		
รวม	0	0	48	73	279	400	52.887*	.000
	(0.00)	(0.00)	(12.00)	(18.25)	(69.75)	(100.00)		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.210 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ / วันสงกรานต์ / วันเข้าพรรษา / งานบุญประเพณี ฯลฯ ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามโอกาสในการใช้งาน คือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ / วันสงกรานต์ / วันเข้าพรรษา / งานบุญประเพณี ฯลฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวก่อนการตัดสินใจซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะซื้อผ้าจากไท-ยวน สำหรับสวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ / วันสงกรานต์ / วันเข้าพรรษา / งานบุญประเพณี ฯลฯ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.75 และ 28.00

ตารางที่ 4.211 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่เกิน 2,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	4 (1.00)	0 (0.00)	24 (6.00)	140 (35.00)	115 (28.75)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	21 (5.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (2.00)	88 (22.00)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	0 (0.00)	24 (6.00)	148 (37.00)	203 (50.75)	400 (100.00)	106.298*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.211 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือไม่เกิน 2,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ ไม่เกิน 2,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ครั้งละ ไม่เกิน 2,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 ส่วนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.00

ตารางที่ 4.212 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	2,001 - 5,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	4 (1.00)	24 (6.00)	24 (6.00)	117 (29.25)	114 (28.50)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	21 (5.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	56 (14.00)	40 (10.00)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	24 (6.00)	24 (6.00)	173 (43.25)	154 (38.50)	400 (100.00)	57.669*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.212 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 - 5,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 2,001 - 5,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ครั้งละ 2,001 - 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.25 และ 14.00

ตารางที่ 4.213 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	5,001 – 8,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	1 (0.25)	48 (12.00)	45 (11.25)	117 (29.25)	72 (18.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	24 (6.00)	0 (0.00)	27 (6.75)	35 (8.75)	31 (7.75)	117 (29.25)		
รวม	25 (6.25)	48 (12.00)	72 (18.00)	152 (38.00)	103 (25.75)	400 (100.00)	78.919	.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.213 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า p = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 5,001 – 8,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวทั้งที่อยู่ในจังหวัดราชบุรีและจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ครั้งละ 5,001 – 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.25 และ 8.75

ตารางที่ 4.214 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	8,001 – 11,000 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	0 (0.00)	117 (29.25)	117 (29.25)	49 (12.25)	0 (0.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	0 (0.00)	30 (7.50)	59 (14.75)	28 (7.00)	0 (0.00)	117 (29.25)		
รวม	0 (0.00)	147 (36.75)	176 (44.00)	77 (19.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	8.989*	.011

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.214 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งคือ 8,001 – 11,000 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 8,001 – 11,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี บางส่วนไม่น่าจะซื้อ บางส่วนไม่แน่ใจว่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวนครั้งละ 8,001 – 11,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.25 ส่วนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.75

ตารางที่ 4.215 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	มากกว่า 11,001 บาท							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	72 (18.00)	117 (29.25)	94 (23.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	76 (19.00)	32 (8.00)	9 (2.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	117 (29.25)		
รวม	148 (37.00)	149 (37.25)	103 (25.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	60.226*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.215 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ มากกว่า 11,001 บาท ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ มากกว่า 11,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะซื้อผ้าจากไท-ยวน ครั้งละ มากกว่า 11,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.25 ส่วนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 19.00

ตารางที่ 4.216 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ความถี่ในการเลือกซื้อ					รวม	χ^2	p-Value
	เดือนละครั้ง							
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	164 (41.00)	115 (28.75)	4 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	84 (21.00)	12 (3.00)	21 (5.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	117 (29.25)		
รวม	248 (62.00)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	62.833*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.216 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ เดือนละครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ เดือนละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี และจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ส่วนใหญ่ตัดสินใจอย่างแน่นอนที่จะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน เดือนละครั้งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.00 และ 21.00

ตารางที่ 4.217 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ความถี่ในการเลือกซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	119 (29.75)	160 (40.00)	4 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	56 (14.00)	40 (10.00)	21 (5.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	117 (29.25)		
รวม	175 (43.75)	200 (50.00)	25 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	45.121*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.217 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 2 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 2 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน 2 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.00

ตารางที่ 4.218 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ความถี่ในการเลือกซื้อ 3 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	50 (12.50)	182 (45.50)	51 (12.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	47 (11.75)	44 (11.00)	26 (6.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	117 (29.25)		
รวม	97 (24.25)	226 (56.50)	77 (19.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	28.492*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.218 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อคือ 3 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 3 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่ไม่น่าจะไม่ซื้อผ้าจากไท-ยวน 3 เดือนต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.50 ส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ตัดสินใจไม่ซื้ออย่างแน่นอน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.75

ตารางที่ 4.219 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ภูมิลำเนา	ความถี่ในการเลือกซื้อ 4 เดือนต่อครั้ง					รวม	χ^2	p-Value
	ไม่ซื้ออย่าง แน่นอน	ไม่น่าจะซื้อ	ไม่แน่ใจ	น่าจะซื้อ	ซื้ออย่าง แน่นอน			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
จังหวัดราชบุรี	24 (6.00)	143 (35.75)	92 (23.00)	24 (6.00)	0 (0.00)	283 (70.75)		
จังหวัดอื่นๆ	25 (6.25)	56 (14.00)	35 (8.75)	1 (0.25)	0 (0.00)	117 (29.25)		
รวม	49 (12.25)	199 (49.75)	127 (31.75)	25 (6.25)	0 (0.00)	400 (100.00)	19.218*	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.219 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 4 เดือนต่อครั้ง ทดสอบโดยใช้สถิติ Chi - Square ได้ค่า $p = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี จำแนกตามความถี่ในการเลือกซื้อ คือ 4 เดือนต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี และจังหวัดอื่นๆ ได้แก่ เชียงราย/ขอนแก่น/สุพรรณบุรี/นครปฐม/กรุงเทพมหานคร และประจวบคีรีขันธ์ ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะซื้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.75 และ 14.00

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี

แสดงดังตารางที่ 4.220

ตารางที่ 4.220 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี (n = 400)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี		
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ด้านผลิตภัณฑ์	.065	.194	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านราคา	.177**	.000	สัมพันธ์กันระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.216**	.000	สัมพันธ์กันระดับค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.427**	.000	สัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน
ด้านบุคลากร	.119*	.017	สัมพันธ์กันระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านกระบวนการ	.219**	.000	สัมพันธ์กันระดับค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	.489**	.000	สัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน
ภาพรวม	.528**	.000	สัมพันธ์กันระดับปานกลาง ในทิศทางเดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.220 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน ($r = .528$) กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี มีค่า Sig. = .194 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี มีค่า Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการ

ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = .489 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ

4.5 การอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษากการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ซึ่งได้นำผลการศึกษามาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.5.1 ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.5.1.1 เพศของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.25 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศนีย์ (2562) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และนพรัตน์ (2558) ได้กล่าวว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเพศชายและเพศหญิงจะมีความคิดในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป และเชื่อกันว่า เพศหญิงเป็นเพศที่มีจิตใจอ่อนไหว มีความอ่อนโยน และสามารถหยั่งถึงจิตใจของคนได้มากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายเป็นเพศที่มีความแข็งแกร่งในด้านของจิตใจมากกว่าเพศหญิง และยังพบในงานวิจัยของศศิณี (2560) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย

4.5.1.2 อายุของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 41-50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.75 ซึ่งธนพร (2559) กล่าวว่า อายุมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะอายุเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาตามวัยของบุคคล โดยอายุจะแสดงถึงวุฒิภาวะในตัวบุคคลนั้นๆ ซึ่งเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความต้องการของสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน พิมพ์นิภา (2557) ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่มีอายุ 45-50 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรกร (2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อสินค้านี้มีอายุระหว่าง 19-30 ปี ในขณะที่ศศิณี (2560) กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 25 - 45 ปี

4.5.1.3 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่การศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.00 ซึ่งงานวิจัยของทัศนีย์ (2562) ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาระดับปริญญาตรี นพรัตน์ (2558) กล่าวว่า การศึกษาเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้บริโภค โดยการศึกษที่แตกต่างกันย่อมทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ อุดมการณ์ พฤติกรรม ตลอดจนการรับรู้ความเข้าใจในสิ่งต่างๆที่แตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับ พิมพ์นิภา (2557) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และศศิณี (2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย

4.5.1.4 อาชีพของของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 26.75 โดยนพรัตน์ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า อาชีพ บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมีผลต่อแนวความคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ และ

จะมีความต้องการในด้านสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับพรณิสสา (2558) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษามากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์นิภา (2557) พบว่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และภัทรกร (2560) ที่พบกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพรับราชการ และศศิณี (2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

4.5.1.5 รายได้ประมาณของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ประมาณ 20,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50 ซึ่งนพรัตน์ (2558) กล่าวว่า รายได้ เป็นตัวแปรสำคัญของการกำหนดส่วนของตลาด และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริโภคของบุคคล รายได้จึงเป็นเครื่องมือที่วัดความสามารถของบุคคลในการซื้อสินค้าและบริการ สอดคล้องกับพรณิสสา (2558) พบกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท นอกจากนี้ในงานวิจัยของภัทรกร (2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท และศศิณี (2560) ที่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้อยู่ในระดับต่ำกว่า 15,000 บาท

4.5.1.6 ภูมิภาคในจังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 70.75 ซึ่งนพรัตน์ (2558) กล่าวว่า ภูมิภาค เป็นตัวกำหนดความแตกต่างทางบริบททางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของตัวบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

4.5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนสามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.5.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผ้าจากไท-ยวนมีความประณีตสวยงาม รองลงมาคือ คุณภาพของผ้าจากไท-ยวนมีความแข็งแรง ทนทาน และน้อยที่สุดคือ ผ้าจากไท-ยวนสวมใส่สบาย สอดคล้องกับรัฐนันท์ (2558) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ รูปแบบสวยงาม และศิริวรรณ (2558) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ขายออกสู่ตลาดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ โดยสินค้านั้นต้องมีรรถประโยชน์ และมีมูลค่าต่อผู้บริโภคที่สังเกตเห็นต่อความต้องการของสินค้าหรือบริการนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับสายสุนีย์ (2559) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องคุณภาพดี สีไม่ตก

4.5.2.2 ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและความประณีตของฝีมือการทอผ้าจากไท-ยวน รองลงมาคือ ผ้าจากไท-ยวนมีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพของผ้าและฝีมือการทอ และน้อยที่สุดคือ ราคาของผ้าจากไท-ยวนมีความคงที่ ไม่ผันผวนตามสถานการณ์ ดังที่พิมพ์นิภา (2557) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคาโดยรวมในระดับสำคัญยิ่ง โดยข้อที่ให้ความสำคัญระดับสำคัญอย่างยิ่งคือ ผ้าไหมคุณภาพคุ้มค่างกับราคา ผลิตภัณฑ์ไหมสามารถต่อรองราคาได้ ผลิตภัณฑ์ไหมมีป้ายราคาชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของรัฐนันท์ (2558) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ Kotler & Keller (2012) ได้กล่าวถึงราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้บริโภคจ่ายออกไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ เป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคจ่ายเพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคมักจะมีการเปรียบเทียบราคากับคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับจากสินค้าหรือ

บริการ ซึ่งหากเปรียบเทียบแล้วคุณค่ามีมากกว่าราคาผู้บริโภคก็จะเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

4.5.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการจัดแสดง (Display) ผ้าจกไท-ยวน ภายในร้านอย่างสวยงามและดึงดูดใจ รองลงมาคือ มีการจัดวางผ้าจกไท-ยวนเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจนสะดวกต่อการเลือกซื้อ และน้อยที่สุดคือ สามารถสั่งซื้อผ้าจกไท-ยวนได้หลายช่องทาง เช่น Facebook / Line ซึ่งดารินทร์พัชร (2557) ได้กล่าวว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของ บริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) นอกจากนี้พิมพ์นิภา (2557) ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับสำคัญยิ่ง โดยข้อที่ให้ความสำคัญระดับสำคัญอย่างยิ่งคือ นครราชสีมาเป็นศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การเดินทางไปยังสถานที่จำหน่ายมีความสะดวก และสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม สินค้า ในขณะที่รัฐนันท์ (2558) ที่พบกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุดโดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ งานแสดงสินค้าต่างๆ เช่น งานส่งเสริมสินค้า OTOP งานแสดงสินค้าหัตถกรรมจัดงานวิจัยของอิสริยาภรณ์ (2560) พบว่า การมีหน้าร้านที่มีสินค้ามาขายให้กับลูกค้าได้เลือกซื้อ มีสถานที่จัดโชว์สินค้า

4.5.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีของสมนาคุณสำหรับลูกค้า เช่น พวงกุญแจ / ถุงผ้า รองลงมาคือ มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ้าจกไท-ยวนผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น website / Facebook และน้อยที่สุดคือ มีการลดราคาพิเศษในกรณีที่ลูกค้าซื้อผ้าจกไท-ยวนจำนวนมาก ซึ่งกานดา (2555) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสื่อสารระหว่างธุรกิจกับลูกค้าที่ทำให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างของสินค้าและบริการ หรือสร้างภาพพจน์และชื่อเสียง ซึ่งทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า การจูงใจให้สนใจและซื้อ และช่วยกระตุ้นความทรงจำของลูกค้า ซึ่งการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา ในขณะที่พิมพ์นิภา (2557) ที่พบกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับสำคัญยิ่ง โดยข้อที่ให้ความสำคัญระดับความสำคัญยิ่งคือ ในการจัดงานแสดง/นิทรรศการมีความจำเป็น มีการแจกเอกสารคู่มือการดูแลผ้าไหม และการโฆษณา ณ จุดขาย สอดคล้องกับศศิณี (2560) พบว่า การส่งเสริมการขายที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด คือ การจัดโปรโมชั่นลดราคา

4.5.2.5 ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผ้าจกไท-ยวน สามารถให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ ไพเราะ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และน้อยที่สุดคือ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า ดังที่ รุ่งนภา (2557) ได้กล่าวว่า บุคลากร หมายถึงบุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการเสนอขายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิสริยาภรณ์ (2560) ที่พบว่า การมีพนักงานต้อนรับ พูดคุย ให้ความ

สะดวกสบายแก่ลูกค้าให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่ลูกค้า จะเป็นแรงกระตุ้นผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้

4.5.2.6 ด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบริการลูกค้าตามลำดับก่อนและหลัง รองลงมาคือ มีกระบวนการชำระเงินที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ และน้อยที่สุดคือ มีการบริการหลังการขาย โดยมีการรับเปลี่ยนผ้าจากไท-ยวนได้ในระยะเวลาที่กำหนดหากลูกค้าไม่พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับ ดารินทร์พัชร์ (2557) กล่าวว่า ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

4.5.2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีร้านที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถ สะดวกสบายและเพียงพอ รองลงมาคือ ร้านที่จำหน่ายมีความสะอาด น่าใช้บริการ และน้อยที่สุดคือ ป้ายชื่อร้านที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler & Keller (2012) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งแวดล้อมด้านต่างๆบริเวณพื้นที่ให้บริการ ตั้งแต่ เครื่องมืออาคาร การตกแต่งสถานที่ สถานที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวก การแต่งกายของพนักงาน และระบบการติดต่อสื่อสารการบริการเป็นต้น เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้เข้ามาใช้บริการที่สร้างให้เกิดความสะดวกสบายและเกิดความประทับใจ

4.5.3 การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.5.3.1 วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพื่อใช้เองในโอกาสต่าง ๆ รองลงมาคือ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย และน้อยที่สุดคือ เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับภัทรกร (2560) พบกลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการซื้อผ้าไทยมากที่สุดคือ เพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ และสอดคล้องกับรัฐนันท์ (2558) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจุดประสงค์ในการเลือกซื้อ คือ เพื่อใช้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิณี (2560) ที่พบกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะตัดเป็นชุดไว้ใส่เอง

4.5.3.2 ประเภทของผ้าจากไท-ยวน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ รองลงมาคือ ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยจิตวิทยาที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ การจูงใจ (Motivation) การรับรู้ (Perception) ความเชื่อ (Belief) และทัศนคติ (Attitudes) จึงทำให้มีการเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน แตกต่างกันออกไป ดังที่ศิริวรรณ และคณะ (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคมีกระบวนการคิดการตัดสินใจ รวมไปถึงการประเมินผลในสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค หรือเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับความคิด ประสบการณ์ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจ หรือหมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการตอบสนองของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อการใช้สินค้า และกระบวนการก่อนที่บุคคลจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

4.5.3.3 ลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเลือกร้อยในระดับน่าจะซื้อ สำหรับลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ โดยลวดลายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลายที่ 4 ผ้าจากไท-ยวนลายหงส์ ส่วนลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ซึ่งลวดลายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลายที่ 7 ผ้าจากไท-ยวน ลายหัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Styles) รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวมีกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinion) หรือมีชนชั้นทางสังคมและกลุ่มอาชีพแตกต่างกัน จึงเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ที่มีลวดลายแตกต่างกัน ดังที่พิมพ์นิภา (2557) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อผ้าไหมเพราะการทอผ้าไหมมีการทอเนื้อแน่น ลวดลายผ้าไหมมีความหลากหลายให้เลือกซื้อ

4.5.3.4 โอกาสในการใช้งาน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเลือกร้อยในระดับน่าจะซื้อ โดยซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา และงานบุญประเพณี ฯลฯ รองลงมาคือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช และน้อยที่สุดคือ สวมใส่ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับภัทรกร (2560) พบกลุ่มตัวอย่างเลือกโอกาสในการสวมใส่ผ้าไทยมากที่สุดคือ เฉพาะโอกาสสำคัญ ในขณะที่รัฐนันท์ (2558) พบว่า โอกาสที่ได้เลือกซื้อผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มตัวอย่าง คือ วันสงกรานต์ ส่วนศศิณี (2560) ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อผ้าไทยไว้ใช้ในโอกาสสำคัญต่างๆ มากกว่าที่จะใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะยังมีทัศนคติว่าผ้าไหมมีราคาแพงและการดูแลรักษาทำได้ยาก

4.5.3.5 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเลือกร้อยในระดับไม่แน่ใจ โดยซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ไม่เกิน 2,000 บาท รองลงมาคือ 2,001 – 5,000 บาท และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 11,001 บาท ซึ่งสอดคล้องในงานวิจัยของภัทรกร (2560) ที่พบกลุ่มตัวอย่างซื้อผ้าไทยต่อครั้งมากที่สุด 500-1,000 บาท และรัฐนันท์ (2558) พบกลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเลือกซื้อผ้าฝ้ายทอมือแต่ละครั้ง คือ 301-600 บาท

4.5.3.6 ความถี่ในการเลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจเลือกร้อยในระดับไม่น่าจะซื้อ โดยซื้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4 เดือนต่อครั้ง รองลงมาคือ 3 เดือนต่อครั้ง และน้อยที่สุดคือ เดือนละครั้งซึ่งภัทรกร (2560) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการซื้อผ้าไทยที่ไม่แน่นอน ส่วนรัฐนันท์ (2558) พบกลุ่มตัวอย่างมีการเลือกซื้อ คือ มากกว่า 3 เดือนในการซื้อแต่ละครั้ง แต่ไม่สอดคล้องกับสายสุนีย์ (2559) ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อปีละ 1-2 ครั้ง

4.5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบดังนี้สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.5.4.1 เพศ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่าง ๆ และลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังที่ กัลป์ยกร และคณะ (2551) กล่าวว่า เพศ เป็นลักษณะประชากรศาสตร์ที่เป็นพื้นฐานที่ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างเพศชาย เพศหญิง ทำให้มีความต้องการ และแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ความแตกต่างระหว่างเพศชาย และเพศหญิง เริ่มตั้งแต่ความแตกต่างทางกายภาพโดยธรรมชาติ เช่น ความเป็นชาย จะมีความเข้มแข็งมากกว่าเพศหญิง ใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ เป็นต้น

จนถึงความแตกต่างตามบทบาทในสังคมเป็นการเรียนรู้มาจากสังคมว่าเพศใดควรมีบทบาทอย่างไร ทำให้สินค้าบางตราสินค้าวางตำแหน่งสินค้าของตนว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้ชาย (Masculine) และวางตราสินค้าวางตำแหน่งว่าเป็นสินค้าสำหรับผู้หญิง (Feminine)

4.5.4.2 อายุ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งปณิศา (2553) กล่าวว่า ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมักจะมี ความชอบ รสนิยม และพฤติกรรมการใช้สินค้าแตกต่างกัน ดังนั้นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการในแต่ละช่วงวัยก็จะแตกต่างกัน เช่น เครื่องแต่งกาย แชมพู และยาสีฟัน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรณิศา (2558) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรในด้านอายุที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผู้หญิงจากร้านค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Instagram แตกต่างกัน นอกจากนี้พิมพ์นิภา (2557) ยังพบว่า อายุต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อจำนวนหลายของผ้าไหมต่างกัน

4.5.4.3 ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งปณิศา (2553) ได้กล่าวว่า ระดับการศึกษา การศึกษาของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อรสนิยม ความชอบ และพฤติกรรมการซื้อ โดยลูกค้าที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าลูกค้าที่มีการศึกษาต่ำ และสอดคล้องกับพรณิศา (2558) ที่พบว่าลักษณะทางประชากรในด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผู้หญิงจากร้านค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Instagram แตกต่างกัน ส่วนรัฐนันท์ (2558) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าฝ้ายทอมือแตกต่างกัน

4.5.4.4 อาชีพ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังที่ ปณิศา (2553) กล่าวว่า ลูกค้าแต่ละอาชีพต้องการสินค้า และบริการที่แตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจต้องการสินค้าที่หรูหรา เพื่อเสริมภาพลักษณ์ เช่น นาฬิกา Rolex แต่กรรมกรต้องการนาฬิกาที่สามารถบอกเวลาได้เท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของพรณิศา (2558) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรในด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผู้หญิงจากร้านค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Instagram แตกต่างกัน

4.5.4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปณิศา (2553) กล่าวว่า รายได้เป็นปัจจัยกำหนดอำนาจการซื้อผู้บริโภคที่มีรายได้สูงมีอำนาจการซื้อสูงมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีชื่อเสียง ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำจะเลือกซื้อสินค้าที่คุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรณิศา (2558) พบว่า ลักษณะทางประชากรในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผู้หญิงจากร้านค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Instagram แตกต่างกัน

4.5.4.6 ภูมิภาค พบว่า ภูมิภาคของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้น วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่าง ๆ และลดทลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ปลายที่ 1

ลายเซีย ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับฉัตรพร (2556) ยังได้กล่าวว่า ปัจจัยอนุวัฒนธรรมตามท้องถิ่น (Regional Subculture) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ เนื่องจากเป็นลักษณะพื้นฐานที่มีอยู่ในทุกสังคมของมนุษย์ และเกิดเป็นค่านิยม การรับรู้ รวมไปถึงพฤติกรรมของมนุษย์ และเมื่อสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นแล้วก็จะถ่ายทอดให้แก่กันจากรุ่นสู่รุ่น โดยแต่ละสังคมต่างมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ดังนั้นพฤติกรรมของมนุษย์ในแต่ละสังคมก็จะแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้พรัตน์ (2558) กล่าวว่า ภูมิสำเนาเป็นตัวกำหนดความแตกต่างทางบริบททางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของตัวบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

4.5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี สามารถอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

4.5.5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับทัศนีย์ (2562) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ในงานวิจัยของพรณิสา (2558) ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ด้านผลิตภัณฑ์

4.5.5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่น่าจะซื้อ สอดคล้องกับทัศนีย์ (2562) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับสูง และยังสอดคล้องกับพรณิสา (2558) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ด้านราคา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับพิมพ์นิภา (2557) ที่พบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 หมายความว่า ถ้าคิดว่าส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญ จำนวนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในการซื้อในแต่ละครั้งจะเพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

4.5.5.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่น่าจะซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรณิสา (2558) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และในงานวิจัยของพิมพ์นิภา (2557) พบว่า ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.5.5.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนีย์ (2562) ที่พบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการซื้อซ้ำ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับพรณิสา (2558) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ด้านส่งเสริมการตลาด และพินิจา (2557) ยังพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และความสัมพันธ์เชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

4.5.5.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่น่าจะซื้อ สอดคล้องกับ Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า บุคคล คือ พนักงานที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กร เป็นผู้ก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กร เป็นปัจจัยที่สำคัญขององค์กร โดยต้องมีการคัดเลือกและฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้บุคคลเหล่านี้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคหรือผู้ที่มาใช้บริการ โดยบุคลากรจะต้องมีทัศนคติที่ดี เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค มีทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และปฏิสัมพันธ์อันดีกับผู้ใช้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีกในภายภาคหน้า และหากผู้รับบริการเกิดความประทับใจก็อาจจะเป็นการชักชวนบุคคลอื่นๆให้เข้ามาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

4.5.5.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ ซึ่งกานดา (2555) กล่าวว่า กระบวนการให้บริการ (Process) คือ ขั้นตอน วิธีการ และกิจกรรมต่างๆ ที่ธุรกิจนำเสนอ ซึ่งสินค้าและบริการ ต้องพิจารณาความเหมาะสมและให้กระบวนการเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งต้องอาศัยบุคลากรและเครื่องมือ เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว และประทับใจ ควรเน้นความถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว สะดวกในการรับคำสั่งซื้อ การส่งมอบสินค้าและบริการถึงลูกค้าและการชำระเงิน และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรณิสา (2558) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ด้านการให้บริการ

4.5.5.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะทำให้ การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller (2012) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งแวดล้อมด้านต่างๆบริเวณพื้นที่ให้บริการ ตั้งแต่ เครื่องมือ อาคาร การตกแต่งสถานที่ สถานที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวก การแต่งกายของพนักงาน และ ระบบการติดต่อสื่อสารการบริการเป็นต้น เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้เข้ามาใช้บริการที่สร้าง ให้เกิดความสะดวกสบายและเกิดความประทับใจ



บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี 3) ศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี 4) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี และ 5) หาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินมาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรในการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร และดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ลักษณะของเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) โดยเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยเป็นแบบสอบถามชนิดคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้ 1.1) ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และ 1.2) นำแบบสอบถามซึ่งหาคุณภาพแล้ว ไปขอความร่วมมือจากกลุ่มลูกค้าที่กำหนด โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจวัตถุประสงค์ และอธิบายวิธีตอบแบบสอบถามก่อนให้ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มต้นทำ และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) 2.1) ข้อมูลจากวารสารต่างๆ 2.2) ข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ หนังสือวิชาการ บทความต่างๆ 2.3) ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และ 2.4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไคสแควร์ และสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

5.1 สรุปผล

5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.25 มีอายุประมาณ 41 - 50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.75 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.00 ซึ่งมีอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 26.75 ทั้งนี้มีรายได้ประมาณ 20,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50 และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 70.75

5.1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผ้าจากไท-ยวน มีความประณีตสวยงาม ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.46) รองลงมาคือ คุณภาพของผ้าจากไท-ยวนมีความแข็งแรง ทนทาน ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.62) และผ้าจากไท-ยวนมีสีสันสวยงาม คงทนสีไม่ตก และมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

2) ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและความประณีตของฝีมือการทอผ้าจากไท-ยวน ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.60) รองลงมาคือ ผ้าจากไท-ยวนมีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพของผ้าและฝีมือการทอ ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.50) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่เท่าๆ กัน คือ ผ้าจากไท-ยวนสามารถต่อรองราคาได้ตามความเหมาะสม และผ้าจากไท-ยวนมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการจัดแสดง (Display) ผ้าจากไท-ยวน ภายในร้านอย่างสวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.63) รองลงมาคือ มีการจัดวางผ้าจากไท-ยวนเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจนสะดวกต่อการเลือกซื้อ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.72) และมีการจัดส่งผ้าจากไท-ยวนผ่านทางบริษัทขนส่ง เช่น ไปรษณีย์ไทย / Kerry Express และบริษัทอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.66) ตามลำดับ

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีของสมนาคุณสำหรับลูกค้า เช่น พวงกุญแจ / ถุงผ้า ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ้าจากไท-ยวนผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ก เช่น website / Facebook ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.67) และมีการลดราคาผ้าจากไท-ยวนตามเทศกาล และโอกาสพิเศษต่างๆ ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 1.06) ตามลำดับ

5) ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผ้าจากไท-ยวน สามารถให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.46) รองลงมาคือ พนักงานพูดจาสุภาพ ไพเราะ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.48) และพนักงานสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

6) ด้านกระบวนการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบริการลูกค้าตามลำดับก่อนและหลัง ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.50) รองลงมาคือ มีกระบวนการชำระเงินที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.60) และสามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น จ่ายเงินสด / โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.68) ตามลำดับ

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีร้านที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.50) รองลงมาคือ ร้านที่จำหน่ายมีความสะอาดน่าใช้บริการ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.72) และร้านที่จำหน่ายกว้างขวางเพียงพอต่อการรับรองลูกค้า ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ

5.1.3 การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวม นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจ อยู่ในระดับไม่แน่ใจ ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

1) วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.69) และเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

2) ประเภทของผ้าจากไท-ยวน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์ ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

3) ลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาลวดลายของผ้าจากไท-ยวน พบดังนี้

3.1) ลวดลายผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.55) โดยลวดลายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลายที่ 4 ผ้าจากไท-ยวน

ลายหงส์ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.96) รองลงมาคือ ลายที่ 5 ผ้ายกไท-ยวน ลายกาบดอกแก้ว ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 1.02) และลายที่ 6 ผ้ายกไท-ยวน ลายเขี้ยวใหญ่ ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

3.2) ลวดลายผ้ายกไท-ยวนแบบประยุกต์ นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.49) โดยลวดลายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ลายที่ 7 ผ้ายกไท-ยวน ลายหัก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 1.15) รองลงมาคือ ลายที่ 4 ผ้ายกไท-ยวน ลายปลานก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.17) และลายที่ 5 ผ้ายกไท-ยวน ลายขอเหลี่ยมชนกัน ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 1.20) ตามลำดับ

4) โอกาสในการใช้งาน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจในระดับน่าจะซื้อ ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา และงานบุญประเพณี ฯลฯ ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.70) รองลงมาคือ สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.90) และสวมใส่ในชีวิตประจำวัน ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.84) ตามลำดับ

5) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจในระดับไม่แน่ใจ ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ จ่ายไม่เกิน 2,000 บาทต่อครั้ง ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 1.03) รองลงมาคือ 2,001 - 5,000 บาทต่อครั้ง ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 1.12) และ 5,001- 8,000 บาทต่อครั้ง ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.17) ตามลำดับ

6) ความถี่ในการเลือกซื้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการตัดสินใจในระดับไม่น่าจะซื้อ ($\bar{X} = 1.83$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4 เดือนต่อครั้ง ($\bar{X} = 2.32$, S.D. = 0.77) รองลงมาคือ 3 เดือนต่อครั้ง ($\bar{X} = 1.95$, S.D. = 0.60) และ 2 เดือนต่อครั้ง ($\bar{X} = 1.63$, S.D. = 0.60) ตามลำดับ

5.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้ายกไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบดังนี้

1) เพศ พบว่า เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้ายกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ 1) วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ และ 2) ลวดลายผ้ายกไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 3 ลายปลา นอกนั้นมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) อายุ พบว่า อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้ายกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้ายกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) อาชีพ พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้ายกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้ายกไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6) ภูมิสำเนา พบว่า ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ข้อ คือ 1) วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ และ 2) ลวดลายผ้าจากไท-ยวน แบบประยุกต์ ลายที่ 1 ลายเซีย นอกนั้นมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่น่าจะซื้อ

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่น่าจะซื้อ

4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ

5) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่น่าจะซื้อ

6) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ

7) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะทำให้การตัดสินใจเลือกซื้อ อยู่ในระดับไม่แน่ใจว่าจะซื้อ

5.2 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ 2 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี

5.2.1.1 การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุในช่วง 41 - 50 ปี โดยส่วนใหญ่มีอาชีพ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานมหาวิทยาลัย และมีรายได้ประมาณ 20,001 - 25,000 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผ้าจากไท-ยวน ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสตรีที่ทำงานในระบบราชการ โดยเน้นให้มีรูปแบบที่แฟชั่นทันสมัย สามารถนำไปใช้งานได้ทุกโอกาส และควรมีราคาที่สามารถมีกำลังในการซื้อได้บ่อยครั้ง ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของตลาด และมียอดจำหน่ายที่สูงขึ้นในอนาคต

5.2.1.2 การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผ้าจากไท-ยวน ควรเน้นคุณภาพ โดยให้มีความแข็งแรง ทนทาน มีความประณีตสวยงาม และคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวไว้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำในครั้งถัดๆ ไป และช่วยสร้างยอดขายให้กับผู้ประกอบการเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดไป

5.2.1.3 การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการตัดสินใจซื้อผ้าจากไท-ยวนแบบประยุक्त อยู่ในระดับน่าจะซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผ้าจากไท-ยวน ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าจากไท-ยวนแบบประยุक्त ให้มีความทันสมัยนิยมมากยิ่งขึ้น มีลวดลายที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มระดับการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจซื้อทันทีเมื่อได้สัมผัส และเกิดความพึงพอใจสูงสุด

5.2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรจะได้มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในเรื่องต่อไปนี้

5.2.2.1 ควรศึกษาถึงความพึงพอใจ ความคาดหวัง ปัญหา และความต้องการของลูกค้า เพื่อให้การตอบสนองต่อความต้องการด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงด้านวัตถุดิบและขั้นตอนการผลิตให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น

5.2.2.2 เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกข้อมูล เพื่อจะได้ศึกษาข้อจำกัดต่างๆ

ของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายผ้าจกไท-ยวน เพื่อนำไปวิเคราะห์หาจุดที่เหมาะสมในการปรับปรุง
ธุรกิจนี้ และใช้ในการปรับปรุงวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของ
กลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง



เอกสารอ้างอิง

- กัลป์ยกร วรกุลวาลัญญานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. 2551. การโฆษณาเบื้องต้น. สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2552. การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 15. ธรรมสารโรงพิมพ์, กรุงเทพมหานคร.
- กานดา เสือจำศีล. 2555. พฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสตอเมซอนของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กุลยา มะโนวรรณ. 2551. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มสำเร็จรูปของประชากรในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธนบุรี.
- ฉัตรพร เสมอใจ. 2556. การบริหารการตลาด. ซีเอ็ด ยูเคชั่น, กรุงเทพฯ.
- จิตาภา พรหมสวัสดิ์. 2555. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารบำรุงสมองและความจำเป็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดารินทร์พัชร รัชชัชฎ์. 2557. พฤติกรรมผู้บริโภคร้านกาแฟ คาเฟ่ อเมซอนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทัศนีย์ วงศ์สอน. 2562. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- เที้ยวราชบุรีดอทคอม. 2563. สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/tiewratchaburi>, 24 พฤษภาคม 2563.
- ธนพร มนต์ไชยะ. 2559. ปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากเทสโก้ โลตัสของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ชฤติมา อัญญาพรสุข. 2559. ปัจจัยและกระบวนการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสูงอายุยุโรป. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นพรัตน์ ภูมิวิวุฒิสาร. 2558. การจัดการการตลาด. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- นพวรรณ สุเสรีดำรง. 2559. การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ
โรงแรมสา บูทิค จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชา
การสื่อสารการตลาด คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร.
- นุชดาว เตชะสมุทร. 2558. การพัฒนาชุดราตรีโดยการตกแต่งจากเศษเส้นด้ายไหมเหลือทิ้งของ
กิจการผ้าไหมบ้านคร้ว เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตร์
มหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ปณิศา มีจินดา. 2553. พฤติกรรมผู้บริโภค. ธรรมสารโรงพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- พรณิสานิมมานโสภณ. 2558. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าผู้หญิงจากร้านค้าออนไลน์
ผ่านแอปพลิเคชัน Instagram. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ. คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัฒนา ศิริโชติบัณฑิต. 2554. การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. แชนพอร์ พรินต์ติ้ง, กรุงเทพฯ.
- พิมพ์นิภา รัตนจันทร์. 2557. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมา. รายงานการวิจัย. สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน .
- ภัทรกร อันตระการ. 2560. “พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
ผ้าไทยของกลุ่มวัยทำงาน.” วารสารเทคนิคศึกษา. 29, 101 (มกราคม-มีนาคม)
: 14-16.
- ภาณุพงศ์ ลีลาภิกกุล. 2559. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องสำอางไทยในตลาด
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต. สาขาวิชา
การบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มิวเซียมไทยแลนด์. 2563. มิวเซียมที่น่าสนใจ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก:
<https://www.museumthailand.com/th/home>, 4 มิถุนายน 2563.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร. 2558. “พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอ
เมือง จังหวัดเชียงใหม่: นัยยะเพื่อการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดตามความต้องการของ
ผู้ซื้อ.” วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์.
37,1 (มกราคม): 28.
- รุ่งนภา นาพงษ์. 2557. ส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มวัย
ทำงานในเขตเทศบาลตำบลบางปะกง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์
รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ,
มหาวิทยาลัยบูรพา.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- วาสนา ใจโต. 2554. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่าย 3G.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วรัญญา แก้วเชือกหนึ่ง และฐิตินันท์ พงษ์คะเชนทร์. 2558. **การพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตภัณฑ์ผ้าจกในจังหวัดราชบุรีสู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์.** รายงานวิจัย. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วิชา ทองลัพท์. 2559. **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์การบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิจิต อุ่อ้น. 2550. **การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ.** พรินท์แอมที, กรุงเทพมหานคร.
- ศศิณี เชี่ยวชาญชูโชติ. 2560. **การศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทย กรณีศึกษาร้านผ้าไหมขวัญเรือน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2555. **การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์เน้นสำหรับงานวิจัย.** โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2558. **การบริหารการตลาด.** พัฒนาการศึกษา, กรุงเทพฯ.
- ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล. 2557. **หลักการตลาด.** แสงดาว, กรุงเทพฯ.
- สายสุนีย์ จาโรทก. 2559. **พฤติกรรมการซื้อผ้าไหมของข้าราชการครูในจังหวัดอุทัยธานี.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สายสินธุ์ อินทรีย์. 2562. **การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าปักลายไทยประยุกต์จากธุรกิจผ้าไทยของสุภาพสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2562. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก <http://planning.dld.go.th/>, 26 พฤษภาคม 2563.
- สำนักงานจังหวัดราชบุรี. 2562. **ข้อมูลทั่วไปจังหวัดราชบุรี.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://www.ratchaburi.go.th>, 6 พฤษภาคม 2563.
- สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี. 2563. **ท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://ratchaburilocal.go.th/public>, 20 มิถุนายน 2563.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)


- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. 2562. ระบบสถิติทางการทะเบียน จังหวัดราชบุรี. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก: <http://stat.bora.dopa.go.th>, 9 มีนาคม 2563.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2554. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. ไทมอนด์อิน บิสสิเนสเว็ลด์, กรุงเทพฯ.
- โสภิตา รัตนสมโชค. 2558. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.” หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิสริยภรณ์ ไชยสูง. 2560. กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านพระพุทธรบาทห้วยต้ม ตำบลนาทราย อำเภอเถลี จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อุดม สมพร. 2540. ผ้าจกไท-ยวน ราชบุรี. โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, กรุงเทพฯ
- Best, J.W. 1981. *Research in Education*. New Jersey: Practice-Hall.
- Kotler & Keller. 2012. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (15th Global ed.). Upper Saddle River, Prentice-Hall, NJ.
- Likert, Rensis. 1999. *The Method of Construction and Attitude Scale, Reading in Attitude Theory and Measurement*. Wiley & Son, New York.





ภาคผนวก

- ภาคผนวก ก หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
- ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย
- ภาคผนวก ค ผลคำนวณค่า IOC
- ภาคผนวก ง บรรยายภาคการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวิจัย
- ภาคผนวก จ ภาพผ้าจกไท-ยวน



ภาคผนวก ก

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย



ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๑๙๙๐

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๖ สิงหาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรมลย์ บุญธรรม

ด้วยนายศุภสรร์ จวงเจิม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๒๗๐๗๐๖๕๐๑-๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร ก่ออารโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายศุภสรร์ จวงเจิม จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๓

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๔๘๕๙ ๘๖๕๗

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๑๙๙๑



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๖ สิงหาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน ดร.วณิช นิลนนท์

ด้วยนายศุภสรณ์ จวงเจิม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๒๗๐๗๐๖๕๐๑-๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกรเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายศุภสรณ์ จวงเจิม จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๓

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๔๘๕๙ ๘๖๕๗



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๓

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๑๙๙๒ วันที่ ๖ สิงหาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์กฤตพร ชูแสง

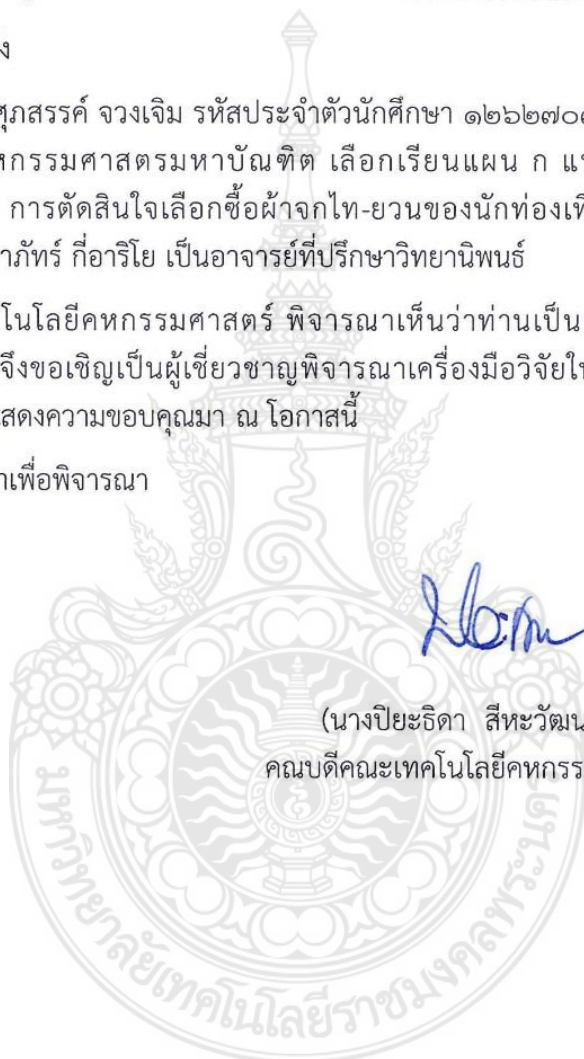
ด้วยนายศุภสรณ์ จวงเจิม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๒๗๐๗๐๖๕๐๑-๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร กี่อารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายศุภสรณ์ จวงเจิม จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒนกุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์





ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๑๙๙๓

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๖ สิงหาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย
เรียน นางจันทรวล ห่วงทอง

ด้วยนายศุภสรณ์ จวงเจิม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๒๗๐๗๐๖๕๐๑-๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไทย-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร ก่ออารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายศุภสรณ์ จวงเจิม จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัฒน์กุล)

คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๓

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๔๘๕๙ ๘๖๕๗

ที่ อว ๐๖๕๒.๐๓/๑๙๙๔



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
๑๖๘ ถนนศรีอยุธยา เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๖ สิงหาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน นางสาวดลวรรณ มณีจันทร์

ด้วยนายศุภสรณ์ จวงเจิม รหัสประจำตัวนักศึกษา ๑๒๖๒๗๐๗๐๖๕๐๑-๒ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต เลือกเรียนแผน ก แบบ ก ๒ กำลังดำเนินการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญาภัทร ก่ออารีโย เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และคุณสมบัติเหมาะสม จึงขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัยให้กับ นายศุภสรณ์ จวงเจิม จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นางปิยะธิดา สีหะวัตินกุล)

คณบดีคณะ

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์

โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๗๗๗ ต่อ ๘๒๖๓

โทรสาร ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๐๐

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อนักศึกษา หมายเลขโทรศัพท์ ๐๙ ๔๘๕๙ ๘๖๕๗



ภาคผนวก ข

เครื่องมือการวิจัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



แบบสอบถาม

เรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อใช้ศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรคหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

คำตอบของท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ต่อการศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงและครบถ้วน โดยข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามชุดนี้ทางผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัด จะไม่มีการเปิดเผยต่อสาธารณชนไม่ว่ากรณีใดทั้งสิ้น และจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ศุภสรร์ จวงเจิม

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าตัวเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านและกรณากรอกรายละเอียดลงในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ไม่เกิน 30 ปี 31 - 40 ปี
 41 - 50 ปี 51 - 60 ปี
 มากกว่า 61 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก

4. อาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พนักงานมหาวิทยาลัย
 ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
 อาชีพอิสระ แม่บ้าน
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ไม่เกิน 15,000 บาท 15,001 - 20,000 บาท
 20,001 - 25,000 บาท 25,001 - 30,000 บาท
 สูงกว่า 30,001 บาท

6. ภูมิลำเนา

- จังหวัดราชบุรี จังหวัดอื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญทางด้านขวามือของแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน เพื่อพิจารณาว่าปัจจัยใดมีส่วนจูงใจให้ท่านเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนมากที่สุด โดยกำหนดคะแนนให้ ดังนี้

- 5 หมายถึง สำคัญมากที่สุด
 4 หมายถึง สำคัญมาก
 3 หมายถึง สำคัญปานกลาง
 2 หมายถึง สำคัญน้อย
 1 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
1. ด้านผลิตภัณฑ์						
1.1	คุณภาพของผ้าจากไท-ยวนมีความแข็งแรง ทนทาน					
1.2	ผ้าจากไท-ยวนมีความประณีตสวยงาม					
1.3	ผ้าจากไท-ยวนมีสีสันสวยงาม คงทนสีไม่ตก และมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย					
1.4	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของภูมิภาค ปัญหาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี					
1.5	ผ้าจากไท-ยวนสวมใส่สบาย และดูแลรักษาได้ง่าย					
2. ด้านราคา						
2.1	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและความประณีตของฝีมือ การทอผ้าจากไท-ยวน					
2.2	ราคาของผ้าจากไท-ยวนมีความคงที่ ไม่ผันผวนตามสถานการณ์					
2.3	ผ้าจากไท-ยวนมีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพของผ้า และฝีมือการทอ					
2.4	ผ้าจากไท-ยวนสามารถต่อรองราคาได้ตามความเหมาะสม					
2.5	ผ้าจากไท-ยวนมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
3.1	มีการจัดแสดง (Display) ผ้าจากไท-ยวน ภายในร้านอย่าง สวยงามและดึงดูดใจ					
3.2	มีการจัดวางผ้าจากไท-ยวนเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจนสะดวกต่อการ เลือกซื้อ					
3.3	สามารถสั่งซื้อผ้าจากไท-ยวนได้หลายช่องทาง เช่น Facebook / Line					
3.4	มีการจัดส่งผ้าจากไท-ยวนผ่านทางบริษัทขนส่ง เช่น ไปรษณีย์ ไทย / Kerry Express และบริษัทอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด						
4.1	มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ้าจากไท-ยวนผ่านทางโซเชียล เน็ตเวิร์ก เช่น website / Facebook					
4.2	มีการลดราคาพิเศษในกรณีที่ลูกค้าซื้อผ้าจากไท-ยวนจำนวนมาก					
4.3	มีการลดราคาผ้าจากไท-ยวนตามเทศกาล และโอกาสพิเศษต่างๆ					
4.4	มีของสมนาคุณสำหรับลูกค้า เช่น พวงกุญแจ / ถุงผ้า					





ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
		5	4	3	2	1
5. ด้านบุคลากร						
5.1	พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผ้าจากไท-ยวน สามารถให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน					
5.2	พนักงานพูดจาสุภาพ ไพเราะ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
5.3	จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า					
5.4	พนักงานสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ					
5.5	พนักงานมีมิตรไมตรีต่อการให้บริการลูกค้า					
6. ด้านกระบวนการ						
6.1	มีการบริการลูกค้าตามลำดับก่อนและหลัง					
6.2	สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น จ่ายเงินสด / โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร					
6.3	มีการรับรองคุณภาพผ้าจากไท-ยวนจากกรณีเกิดความเสียหายจากแหล่งผู้ผลิต					
6.4	มีการบริการหลังการขายโดยมีการรับเปลี่ยนผ้าจากไท-ยวนได้ในระยะเวลาที่กำหนดหากลูกค้าไม่พึงพอใจ					
6.5	มีกระบวนการชำระเงินที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ					
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ						
7.1	ร้านที่จำหน่ายมีสถานที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ					
7.2	ร้านที่จำหน่ายตั้งอยู่ในย่านท่องเที่ยว เดินทางไปได้สะดวกสบาย					
7.3	ป้ายชื่อร้านที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน					
7.4	ร้านที่จำหน่ายมีความสะอาด น่าใช้บริการ					
7.5	ร้านที่จำหน่ายกว้างขวางเพียงพอต่อการรับรองลูกค้า					


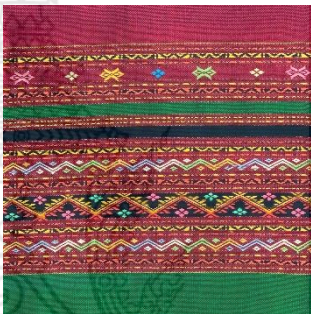

ตอนที่ 3 การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับการตัดสินใจทางด้านขวามือของแต่ละข้อที่ตรงกับ การตัดสินใจของท่านมากที่สุด โดยกำหนดคะแนนให้

5 = ซื้ออย่างแน่นอน 4 = น่าจะซื้อ 3 = ไม่แน่ใจ 2 = ไม่น่าจะซื้อ 1 = ไม่ซื้ออย่างแน่นอน

ข้อที่	การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน	ระดับการตัดสินใจ				
		5	4	3	2	1
1. วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ						
1.1	เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ					
1.2	เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น					
1.3	เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ					
1.4	เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย					
1.5	เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี					
1.6	อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
2. ประเภทของผ้าจากไท-ยวน						
2.1	ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ					
2.2	ผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์					
3. ลวดลายของผ้า						
ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ						
3.1	ลายที่ 1 ผ้าจากไท-ยวน ลายกุศซ้อนเขียว					
3.2	ลายที่ 2 ผ้าจากไท-ยวน ลายหัทธกบแก้ว					

ข้อที่	การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน	ระดับการตัดสินใจ					
		5	4	3	2	1	
3.3	ลายที่ 3 ผ้าจากไท-ยวน ลายโค้งแก้ง						
3.4	ลายที่ 4 ผ้าจากไท-ยวน ลายหงส์						
3.5	ลายที่ 5 ผ้าจากไท-ยวน ลายกาบดอกแก้ว						
3.6	ลายที่ 6 ผ้าจากไท-ยวน ลายเซี่ยใหญ่						

ข้อที่	การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน	ระดับการตัดสินใจ				
		5	4	3	2	1
3.7	ลายที่ 7 ผ้าจากไท-ยวน ลายดอกเขีย					
ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์						
3.8	ลายที่ 1 ผ้าจากไท-ยวน ลายเขีย					
3.9	ลายที่ 2 ผ้าจากไท-ยวน ลายจันจิบ					
3.10	ลายที่ 3 ผ้าจากไท-ยวน ลายปลา					

ข้อที่	การตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวน	ระดับการตัดสินใจ				
		5	4	3	2	1
3.11	ลายที่ 4 ผ้าจากไท-ยวน ลายปลานก 					
3.12	ลายที่ 5 ผ้าจากไท-ยวน ลายขอเหลียวชนกัน 					
3.13	ลายที่ 6 ผ้าจากไท-ยวน ลายดอกสน 					
3.14	ลายที่ 7 ผ้าจากไท-ยวน ลายหัท 					

ภาคผนวก ค

ผลคำนวณค่า IOC



ตารางที่ ค-1 ค่า index of item-objective congruence ของปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวน

ข้อที่	ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1. เพศ								
1.1	ชาย	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
1.2	หญิง	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
2. อายุ								
2.1	ไม่เกิน 30 ปี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.2	31-40 ปี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.3	41-50 ปี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.4	51-60 ปี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.5	มากกว่า 61 ปี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ระดับการศึกษาสูงสุด								
3.1	ต่ำกว่าปริญญาตรี	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
3.2	ปริญญาตรี	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
3.3	ปริญญาโท	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
3.4	ปริญญาเอก	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
4. อาชีพ								
4.1	นักเรียน/นักศึกษา	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
4.2	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานมหาวิทยาลัย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.3	ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.4	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.5	อาชีพอิสระ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.6	แม่บ้าน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.7	อื่นๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								
5.1	ไม่เกิน 15,000 บาท	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
5.2	15,001-20,000 บาท	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
5.3	20,001-25,000 บาท	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
5.4	25,001-30,000 บาท	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
5.5	สูงกว่า 30,001 บาท	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
6. ภูมิลำเนา								
6.1	จังหวัดราชบุรี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.2	จังหวัดอื่นๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ ค-2 ค่า index of item-objective congruence ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้
ในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1. ด้านผลิตภัณฑ์								
1.1	คุณภาพของผ้าจากไท-ยวนมีความแข็งแรงทนทาน	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
1.2	ผ้าจากไท-ยวนมีความประณีต สวยงาม	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
1.3	ผ้าจากไท-ยวนมีสีสันทนสวยงาม คงทนสีไม่ตก และมีลวดลายให้เลือกหลากหลาย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.4	ลวดลายผ้าจากไท-ยวน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว-ของภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.5	ผ้าจากไท-ยวนสวมใส่สบาย และดูแลรักษาได้ง่าย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. ด้านราคา								
2.1	ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและความประณีตของฝีมือการทอผ้าจากไท-ยวน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.2	ราคาของผ้าจากไท-ยวนมีความคงที่ ไม่ผันผวนตามสถานการณ์	+1	+1	-1	+1	+1	0.60	ใช้ได้
2.3	ผ้าจากไท-ยวนมีราคาให้เลือกหลายระดับตามคุณภาพของผ้าและฝีมือการทอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.4	ผ้าจากไท-ยวนสามารถต่อรองราคาได้ตามความเหมาะสม	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
2.5	ผ้าจากไท-ยวนมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
3.1	มีการจัดแสดง (Display) ผ้าจากไท-ยวนภายในร้านอย่างสวยงามและดึงดูดใจ	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
3.2	มีการจัดวางผ้าจากไท-ยวนเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน สะดวกต่อการเลือกซื้อ	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
3.3	สามารถสั่งซื้อผ้าจากไท-ยวนได้หลายช่องทาง เช่น Facebook / Line	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.4	มีการจัดส่งผ้าจากไท-ยวนผ่านทางบริษัทขนส่ง เช่น ไปรษณีย์ไทย/Kerry Express และบริษัทอื่นๆได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ ค-2 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด								
4.1	มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ผ้าจากไท-ยวนผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น website / Facebook	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.2	การลดราคาพิเศษในกรณีที่ลูกค้าซื้อผ้าจากไท-ยวนจำนวนมาก	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
4.3	มีการลดราคาผ้าจากไท-ยวนตามเทศกาลและโอกาสต่างๆ	+1	+1	0	+1	0	0.60	ใช้ได้
4.4	มีของสมนาคุณสำหรับลูกค้า เช่น พวงกุญแจ / ถุงผ้า	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. ด้านบุคลากร								
5.1	พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผ้าจากไท-ยวน สามารถให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.2	พนักงานพูดจาสุภาพไพเราะ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.3	จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	+1	+1	-1	+1	+1	0.60	ใช้ได้
5.4	พนักงานสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างเข้าใจ	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
5.5	พนักงานมีมิตรไมตรีต่อการให้บริการลูกค้า	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. ด้านกระบวนการ								
6.1	มีการบริการลูกค้าตามลำดับก่อนและหลัง	+1	+1	-1	+1	+1	0.60	ใช้ได้
6.2	สามารถชำระเงินได้หลายช่องทาง เช่น จ่ายเงินสด/โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.3	มีการรับรองคุณภาพผ้าจากไท-ยวนจากกรณีเกิดความเสียหายจากแหล่งผู้ผลิต	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.4	มีการบริการหลังการขายโดยมีการรับเปลี่ยนผ้าจากไท-ยวนได้ในระยะเวลาที่กำหนดหากลูกค้าไม่พึงพอใจ	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
6.5	กระบวนการชำระเงินมีความถูกต้องรวดเร็ว แม่นยำ	+1	+1	-1	+1	+1	0.60	ใช้ได้

ตารางที่ ค-2 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ								
7.1	ร้านที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวกสบายและเพียงพอ	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้
7.2	ร้านที่จำหน่ายตั้งอยู่ในย่านท่องเที่ยวเดินทางไปได้สะดวกสบาย	+1	+1	+1	+1	0	0.80	ใช้ได้
7.3	ป้ายชื่อร้านที่จำหน่ายสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7.4	ร้านที่จำหน่ายมีความสะอาด น่าใช้บริการ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
7.5	ร้านที่จำหน่ายกว้างขวางเพียงพอต่อการรับรองลูกค้า	+1	+1	0	+1	+1	0.80	ใช้ได้

ตารางที่ ค-3 ค่า index of item-objective congruence ของการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าจากไท-ยวนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1. วัตถุประสงค์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ								
1.1	เพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.2	เพื่อเป็นของฝากให้แก่ผู้อื่น	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.3	เพื่อเป็นของขวัญในโอกาสพิเศษ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.4	เพื่อสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมของไทย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
1.5	เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาสิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดราชบุรี	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
1.6	อื่นๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2. ประเภทของผ้าจากไท-ยวน								
2.1	ผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
2.2	ผ้าจากไท-ยวนแบบประยุกต์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3. ลวดลายของผ้าที่เลือกซื้อ								
ลวดลายของผ้าจากไท-ยวนแบบโบราณ								
3.1	ลายที่ 1 ลายกุดซ้อนเขียว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.2	ลายที่ 2 ลายหักกาบแก้ว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.3	ลายที่ 3 ลายโค้งแก้ง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.4	ลายที่ 4 ลายหงส์	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ตารางที่ ค-3 (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					IOC	แปลผล
		1	2	3	4	5		
3.5	ลายที่ 5 ลายกาบดอกแก้ว	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.6	ลายที่ 6 ลายเซียใหญ่	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.7	ลายที่ 7 ลายดอกเซีย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
ลวดลายของผ้าจกไท-ยวนแบบประยุกต์								
3.8	ลายที่ 1 ลายเซีย	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.9	ลายที่ 2 ลายจันจับ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.10	ลายที่ 3 ลายปลา	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.11	ลายที่ 4 ลายปลานก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.12	ลายที่ 5 ลายขอเหลียวชนกัน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.13	ลายที่ 6 ลายดอกสน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
3.14	ลายที่ 7 ลายหูก	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. โอกาสในการใช้งาน								
4.1	สวมใส่ในชีวิตประจำวัน	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.2	สวมใส่ในโอกาสพิเศษ เช่น งานแต่งงาน งานบวช	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.3	สวมใส่ในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น วันปีใหม่ วันสงกรานต์/วันเข้าพรรษา/งานบุญ ประเพณี ฯลฯ	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4.4	อื่นๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง								
5.1	ไม่เกิน 2,000 บาท	+1	+1	0	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.2	2,001 – 5,000 บาท	+1	+1	0	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.3	5,001 – 8,000 บาท	+1	+1	0	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.4	8,001 – 11,000 บาท	+1	+1	0	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5.5	มากกว่า 11,001 บาท	+1	+1	0	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6. ความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าจกไท-ยวน								
6.1	เดือนละครั้ง	+1	+1	+1	0	+1	0.80	ใช้ได้
6.2	2 เดือนต่อครั้ง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.3	3 เดือนต่อครั้ง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.4	4 เดือนต่อครั้ง	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
6.5	อื่นๆ (โปรดระบุ).....	+1	+1	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ภาคผนวก ง

บรรยายภาคการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวิจัย





ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี วัตนาหนอง



สหกรณ์การเกษตรไท-ยวน ราชบุรี



ภาคผนวก จ

ภาพผ้าจกไท-ยวน



ภาพที่ จ-1 ผ้าจกไท-ยวนแบบโบราณ
ลายกูดซ็อนเซีย



ภาพที่ จ-2 ผ้าจกไท-ยวนแบบโบราณ
ลายหักกาบแก้ว



ภาพที่ จ-3 ผ้าจกไท-ยวนแบบโบราณ
ลายโค้งแก้ง



ภาพที่ จ-4 ผ้าจกไท-ยวนแบบโบราณ
ลายหงส์



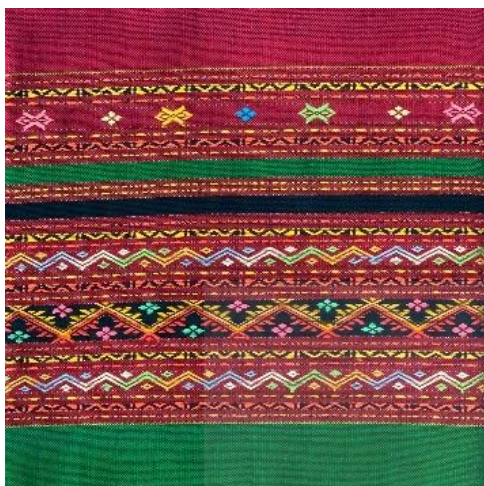
ภาพที่ จ-5 ผ้าจกไท-ยวนแบบโบราณ
ลายกาบดอกแก้ว



ภาพที่ จ-6 ผ้าจกไท-ยวนแบบโบราณ
ลายเซียใหญ่



ภาพที่ จ-7 ผ้าจกไท-ยวนแบบโบราณ
ลายดอกเซีย



ภาพที่ จ-8 ผ้าจกไท-ยวนแบบประยุกต์
ลายเซีย



ภาพที่ จ-9 ผ้าจกไท-ยวนแบบประยุกต์
ลายจันจิบ



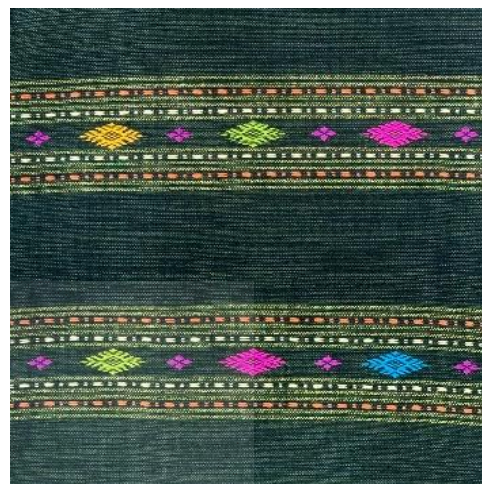
ภาพที่ จ-10 ผ้าจกไท-ยวนแบบประยุกต์
ลายปลา



ภาพที่ จ-11 ผ้าจกไท-ยวนแบบประยุกต์
ลายปลานก



ภาพที่ จ-12 ผ้าจกไท-ยวนแบบประยุกต์
ลายขอเหลียวชนกัน



ภาพที่ จ-13 ผ้าจกไท-ยวนแบบประยุกต์
ลายดอกสน



ภาพที่ จ-14 ผ้าจกไท-ยวนแบบประยุกต์
ลายหັก

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ นามสกุล นายศุภสรณ์ จวงเจิม
วัน เดือน ปีเกิด 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2538
ที่อยู่ปัจจุบัน 36/5 หมู่ 11 ตำบล ปากแรต อำเภอ บ้านโป่ง จังหวัด ราชบุรี 70110

ประวัติการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต	2561
มัธยมศึกษาตอนปลาย	โรงเรียนสารสิทธิ์พิทยาลัย	2556
มัธยมศึกษาตอนต้น	โรงเรียนสารสิทธิ์พิทยาลัย	2553

