

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาแยกวิเคราะห์เป็นสองตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพฤติกรรม (Behavioral Data) ซึ่งได้แก่การบ่งชี้ของผู้ซื้อว่าจะเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตตัวใด เมื่อมีเสื้อเชิ้ตให้เลือก 3 ตัว การวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมได้ทำเป็นลำดับขั้นดังนี้ คือ

- 1.1 จำนวนการยอดชะของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตตาม
 - 1.1.1 ชื่อการค้าของเสื้อ
 - 1.1.2 ขนาดปกของเสื้อ
 - 1.1.3 สีของเสื้อ
- 1.2 ทดสอบความแตกต่างของการเลือกซื้อเสื้อ โดยวิธีไคสแควร์¹ (Chi-square) ในด้านต่อไปนี้
 - 1.2.1 ชื่อการค้าของเสื้อ
 - 1.2.2 ชื่อการค้ากับสีของเสื้อ
 - 1.2.3 ขนาดปกเสื้อกับสีของเสื้อ
- 1.3 ทดสอบความสัมพันธ์ของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตโดยวิธี χ^2 ในด้านต่อไปนี้
 - 1.3.1 ชื่อการค้ากับขนาดปกเสื้อ
 - 1.3.2 ชื่อการค้ากับสีของเสื้อ
 - 1.3.3 ขนาดปกเสื้อกับสีของเสื้อ

¹ ประลอง กรรณสูต, สถิติศาสตร์ประยุกต์สำหรับครู (กรุงเทพฯ : ไทวัฒนาพานิช จำกัด, 2516), หน้า 119.

ตอนที่ 2 ข้อมูลการรายงานด้วยถ้อยคำ (Verbal Report Data) ซึ่งได้แก่ เหตุผลที่ผู้ช้อบอกรว่าเป็นตัวการในการตัดสินใจเลือกซื้อ การวิเคราะห์ข้อมูลการรวบรวมถ้อยคำไว้ทำเป็นลำดับขั้นดังนี้

- 2.1 จำนวนการยอดของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตทั้งหมด
- 2.2 จำนวนการยอดของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตชื่อการค้าต่าง ๆ
- 2.3 จำนวนการยอดของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตขนาดปกต่าง ๆ
- 2.4 จำนวนการยอดของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตสีต่าง ๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจึงเสนอเป็นตอนตามลำดับขั้นดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลพฤติกรรมการ

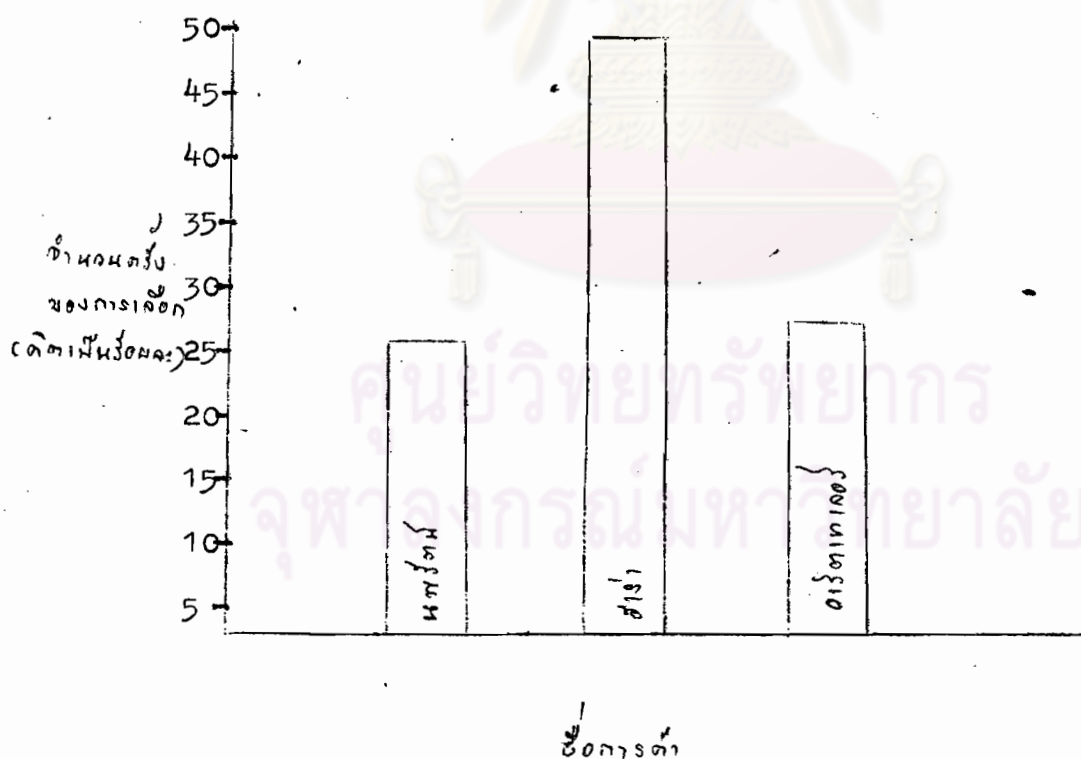
ตารางที่ 1 ความถี่ของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปแต่ละตัว

ชื่อการค้า	ขนาดปก	สี			รวม
		เหลือง	ฟ้า	ม่วง	
นพรัตน์	4 1/2"	13	16	15	44
	3 1/2"	21	28	27	76
	2 1/2"	5	7	6	18
ฮารา	4 1/2"	35	36	30	101
	3 1/2"	40	42	37	119
	2 1/2"	17	17	20	54
ฮาร์ทเทเลอร์	4 1/2"	19	21	17	57
	3 1/2"	21	27	20	68
	2 1/2"	4	11	6	21
		175	205	178	558

ตารางที่ 2 การอยุ่ละของควมดี ของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ชอการคาค่างกัน

ชอการคาค่าง	ควมดีของการเลือก	การอยุ่ละ
นพรัตน์	138	24.70
ฮาร่า	274	49.10
อารตเทเลอร์	176	26.20

การอยุ่ละจากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้รับการทดลองเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ชอการคาค่าง ฮาร่า ซึ่งเป็นชอการคาค่างที่รู้จักกันดีมากกว่า เสื้อเชิ้ต ชอการคาค่าง นพรัตน์ และ ชอการคาค่างอารตเทเลอร์ เพื่อแสดงผลให้ชัดเจน จึงนำการอยุ่ละในตารางที่ 2 มาเสนอ ในรูปแผนภูมิแท่ง ดังแผนภูมิที่ 4



แผนภูมิที่ 4 เปรียบเทียบการอยุ่ละ ของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ชอการคาค่างต่าง ๆ

เพื่อเปรียบเทียบผลการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ที่มีช้อการค่าต่างกันว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ จึงนำความถี่ของการเลือกซื้อในตารางที่ 2 มาวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ (Chi-square) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าไคสแควร์ (χ^2) ของผลการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตที่มีช้อการค่าต่างกัน

ความถี่ ความถี่	ช้อการค่า			รวม	χ^2
	นพรัตน์	ฮารา	อารตเทเลออร์		
ปรากฏจริง	138	274	146	558	62.39**
คาดหวัง	186	186	186	558	

**p < .01 df = 2

ผลจากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 จากตารางมากกว่าค่า χ^2 วิกฤต ($\chi^2_{.01} = 9.21$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01 แสดงให้เห็นว่า การเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ช้อการค่าต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์นี้จึงคัดค้านสมมุติฐานที่ว่าผู้ซื้อเสื้อเชิ้ต ที่มีช้อการค่าต่างกันไม่แตกต่างกัน และสนับสนุนสมมุติฐานที่ว่าผู้ซื้อเสื้อเชิ้ตที่มีช้อการค่าต่างกันมากกว่าบางช้อ ในพื้นที่ช้อการค่าที่มีผู้เลือกซื้อมากที่สุดคือ ช้อการค่าฮารา

ศูนย์วิจัยทรัพยากร

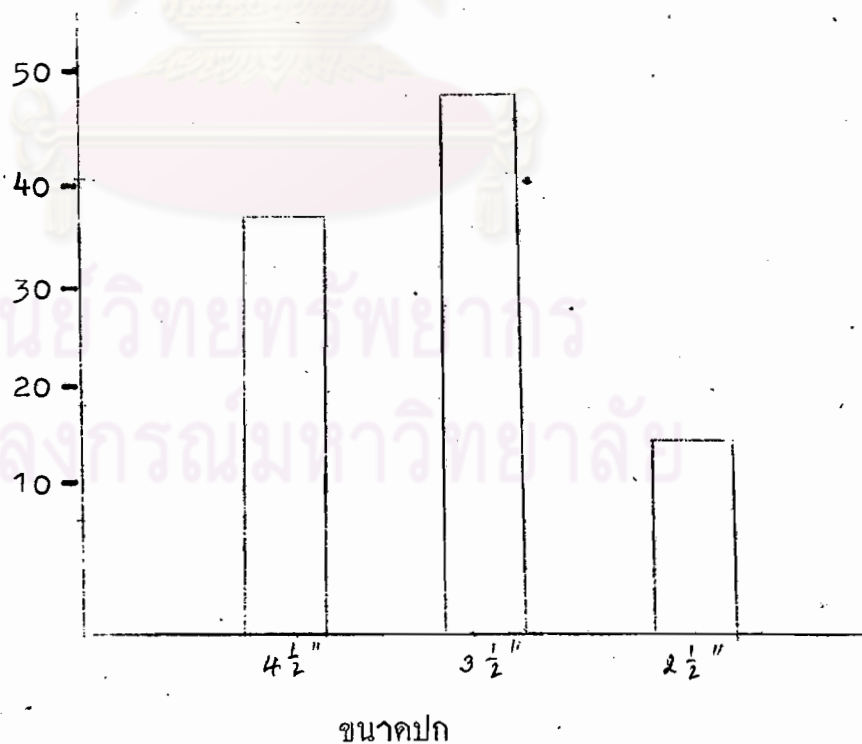
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 คารอยละของควมถของการเลือกซื้อเสื้อเชิต ที่มีขนาดปกต่างกัน

ขนาดปก	ความถี่ของการเลือกซื้อ	คารอยละ
$4\frac{1}{2}$ "	202	36.20
$3\frac{1}{2}$ "	263	47.10
$2\frac{1}{2}$ "	93	16.70

คารอยละจากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้เลือกซื้อเสื้อเชิตขนาดปก $3\frac{1}{2}$ " ซึ่งเป็นขนาดปกที่มีความกว้างปานกลาง มากกว่าเสื้อเชิตที่มีขนาดปกกว้างมากและแคบมาก คือ เสื้อที่ขนาด $4\frac{1}{2}$ " และ $2\frac{1}{2}$ " เพื่อแสดงผลให้ชัดเจน จึงนำคารอยละในตารางที่ 4 มาเสนอในรูปแบบแผนภูมิแท่ง ดังแผนภูมิที่ 5

จำนวนครั้งของการเลือกซื้อ (คิดเป็นร้อยละ)



เพื่อเปรียบเทียบผลการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ที่มีขนาดปกต่างกันว่าแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ จึงนำถ้อยของการเลือกซื้อในตารางที่ 4 มาวิเคราะห์
ค่าไคสแควร์ (Chi-square) ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าไคสแควร์ (χ^2) ของผลการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตที่มีขนาดปกต่างกัน

ความถี่ ความถี่	ขนาดปก			รวม	χ^2
	4 $\frac{1}{2}$ "	3 $\frac{1}{2}$ "	2 $\frac{1}{2}$ "		
ปรากฏจริง	202	263	93	558	79.74**
คาดหวัง	186	186	186	558	

**p < .01 df = 2

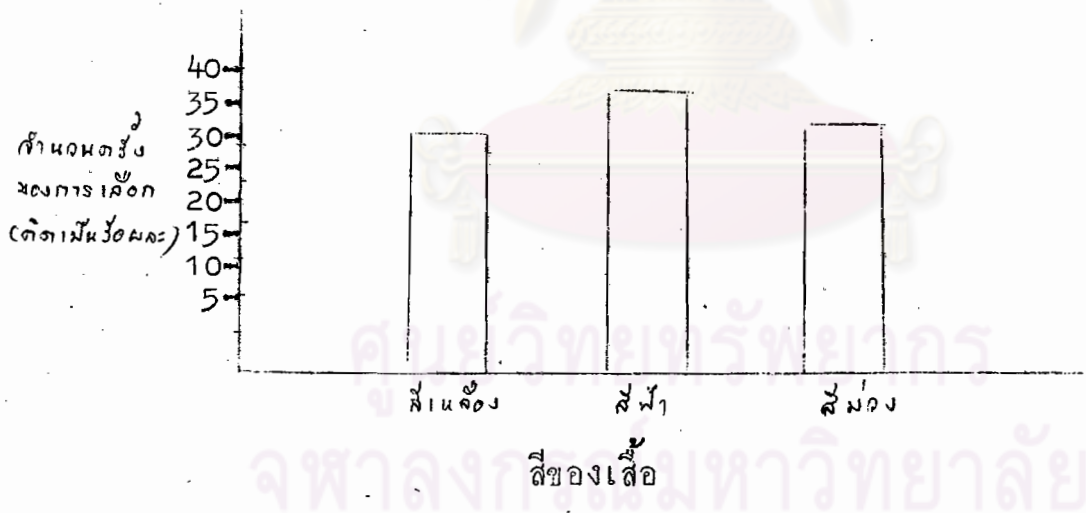
ผลจากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่า ค่า χ^2 จากตารางมากกว่าค่า χ^2 วิกฤต
($\chi^2_{.01} = 9.21$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01 แสดงให้เห็นว่า การเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต
ขนาดปกต่างกัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์นี้จึงคัดค้านสมมุติฐาน
ที่ว่า ผู้ซื้อเสื้อเชิ้ตที่มีขนาดปกต่างกันไม่แตกต่างกัน และสนับสนุนสมมุติฐานที่ว่าผู้ซื้อ
เสื้อเชิ้ตที่มีขนาดปกปานกลางมากกว่า เสื้อเชิ้ตที่มีขนาดปกกว้างมาก และเสื้อเชิ้ต
ที่มีขนาดปกแคบมาก

ตารางที่ 6 การยอดของความถี่ของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตสีต่างกัน

สี	ความถี่ของการเลือกซื้อ	การยอด
เหลือง	175	31.30
ฟ้า	205	36.70
ม่วง	178	32.00

การยอดจากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตสีฟ้ามากกว่าเสื้อเชิ้ตสีเหลือง และเสื้อเชิ้ตสีม่วง เพื่อแสดงผลให้ชัดเจนจึงนำการยอด ในตารางที่ 6 มาเสนอในรูปแบบแผนภูมิแท่ง ดังแผนภูมิที่ 6

แผนภูมิที่ 6 เปรียบเทียบการยอดของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตสีต่างกัน



เพื่อเปรียบเทียบผลการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ที่มีสีต่างกัน ว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ผู้วิจัยจึงนำความถี่ของการเลือกซื้อ ในตารางที่ 6 มาวิเคราะห์ค่า ไคแอสควร์ (Chi-Square) ดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ค่าไคสแควร์ (χ^2) ของผลการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต สีต่างกัน

ความถี่ ความถี่	สี			รวม	χ^2
	เหลือง	ฟ้า	ม่วง		
ปรากฏจริง	175	205	178	558	1.96
คาดหวัง	186	186	186	558	

$$df = 2$$

ผลจากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่า ค่า χ^2 จากตารางน้อยกว่าค่า χ^2 วิกฤต ($\chi^2_{.01} = 9.21$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01 แสดงให้เห็นว่าการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตสีต่างกัน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์นี้จึงสนับสนุนสมมุติฐานที่ว่า ผู้ซื้อเสื้อเชิ้ตสีต่างกัน ไม่แตกต่างกัน และคัดค้านสมมุติฐานที่ว่า ผู้ซื้อเสื้อเชิ้ตสีฟ้ามากกว่าเสื้อเชิ้ต สีเหลืองและสีม่วง

ผู้วิจัยนำข้อมูลพฤติกรรม ซึ่งได้แก่ผลการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต มาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของผลการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตในหมวดช้อการค่า กับขนาดปก ช้อการค่ากับสี และขนาดปกกับสี ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยวิธีการวิเคราะห์หาค่าไคสแควร์

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 ค่าไคสแควร์ (χ^2) เพื่อหาความสัมพันธ์ของผลการเลือกซื้อเสื้อยืด
หมวดช่อกการค่ากับขนาดปก

ขนาดปก	ช่อกการค่า			รวม	χ^2
	นพรัตน์	ฮารา	ฮารตเทเดอร		
4 $\frac{1}{2}$ "	44	101	57	202	6.831
3 $\frac{1}{2}$ "	76	119	68	263	
2 $\frac{1}{2}$ "	18	54	21	93	
รวม	138	274	146	558	

$$df = 4$$

ผลจากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่า ค่า χ^2 จากตารางน้อยกว่าค่า χ^2 วิกฤต ($\chi^2_4 = 9.49$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่า การเลือกซื้อเสื้อยืด
ในหมวดช่อกการค่าไม่สัมพันธ์กับขนาดปก ผลการวิเคราะห์นี้จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ว่า
การเลือกซื้อเสื้อยืด หมวดช่อกการค่าไม่เกี่ยวข้องกับขนาดปกแล้ว

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 ค่าไคสแควร์ (χ^2) เพื่อหาความสัมพันธ์ของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตหมวดซื้อ การค้ากับสี

ชื่อการค้า	สี			รวม	χ^2
	เหลือง	ฟ้า	ม่วง		
นพรัตน์	39	51	48	138	2.43
ฮารา	92	95	87	274	
อารตเทเดอร	44	59	43	146	
รวม	175	205	178	558	

$$df = 4$$

ผลจากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 จากตารางน้อยกว่าค่า χ^2 วิกฤต ($\chi^2_4 = 9.49$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 แสดงให้เห็นว่า การเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตหมวดซื้อการค้า ไม่สัมพันธ์กับสี ผลการวิเคราะห์นี้จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ว่า การเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตหมวดซื้อการค้า ไม่เกี่ยวข้องกับสีของเสื้อ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 ค่าไคแอสควร์ (χ^2) เพื่อหาความสัมพันธ์ของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต หมวดขนาดปกกับสี

ขนาดปก	สี			รวม	χ^2
	เหลือง	ฟ้า	ม่วง		
$4\frac{1}{2}$ "	67	73	62	202	0.875
$3\frac{1}{2}$ "	82	97	84	263	
$2\frac{1}{2}$ "	26	35	32	93	
รวม	175	205	178	558	

$$df = 4$$

ผลจากตารางที่ 10 จะเห็นได้ว่า ค่า χ^2 จากตารางน้อยกว่า ค่า χ^2 วิกฤต ($\chi^2_4 = 9.49$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่า การเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตหมวดขนาดปก ไม่สัมพันธ์กับสี ผลการวิเคราะห์จึงเป็นไปตามสมมุติฐานที่ว่า การเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตหมวดขนาดปก ไม่เกี่ยวข้องกับสีของเสื้อ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. ข้อมูลการรายงานควยถอยคำ (Verbal Report Data)

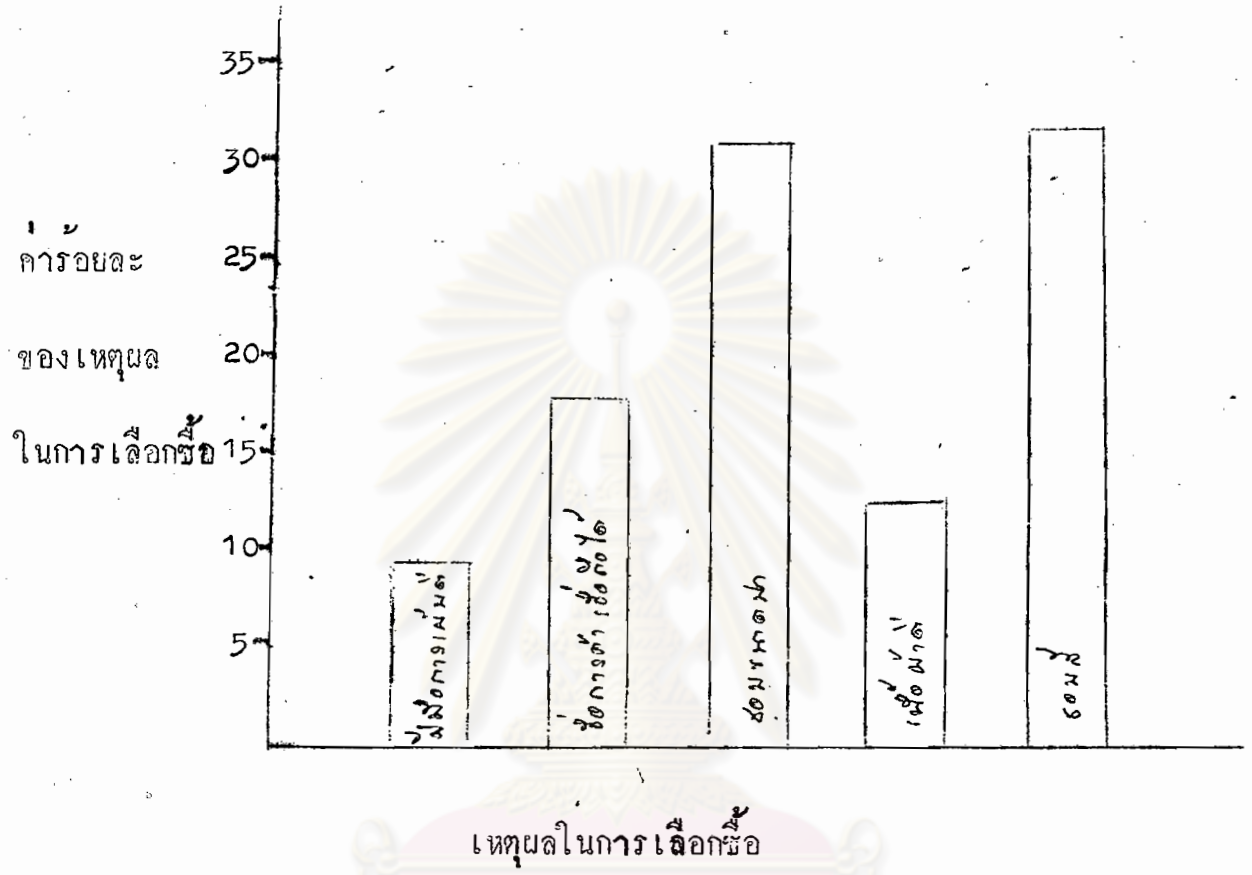
ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ซึ่งเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเซิต ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ หาค่าร้อยละของความถี่ของการให้เหตุผลในการเลือกซื้อ คังข้อมูลปรากฏใน ตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงการร้อยละของความถี่ ของการให้เหตุผลในการ เลือกซื้อเสื้อเซิตทั้งหมด

เหตุผล	ความถี่ในการเลือก	การร้อยละ
1. ฝีมือการเย็บดี	106	9.30
2. ช้อการ คำน เชื้อถือโค	187	16.60
3. ชอบขนาดปก	342	30.50
4. เนื้อผ้าดี	134	12.00
5. ชอบสี	355	31.60
	1,124	

การร้อยละจากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้รับการทดลองเลือกซื้อเสื้อเซิต เพราะชอบสีของเสื้อมากที่สุด เหตุผลที่เลือกซื้อที่รองลงไปคือ ชอบขนาดปก ช้อการ คำน เชื้อถือโค เนื้อผ้าดี ฝีมือการเย็บดี เพื่อแสดงผลให้ชัดเจน จึงนำการร้อยละในตารางที่ 11 มาเสนอในรูปแบบภูมิแท่ง คังแผนภูมิที่ 7

แผนภูมิที่ 7 เปรียบเทียบการอยละของเหตุผลในการเลือกซื้อ



เพื่อแสดงเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าให้เห็นเด่นชัด ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลแยกเป็นเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้า ข้อการค่าง ๆ เสื้อผ้าขนาดปกต่าง ๆ และเสื้อผ้าสีต่าง ๆ ดังข้อมูลแสดงในตารางที่ 13, 14, 15

เพื่อเปรียบเทียบเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้า ว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ผู้วิจัยจึงนำความถี่ของเหตุผลในการเลือกซื้อจากรายที่ 11 มาวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ ดังแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่าไคสแควร์ (χ^2) ของเหตุผลในการเลือกซื้อ

ความถี่ ความถี่	เหตุผล					รวม	χ^2
	ฝีมือการ เย็บดี	ข้อมูลการค เชื่อถือได้	ชอบขนาด ปก	เนื้อผ ดี	ชอบ สี		
ปรากฏจริง	106	187	342	134	355	1,124	242.3
คาดหวัง	224.80	224.80	224.80	224.80	224.80	1,124	

**p < .01 df = 2

ผลจากตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่า χ^2 จากตารางมากกว่าค่า χ^2 วิกฤต ($\chi^2_{.01} = 9.21$) ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .01 แสดงให้เห็นว่าเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 เหตุผลของการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ช็อกการค่าต่าง ๆ

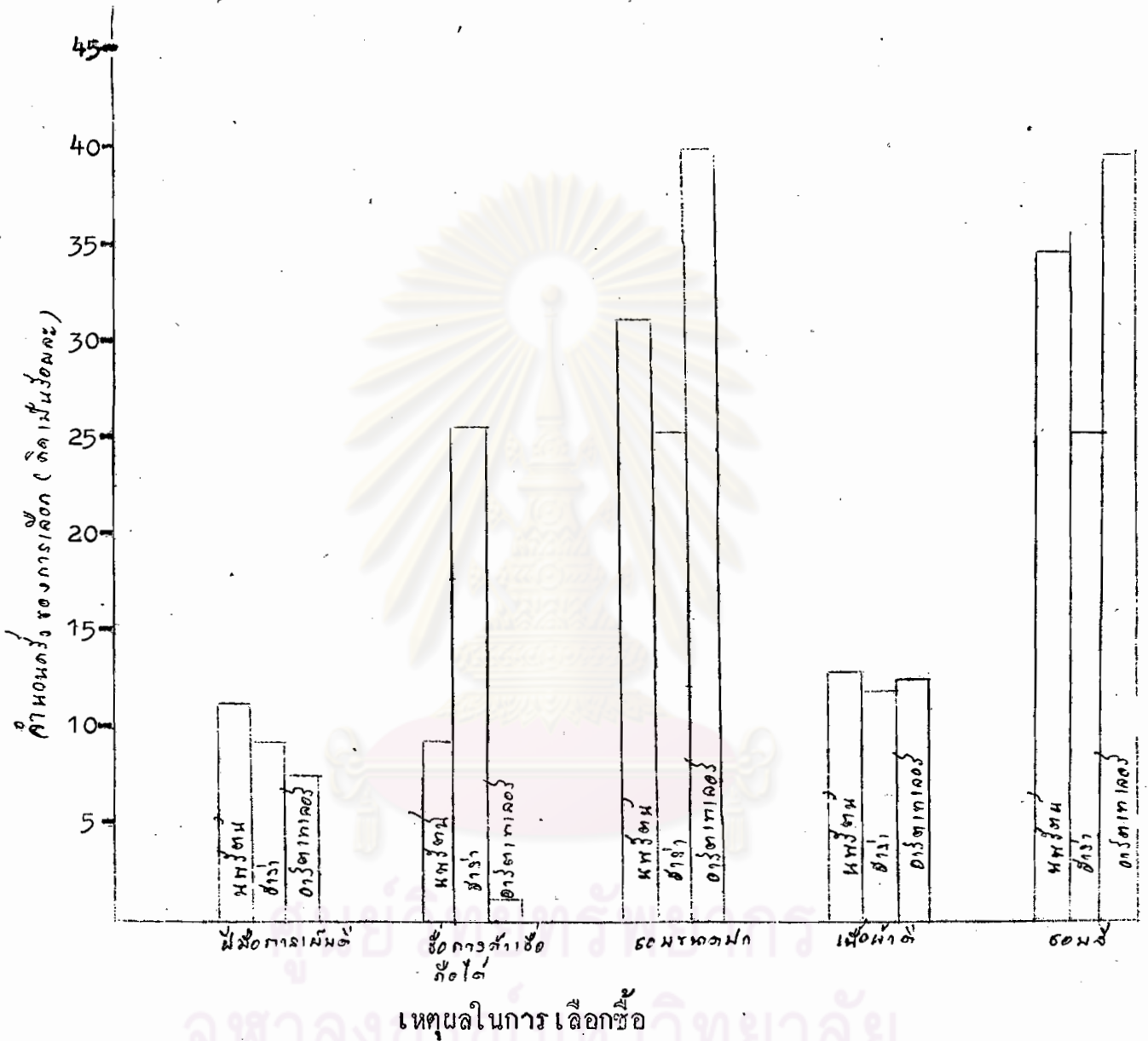
เหตุผล	นพรัตน		ฮารา		ฮาร์ทเทลเดอร์	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ฝีมือการเย็บดี	30	11.30	58	9.40	18	7.10
ช็อกการค่าเชื่อถือได้	25	9.40	161	26.60	1	0.40
ชอบขนาดปก	85	31.90	156	26.00	101	40.10
เนื้อผ้าดี	33	12.50	70	11.40	31	12.30
ชอบสี	93	34.90	161	26.60	101	40.10

การร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตจากรายการที่ 13 จะเห็นว่าผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตช็อกการค่านพรัตน เนื่องจากชอบสีมากที่สุด รองลงไป คือ ชอบขนาดปก ผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตช็อกการค่า ฮารา โดยให้เหตุผลว่าช็อกการค่า ฮารา เชื้อถือได้และชอบสีเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือชอบขนาดปก และผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตช็อกการค่าฮาร์ทเทลเดอร์ โดยให้เหตุผลว่า ชอบสี และชอบขนาดปก

จากการร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อเหล่านี้นำไปเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจน โดยแสดงเป็นแผนภูมิแท่ง ดังแผนภูมิที่ 8

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 8 เปรียบเทียบการยอดระของเหตุผล ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า ช้อการคตาต่าง ๆ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 14 เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตขนาดปกต่าง ๆ

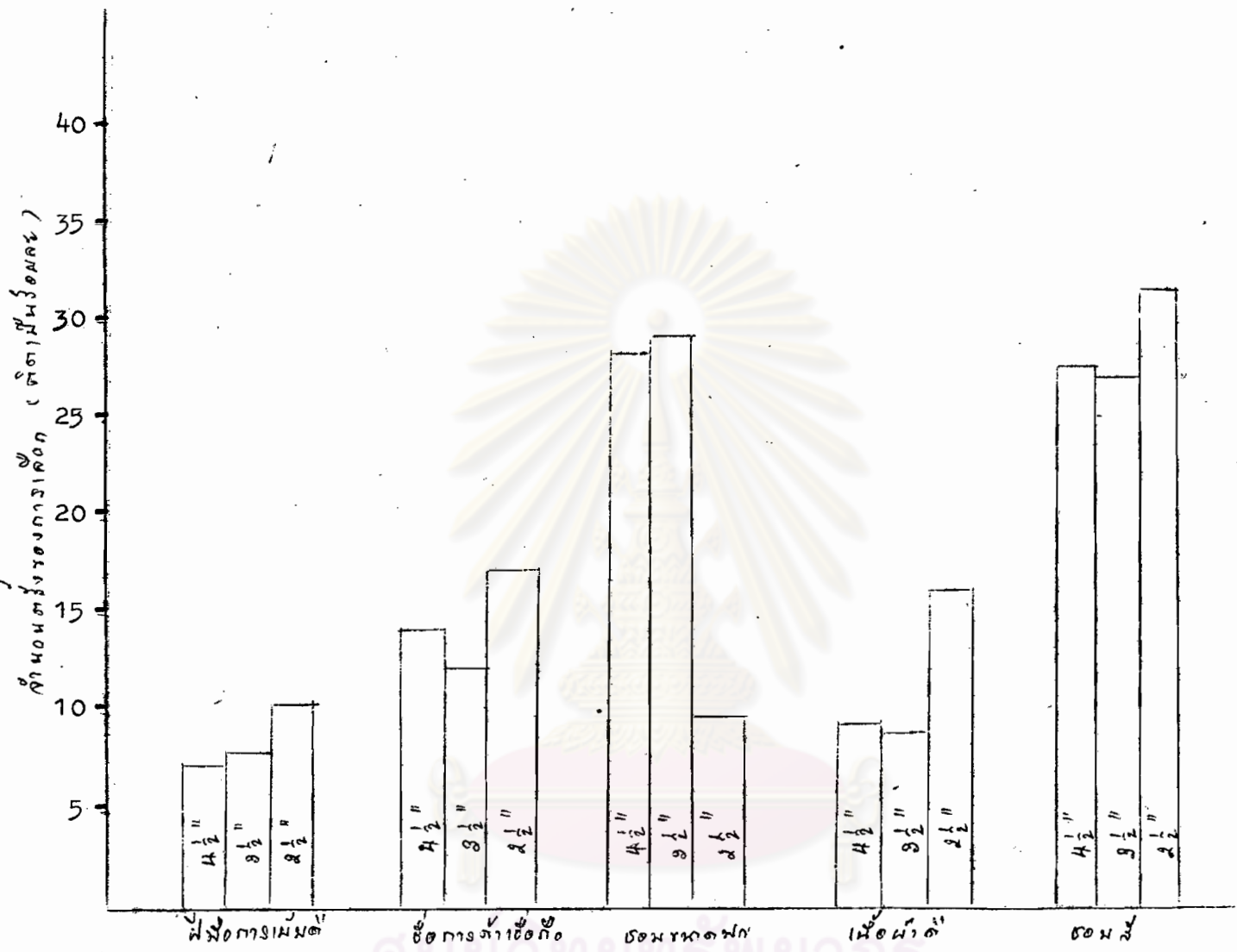
เหตุผล	ขนาดปก 4 $\frac{1}{2}$ "		ขนาดปก 3 $\frac{1}{2}$ "		ขนาดปก 2 $\frac{1}{2}$ "	
	ความถี่	การอยุ่ละ	ความถี่	การอยุ่ละ	ความถี่	การอยุ่ละ
ฝีมือการเย็บดี	34	7.90	48	9.40	24	12.70
ซื้อการค่าเชือ่ถือโค	72	16.90	76	14.90	39	20.70
ชอบขนาดปก	142	33.40	178	34.90	22	11.70
เนื้อผาดิ	47	11.00	51	10.10	36	19.00
ชอบสี	131	30.80	156	30.70	68	35.90

การอยุ่ละของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ขนาดปกต่าง ๆ จากตารางที่ 14 จะเห็นว่า ผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตขนาดปก 4 $\frac{1}{2}$ " โดยให้เหตุผลว่า ชอบขนาดปกเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไป คือ ชอบสี และผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตขนาดปก 3 $\frac{1}{2}$ " โดยให้เหตุผลเช่นเดียวกัน ส่วนเสื้อเชิ้ตขนาดปก 2 $\frac{1}{2}$ " ผู้ซื้อให้เหตุผลว่าเลือกซื้อ เนื่องจากชอบสีมากที่สุด รองลงไป คือ ซื้อการค่าเชือ่ถือโค

จากการอยุ่ละของเหตุผลในการเลือกซื้อเหล่านี้ นำไปเปรียบเทียบให้เห็นชัดเจน โดยแสดงเป็นแผนภูมิแท่งดังแผนภูมิที่ 9

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 9 เปรียบเทียบการรอยละของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าขนาดปกติต่าง ๆ



ศูนย์รกายทวิพยากรณ์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 เหตุผลในการเลือกซื้อ

ตารางที่ 15 เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตต่าง ๆ

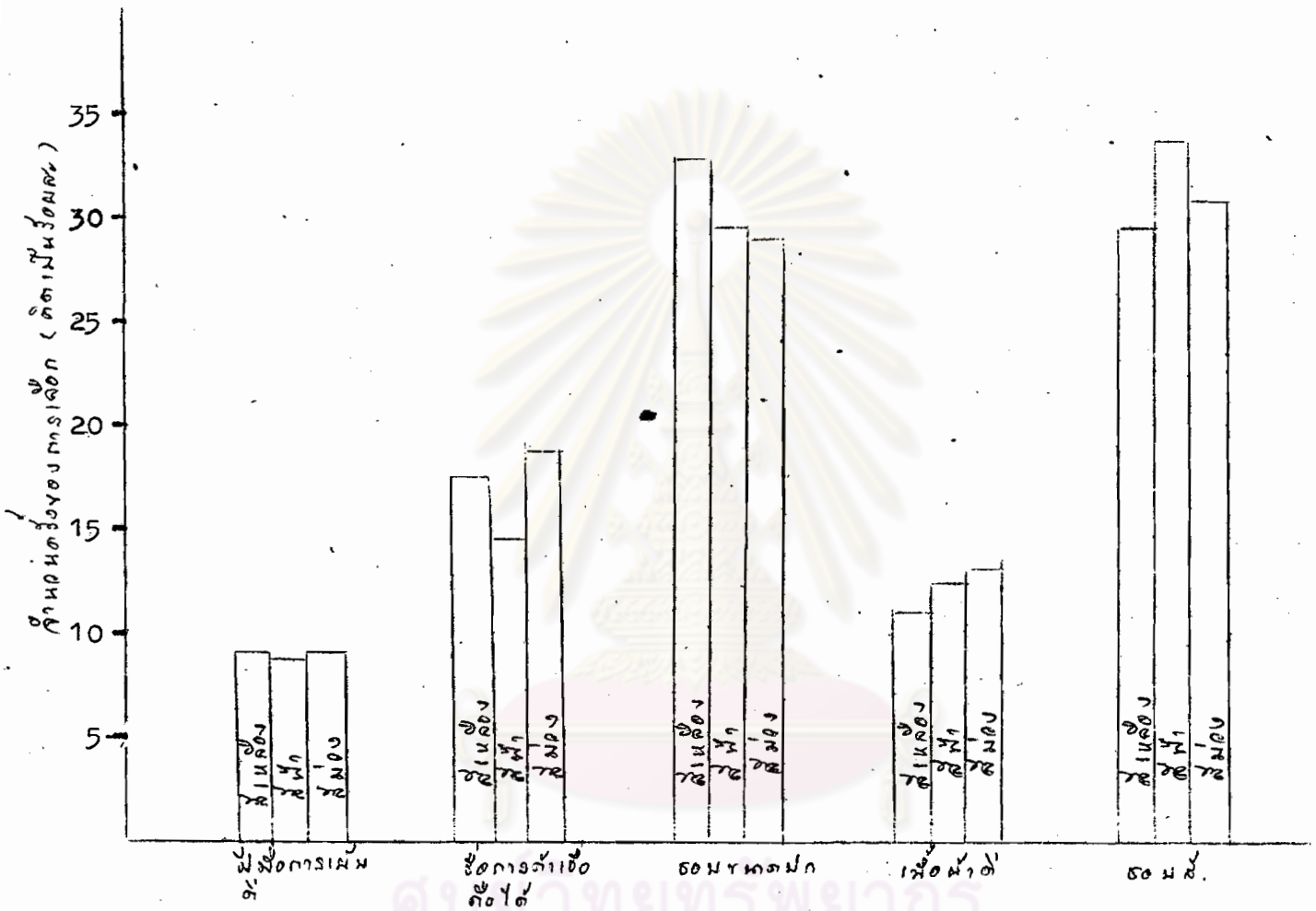
เหตุผล	เสื้อเหลือง		สีฟ้า		สีม่วง	
	ความถี่	การยลละ	ความถี่	การยลละ	ความถี่	การยลละ
ฝีมือการเย็บดี	32	9.40	41	9.30	33	9.40
ซอกการคาเช็ดอื้อไค	61	17.90	64	14.50	62	18.10
ขอบขนาดปก	114	33.50	130	29.50	98	28.80
เนื้อผาด	35	10.40	53	12.20	46	13.30
ขอบสี	98	28.80	152	34.50	105	30.40

การยลละของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต จากตารางที่ 15 จะเห็นไควว่า ผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตสีเหลืองไคยให้เหตุผลว่าขอบขนาดปกมากที่สุด รองลงไปไคคือขอบสี ผู้ซื้อเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตสีฟ้าและสีม่วง ไคยให้เหตุผลว่าขอบสีมากที่สุด รองลงไป ไคคือขอบขนาดปก

จากการยลละของเหตุผลในการเลือกซื้อเหล่านี้ นำไปเปรียบเทียบให้เห็น รัคเจนไคยแสดงเป็นแผนภูมิแท่ง ดังแผนภูมิที่ 10

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภูมิที่ 10 เปรียบเทียบการร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อเซตสีต่าง ๆ



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย