

ปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม
Factors Affecting Secondary School Students in Mueang Nan District Towards
Selecting Manufacturers of Activity Shirts

ปิยะพงษ์ มะโน* และนฤมล กิมภากรณ์**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม โดยข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์สำรวจด้วยแบบสอบถามจำนวน 204 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างนักเรียนระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 6 ของโรงเรียนในอำเภอเมืองน่าน ทั้ง 9 โรงเรียนและเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งผลิตเสื้อกิจกรรม โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-Test และ Anova ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 เปอร์เซ็นต์ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (มัธยมศึกษาชั้นปีที่ 3) มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอเมืองน่าน และมีตำแหน่งในองค์กรการจัดซื้อในสถานะสมาชิก และมีบทบาทในการสั่งผลิตเสื้อกิจกรรม โดยเป็นผู้ให้ความคิดเห็นประกอบในการตัดสินใจของกลุ่ม ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรมเพื่อใช้สำหรับกิจกรรมโรงเรียน โดยสั่งผลิตเสื้อกิจกรรม 1 ครั้งต่อปี และสั่งผลิตเสื้อกิจกรรมประเภทเสื้อยืดคอกกลมแขนสั้น ในปริมาณ 10-20 ตัวต่อครั้ง และวัตถุประสงค์ในการสั่งผลิตคือ เพื่อทำกิจกรรม อาทิเช่น กิจกรรมกลุ่ม กิจกรรมห้อง กิจกรรมโรงเรียน โดยประเภทเสื้อที่สั่งผลิตส่วนใหญ่จะเป็นเสื้อแบบฟอร์มโรงเรียน งานกีฬา วิชาการต่าง ๆ เป็นเสื้อกิจกรรมขนาดใหญ่ โดยมีจำนวนในการสั่งผลิตมาก และส่วนใหญ่ใช้บริการร้านผลิตเสื้อกิจกรรมชื่อร้านน้ำใจสปอร์ต โดยมีความพึงพอใจมาก

ปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านต่อการตัดสินใจเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม พบว่าทุกปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรกในแต่ละด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มีการใช้เทคโนโลยี ในการออกแบบ และนำเสนอผลงาน เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ Tablet โปรแกรม Graphic ต่าง ๆ ปัจจัยด้านองค์การ ได้แก่ ขนาดของกลุ่มมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม เช่น กลุ่มใหญ่มักเลือกร้านใหญ่ ในขณะที่กลุ่มขนาดเล็กจะเลือกร้านที่เป็นกันเองหรือขนาดเล็ก ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ เพื่อน ๆ กลุ่มอื่นเคยใช้บริการร้านรับผลิตเสื้อกิจกรรมแล้วดี ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เสื้อกิจกรรมมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือกตามความเหมาะสม ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีหน้าร้านสำหรับติดต่อได้สะดวก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานของร้านมีความรู้สามารถอธิบายรายละเอียดได้เข้าใจง่าย

คำสำคัญ : นักเรียนมัธยม ร้านผลิตเสื้อกิจกรรม อำเภอเมืองน่าน

* นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The research is carried out to discover the factors affecting secondary school students in Mueng Nan District towards selecting manufacturers of activity shirts. The questionnaire was employed to collect the data from 204 sampling students of Mathayom Suksa 1 to 6 in nine secondary schools in Mueang Nan District who had the power to decide on made-to-order activity shirts manufacturing. Then, the data was analyzed by percentage, mean, and ANOVA at a 95 percent confidence interval.

The results of the study showed that the majority of the respondents were female students of Mathayom Suksa 1 and 3 who lived in Mueng Nan District and were members in the purchasing section. They also had a role in giving their opinions in the group decision-making. They took part in decision making on the selection of made-to-order activity shirt manufacturers for school activities. They placed the order of 10 to 20 short-sleeve crew-neck activity shirts once a year. The purpose of the order was for doing activities, such as group, classroom, and school activities. when ordering made-to-order activity shirts. Most of the shirts ordered were school uniforms, sports, and academic events. They were large-sized shirts with a large order. Most frequently Namjai Sports was the manufacturer where activity shirts were produced and with which the respondents were very satisfied.

Concerning the factors affecting the secondary school students in Mueng Nan District on decision making about selecting manufacturers of activity shirts, it was found that overall all factors had effects on decision making on choosing manufacturers at a high level. The sub-factor having the first effect on decision making on each aspect was the environmental factor. It was the use of technology in design and work presentations, such as the use of a computer, a tablet, and graphic programs. In terms of the organizational factor, it was the group size that had an influence on selecting activity shirt manufacturers. The large groups often chose large- sized shirt manufacturers while the small groups selected friendly or small- sized manufacturers. Regarding the factor of the relationship among individuals, it was friends in other groups who had received a good service from shirt manufacturers. As for the product factor, it was an availability of a wide selection of activity shirt styles. In terms of price, there were multiple price ranges available for selection. With respect to the distribution factor, they had onsite shops which were convenient to contact them. Concerning the promotional factor, the shop assistants were knowledgeable and able to give comprehensive details.

Keywords: Secondary School, Manufacturers of Activity Shirts, Mueang Nan

บทนำ

เสื่อกิจกรรมของนักเรียนและนักศึกษา เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของชุดยูนิฟอร์มที่สถาบัน การศึกษาให้ความสนใจเป็นอย่างมากและยังเป็นเอกลักษณ์ขององค์การ กลุ่มคน หรือหมู่คณะ เพื่อแสดงถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และเพื่อส่งเสริมให้เห็นถึงคุณค่าของสถาบัน ฉะนั้นชุดกิจกรรมที่ดี สามารถบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ขององค์การได้เป็นอย่างดี

(กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2559) ปัจจุบันสื่อกิจกรรมมีหลากหลายรูปแบบซึ่งในแต่ละรูปแบบจะมีการตัดเย็บที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการของลูกค้า โดยอุตสาหกรรมรับจ้างผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมถูกแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ 1) ธุรกิจร้านค้าที่มีหน้าร้าน และมีโรงงานที่มีกำลังการผลิตที่เพียงพอที่จะรับงานในปริมาณมาก 2) ธุรกิจที่มีหน้าร้านและมีโรงงานที่ไม่ใหญ่มากมีกำลังการผลิตในระดับที่เหมาะสมพร้อมส่งต่อหากมีคำสั่งผลิตในปริมาณมากและ 3) ธุรกิจที่มีหน้าร้านแต่ไม่มีโรงงาน (เอกนรินทร์ พะอานา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2560)

จังหวัดน่านมีสถาบันการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ถึง 30 โรงเรียน (สำนักงานจังหวัดน่าน. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2559) ซึ่งจำนวนนักเรียนในระดับมัศึกษานั้นถือเป็นกลุ่มตลาดที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดน่านและมีปริมาณการสั่งผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมในปริมาณมาก รวมถึงกลุ่มดังกล่าวมีกิจกรรมที่มีความหลากหลาย และเมื่อพิจารณาถึงมูลค่ารวมแล้วนับได้ว่ามีมูลค่าที่ค่อนข้างสูง และเป็นตลาดที่ค่อนข้างมีความต้องการอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี (เอกนรินทร์ พะอานา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2560) ปัจจุบันในจังหวัดน่านมีร้านที่รับออกแบบและผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมกว่า 20 ร้านค้า โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการท้องถิ่น และเป็นธุรกิจที่มีหน้าร้านและมีโรงงานที่ไม่ใหญ่มากมีกำลังการผลิตในระดับที่เหมาะสม แต่การแข่งขันในธุรกิจผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมในจังหวัดน่านมีการแข่งขันสูงทั้งคู่แข่งในจังหวัดและต่างจังหวัดอีกด้วย และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยรายชื่อนิติบุคคลที่จดทะเบียนจัดตั้งใหม่ในประเภทรับออกแบบ ตัดเย็บเสื้อผ้า รวมถึงการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าต่าง ๆ ในนามนิติบุคคลเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 จากปี 2556 (สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดน่าน, 2560) โดยแต่ละร้านได้มีการนำเอกลักษณ์ทางการตลาดเข้ามาใช้ในการแข่งขันในหลากหลายด้าน ทั้งในเรื่องของคุณภาพของเนื้อผ้า การออกแบบ ตัดเย็บ เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลาย การเข้าไปมีส่วนร่วมให้การสนับสนุนการศึกษา และการบริการหลังการขาย เป็นต้น (เอกนรินทร์ พะอานา, สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2560)

จากการแข่งขันในธุรกิจรับจ้างผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมในจังหวัดน่านที่มีการแข่งขันสูง ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านในการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรม และเพื่อศึกษาว่าเป้าหมายการซื้อที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านรับจ้างผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมแตกต่างกันหรือไม่ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านรับจ้างผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมในจังหวัดน่านให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ตรงตามความต้องการและสามารถที่จะรับมือกับการแข่งขันของคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านในการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรม
2. เพื่อเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านต่อการตัดสินใจเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านในการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรม
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของร้านรับผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมในจังหวัดน่านได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้านักเรียนระดับมัธยมในอำเภอเมืองน่านมากที่สุด

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แนวคิดตลาดองค์การและพฤติกรรมผู้ซื้อองค์การ ซึ่งเป็นแนวคิดที่ผู้ประกอบการยังมุ่งเน้นผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มตลาดองค์การที่เป็นผู้จำหน่ายต่อ ผลิต หรือเพื่อใช้ในกิจกรรมขององค์การ ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะการซื้อขององค์การ ประเภทของตลาดองค์การ อิทธิพลต่อการซื้อขององค์การ ได้แก่ ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านองค์การ และปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมถึงแนวคิดส่วนประสมการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้แก่ ผลิตภัณ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยนำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาคั้งนี้ได้ศึกษาวรรณกรรมของกนกพร ฉัตรแก้ว (2557) ที่ได้ศึกษาปัจจัยผู้ซื้อตลาดอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การ ดำเนินงานของธุรกิจเครื่องทำความเย็นของประเทศไทยและ ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ผู้ตลาดอาเซียนของสุพชาณ์ สุริย์พงษ์ (2557) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าองค์กรของบริษัท ซี.พี.เอส. โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด ในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง ของธนานันท์ โตสัมพันธ์มงคล (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และของวริญา ไชยเทพ (2560) ที่ศึกษาพฤติกรรมกรซื้อขององค์การนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้า

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านองค์การ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

วิธีการศึกษาวิจัย

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Studies) ประชากรในครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 6 ของโรงเรียนในอำเภอเมืองน่าน ทั้ง 9 โรงเรียน 6 ระดับชั้น รวม 192 ราย และอีก 1 โรงเรียน 3 ระดับชั้น รวม 12 ราย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 204 ราย การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์โดยใช้ด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมานได้แก่ One-way Anova และทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่า องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.875 ด้านองค์การ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.828 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.861 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.854 ด้านราคา มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.839 และด้านการจัดจำหน่าย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.898 ซึ่งทุกด้านอยู่ในเกณฑ์ดี (ศิริชัย กาญจนาวาสี, 2550)

ผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.3) การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ม.1 และมัธยมศึกษาตอนต้น ม.3 (ร้อยละ 18.1) ภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอเมืองน่าน (ร้อยละ 58.8) และมีตำแหน่งในองค์กรการจัดซื้อในสถานะสมาชิก (ร้อยละ 87.3) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมเพื่อใช้สำหรับกิจกรรมโรงเรียน (ร้อยละ 39.2) โดยสั่งผลิตเสื้อผ้ากิจกรรม 1 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 77.9) และสั่งผลิตเสื้อยืดคอกกลมแขนสั้น (ร้อยละ 63.7) ในปริมาณ 10-20 ตัวต่อครั้ง (ร้อยละ 33.3) มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อทำกิจกรรม อาทิเช่น กิจกรรมกลุ่ม กิจกรรมห้อง กิจกรรมโรงเรียน (ร้อยละ 60.3) และมีบทบาทเป็นผู้ให้ความคิดเห็นประกอบในการตัดสินใจของกลุ่ม (ร้อยละ 70.6) โดยประเภทเสื้อที่สั่งผลิตจะเป็นเสื้อแบบฟอร์มโรงเรียน งานกีฬา วิชาการต่าง ๆ เป็นเสื้อกิจกรรมขนาดใหญ่ โดยมี จำนวนในการสั่งผลิตมาก (ร้อยละ 36.3) และใช้บริการร้านน้ำใจสปอร์ต (ร้อยละ 37.4) โดยมีความพึงพอใจมาก หลังจากใช้บริการร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรม (ร้อยละ 84.3) ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรกในแต่ละด้าน คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มีการใช้เทคโนโลยี ในการออกแบบ และนำเสนอผลงาน ด้านองค์การ ได้แก่ ขนาดของกลุ่มมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรม ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ เพื่อน ๆ กลุ่มอื่นเคยใช้บริการร้านรับผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมแล้วดี ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เสื้อกิจกรรมมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย ด้านราคา ได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือกตามความเหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีหน้าร้านสำหรับติดต่อได้สะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานของร้านมีความรู้สามารถอธิบายรายละเอียดได้เข้าใจง่าย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ Anova

ปัจจัยด้าน	ลักษณะการจำแนก					
	ประเภทกิจกรรม		ปริมาณในการสั่งผลิต		วัตถุประสงค์ในการสั่งผลิต	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
สิ่งแวดล้อม	-	F=0.788,p=0.456	F=3.776,p=0.025		-	F=0.646,p=0.195
องค์การ	-	F=0.182,p=0.834	-	F=1.848,p=0.160	-	F=2.411,p=0.092
ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	-	F=1.062,p=0.348	-	F=1.848,p=0.160	-	F=1.278,p=0.281

ปัจจัยด้าน	ลักษณะการจำแนก					
	ประเภทกิจกรรม		ปริมาณในการสั่งผลิต		วัตถุประสงค์ในการสั่งผลิต	
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
ผลิตภัณฑ์	-	F=0.551,p=0.557	-	F=2.668,p=0.072	-	F=1.194,p=0.305
ราคา	-	F=0.871,p=0.420	-	F=0.617,p=0.540	-	F=3.061,p=0.049
การจัดจำหน่าย	-	F=0.146,p=0.864	-	F=1.788,p=0.170	-	F=1.357,p=0.260
การส่งเสริมการตลาด	-	F=0.818,p=0.456	-	F=0.157,p=0.855	-	F=2.411,p=0.092

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านต่อการตัดสินใจเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรมอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการผลิตเสื้อกิจกรรม การศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรมเพื่อใช้สำหรับกิจกรรมโรงเรียน โดยสั่งผลิตเสื้อกิจกรรม 1 ครั้งต่อปี และสั่งผลิตเสื้อกิจกรรมประเภทเสื้อยืดคอกลมแขนสั้นในปริมาณ 10-20 ตัวต่อครั้ง วัตถุประสงค์ในการสั่งผลิตเพื่อทำกิจกรรม สอดคล้องกับผลการศึกษาของวริญา ไชยเทพ (2560) ที่พบว่าวัตถุประสงค์ในการสั่งผลิตเสื้อเพื่อใช้ในงานกิจกรรม เช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในด้านลักษณะเสื้อที่สั่งผลิต โดยการศึกษาของวริญา ไชยเทพ (2560) ส่วนใหญ่จะสั่งผลิตเสื้อเชิ้ตแขนสั้น โดยจะสั่งจำนวน 2-3 ครั้งต่อปี ในปริมาณ 3,001 - 4,000 ตัวต่อปี โดยที่การศึกษาไม่ได้สอบถามถึงปริมาณต่อครั้งในการสั่งผลิต

ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อนักเรียนมัธยมในอำเภอเมืองน่านต่อการตัดสินใจเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรกได้แก่ มีการใช้เทคโนโลยี ในการออกแบบ และนำเสนอผลงาน เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ Tablet โปรแกรม Graphic ต่าง ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุพชยาณี สุรีย์พงษ์ (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก ได้แก่ ระดับความต้องการใช้วัสดุก่อสร้างของธุรกิจท่าน ซึ่งสาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเป็นเพราะเป็นคนละธุรกิจกัน จึงทำให้ระดับความต้องการมีความแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านองค์การ มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก ได้แก่ ขนาดของกลุ่มมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรม สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุพชยาณี สุรีย์พงษ์ (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้านองค์การมีผลต่อการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก ได้แก่ ขนาดของกลุ่มมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรม เช่น กลุ่มใหญ่มักเลือกร้านใหญ่ ในขณะที่กลุ่มขนาดเล็กจะเลือกร้านที่เป็นกันเองหรือขนาดเล็ก ซึ่งสาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเป็นเพราะเป็นคนละธุรกิจกัน จึงทำให้ระดับความต้องการมีความแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของกนกพร ฉัตรแก้ว (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้านองค์การมีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของธุรกิจทั้งในด้านความพึงพอใจ ด้านภาพลักษณ์ที่ดีการแนะนำ บอกต่อ และด้านการซื้อซ้ำ โดยมุ่งเน้นต่อปัจจัยหลักในด้านวัตถุประสงค์นโยบายในการสั่งซื้อของธุรกิจ ราคาที่เหมาะสม และการให้เครดิตพิเศษเพื่อเป็นการลด ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก ได้แก่ เพื่อน ๆ กลุ่มอื่นเคยใช้บริการร้านรับผลิตเสื้อกิจกรรมแล้วดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุพชยาณ์ สุริย์พงษ์ (2557) ที่พบว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก ได้แก่ เพื่อน ๆ กลุ่มอื่นเคยใช้บริการร้านรับผลิตเสื้อกิจกรรมแล้วดี ซึ่งสาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเป็นเพราะเป็นคนละธุรกิจกัน จึงทำให้ระดับความต้องการมีความแตกต่างกัน แต่ยังคงสอดคล้องกับแนวคิดการรับรู้ของ Kotler and Keller (2009) ซึ่งกล่าวว่าเป็นการรับรู้ของบุคคลต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่สัมพันธ์กับความคาดหวังของเขา หรือ เป็นความรู้สึกของลูกค้า ว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า แสดงว่าการตัดสินใจเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรมขึ้นอยู่กับ การรับรู้ ของผู้ตัดสินใจซื้อเป็นสำคัญ ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม หรือการรู้จักกันเป็นอย่างดี ทั้งที่เคยใช้บริการมาก่อนจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ และจะส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานด้าน ภาพลักษณ์ (Image) ตามแนวคิดของ Kotler (2000) อธิบายถึง ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์ รวมของความเชื่อความคิดและความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก ได้แก่ เสื้อกิจกรรมมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของวริญา ไชยเทพ (2560) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจในการสั่งผลิตภัณฑ์เสื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน โดยพบว่า ปัจจัยย่อยด้านระยะเวลาการดำเนินการส่งมอบตรงกำหนด ร้านรับผลิตเสื้อกิจกรรมมีบริการด้านการออกแบบเสื้อผ้า มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัยย่อยด้าน คุณภาพของเนื้อผ้า พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด และในปัจจัยย่อยด้านชื่อเสียงของร้านรับจ้างผลิตเสื้อผ้ามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง และยังคงสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนานันท์ โดสมัทธมมงคล (2558) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย เป็นปัจจัยย่อยอันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก ได้แก่ มีหลายระดับราคาให้เลือกตามความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวริญา ไชยเทพ (2560) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจในการสั่งผลิตภัณฑ์เสื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน โดยพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ เอกสารการเสนอราคาที่ชัดเจน และการให้เครดิตการชำระเงิน มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัยย่อยด้านสามารถชำระเงินโดยแบ่งชำระเป็นงวดได้ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านผลิตเสื้อกิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก ได้แก่ มีหน้าร้านสำหรับติดต่อได้สะดวก สอดคล้องกับผลการศึกษาของวริญา ไชยเทพ (2560) ที่พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจในการสั่งผลิตภัณฑ์เสื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน และพบว่าปัจจัยย่อยด้านสามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่าย สะดวก มีช่องทางที่สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้สะดวก และมีช่องทางออนไลน์ในการรับคำสั่งซื้อ เว็บไซต์ร้านมีแบบให้เลือก มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องในปัจจัยย่อยด้านมีหน้าร้านสำหรับติดต่อได้ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุดและยังคงสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนานันท์ โดสมัทธมมงคล (2558) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อได้สะดวก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าในระดับมากเช่นกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรก ได้แก่ พนักงานของร้านมีความรู้สามารถอธิบายรายละเอียดได้เข้าใจง่าย สอดคล้องกับผลการศึกษาของวริญา ไชยเทพ (2560) ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจในการสั่งผลิตเสื้อผ้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่นกัน โดยพบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้า รูปแบบให้แก่สมาชิกผู้มีอำนาจตัดสินใจอย่างต่อเนื่อง ผ่าน Email หรือ เอกสารต่าง ๆ สมาชิกผู้มีอำนาจตัดสินใจอย่างต่อเนื่อง ผ่าน Email หรือ เอกสารต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ ให้การสนับสนุนหรือเป็นสปอนเซอร์ในด้านการเงิน ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด มีส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า ให้การสนับสนุนหรือ เป็นสปอนเซอร์ ในรูปแบบของใช้ต่าง ๆ มีผลอยู่ในระดับมากเช่นกัน และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนาพันธ์ โตสัมพันธ์มงคล (2558) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านพนักงานของร้านมีความรู้ และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอมีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อเสื้อผ้าในระดับมากเช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

ด้านสิ่งแวดล้อม ร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมควรมีการนำเอาเทคโนโลยี ในการออกแบบต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยีการพิมพ์ ลายลงบนผ้า (Direct To Garment หรือ DTG) รวมถึงการใช้เทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์กราฟิก และการนำเสนอผลงาน ผ่านเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ อาทิเช่น Mac Apple Table หรือ คอมพิวเตอร์ ในการนำเสนอผลงานต่าง ๆ เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ในด้านความทันสมัย

ด้านองค์การ ร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมอาจทำการวิเคราะห์ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สร้างรายได้หลักให้กับกิจการว่า เป็นลูกค้ากลุ่มใด โดยสำรวจตารางกิจกรรมของโรงเรียนอย่างสม่ำเสมอว่า หากเป็นกิจกรรมใหญ่ที่มีความต้องการสั่งผลิตเสื้อ จำนวนมากแต่ผู้ประกอบการมีร้านขนาดเล็ก ก็อาจทำการประชาสัมพันธ์ในด้านการผลิตที่สามารถรองรับการผลิตได้ใน ปริมาณมาก หรือวางแผนการหาพันธมิตรในการทำเพิ่มเติม เนื่องจากเป็นกิจกรรมขนาดเล็ก และควรสร้างความเป็นกันเอง นำเสนอผลประโยชน์ให้กับลูกค้ารับรู้

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมอาจทำกิจกรรมเพื่อให้เกิดการแนะนำระหว่างเพื่อนเกิดขึ้น เช่น หากมีเพื่อนแนะนำมาจะได้รับส่วนลดพิเศษทันที 10 % โดยทางผู้แนะนำจะได้รับของสมนาคุณจากทางร้านอีกด้วย ทั้งนี้ทางร้านอาจทำ Page ประชาสัมพันธ์ถึงความประทับใจของผู้ที่เคยใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจเพื่อให้เกิดการบอก ต่อเกิดขึ้น

ด้านผลิตภัณฑ์ ร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมควรมีรูปแบบเสื้อผ้ากิจกรรมที่หลากหลาย ตามรูปแบบเสื้อ เช่น เสื้อโปโล เสื้อยืด ให้ลูกค้าเลือก ทั้งในรูปแบบหุ่นใส่ หรือ แบบจริง โดยการนำเสนอเป็น Electronic Catalog ก่อนที่จะนำเสนอในรูปแบบจริง ให้แก่ลูกค้า เป็นต้น

ด้านราคา ร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมควรมีระดับราคาให้ลูกค้าเลือกที่หลากหลาย ตามคุณภาพของรูปแบบ เนื้อผ้า และการผลิตเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าในการพิจารณาตัดสินใจ โดยมีรูปแบบและราคาแสดงให้ลูกค้าเห็นและเกิดการ เปรียบเทียบได้อย่างชัดเจน

ด้านการจัดจำหน่าย ร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมควรมีหน้าร้านเพื่อรับงานและทำป้ายโฆษณาหน้าร้านให้มีความเด่นชัด เพื่อให้ลูกค้าเห็นอย่างเด่นชัด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ร้านผลิตเสื้อผ้ากิจกรรมควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ เนื้อผ้า การตัดเย็บ ราคา เพื่อนำเสนอให้แก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน โดยการอบรมจากผู้มีความรู้ เช่น บริษัทผ้า รวมถึงช่างในการ ออกแบบ ตัดเย็บเพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการตัดเย็บ เป็นอย่างดี

กลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านผลิตเสื้อกิจกรรมห้อง ร้านผลิตเสื้อกิจกรรมควรจัดโปรโมชั่นเมื่อสั่งผลิตขั้นต่ำ 5 ตัวขึ้นไป และมีการลดราคาพิเศษในการสั่งผลิตในปริมาณเพิ่มสูงขึ้น ทางร้านอาจหาพันธมิตรร้านค้าอื่น ๆ ไว้ในกรณีทางร้านมีการผลิตเต็มอาจใช้พันธมิตรช่วยในการผลิต หรือเปิดหน้าร้านเพิ่มในแต่ละจุดและควรมีเวลาเปิด-ปิดที่แน่นอน มีป้ายประกาศที่ชัดเจน

กลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านผลิตเสื้อกิจกรรมกลุ่ม ร้านผลิตเสื้อกิจกรรมควรเน้นบริการจัดส่งฟรีและโปรโมชั่นในกรณีสั่งผลิต 500 ตัวขึ้นไป จะแถม 20 ตัวพร้อมให้เครดิตชำระเงินภายใน 30 วัน เป็นต้น

กลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านผลิตเสื้อกิจกรรมโรงเรียน ร้านผลิตเสื้อกิจกรรมควรเน้นช่องทางการติดต่อที่สะดวก ทั้งช่องทางออนไลน์ และหน้าร้านโดยอาจมีหน้าร้านในการรับงานที่หลากหลาย รวมถึงจำนวนสาขาที่สามารถรองรับบริการได้อย่างเพียงพอ ทั้งนี้ทางร้านควรมีราคาสินค้าให้เลือกหลายระดับราคา โดยอาจมีเนื้อผ้าที่หลากหลาย เป็นต้น

กลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านผลิตเสื้อกิจกรรมที่มีปริมาณการสั่งผลิต 10-50 ตัว ร้านผลิตเสื้อกิจกรรมควรเน้นการติดต่อที่ง่ายและสะดวก การมีป้ายประกาศที่ชัดเจน มีเบอร์โทรติดต่อ ที่ง่ายทั้งช่องทางหน้าร้าน และช่องทางออนไลน์

กลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านผลิตเสื้อกิจกรรมที่มีปริมาณการสั่งผลิต 51 ตัวขึ้นไป ร้านผลิตเสื้อกิจกรรมควรที่จะมีการลดราคาพิเศษในการสั่งผลิตในปริมาณเพิ่มสูงขึ้น มีรูปแบบงานที่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ เน้นในด้านการบริการหลังการขาย การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเก่า และคุณภาพในด้านต่าง ๆ เช่น การตัดเย็บ การสกรีน และปักโลโก้ต่าง ๆ พร้อมนำเสนอให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงคุณภาพในทุก ๆ ด้าน ประสบการณ์และชื่อเสียงของผลงานต่าง ๆ ที่ทำมา โดยนำเสนอในด้านราคาที่เหมาะสมกับ คุณภาพที่ลูกค้าจะได้รับ

กลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านผลิตเสื้อกิจกรรมสำหรับวัตถุประสงค์ในการสั่งผลิตเสื้อเพื่อระดมทุน ร้านผลิตเสื้อกิจกรรมควรที่จะนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการผลิตเสื้อผ้า ทั้งในด้านการสกรีนหรือปักบนเสื้อ มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ มีช่องทางที่สามารถติดต่อได้ง่ายสะดวกนอกจากนั้นช่องทางหน้าร้าน ควรมีป้ายที่แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดแจ้งวันเวลาทำการ เบอร์ติดต่อได้ชัดเจน คุณภาพการตัดเย็บ และการรับชำระเงินในรูปแบบที่หลากหลายและอาจมีการให้เครดิตการชำระเงินตามเงื่อนไข

กลยุทธ์การตลาดสำหรับร้านผลิตเสื้อกิจกรรมสำหรับวัตถุประสงค์ในการสั่งผลิตเสื้อเพื่อสร้างเป็นเอกลักษณ์ ร้านผลิตเสื้อกิจกรรมควรมีการจัดหารูปภาพหรือแบบตัวอักษรที่จะสกรีนหรือปักบนเสื้อที่มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์เฉพาะรวมถึงมีลิขสิทธิ์คุ้มครอง ที่แตกต่างจากร้านค้าอื่น ๆ เพื่อนำเสนอให้กับกลุ่มที่ต้องการสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่ม

ข้อจำกัดของการศึกษา การศึกษานี้จำกัดเฉพาะระดับมัธยมต้น กับ มัธยมปลาย หากจะเข้าใจตลาดนี้ในจังหวัดน่านให้ครบถ้วนควรศึกษาเพิ่มในกลุ่มระดับปริญญาตรี และทั้งนี้การศึกษามุ่งศึกษาการตัดสินใจจากนักเรียนโดยตรงแต่ยังไม่ได้ศึกษากลุ่มอื่นที่อาจมีอิทธิพลร่วม เช่น ครู ที่ดูแลกิจกรรม หรือ ผู้บริหารระดับต่าง ๆ ของโรงเรียนที่อาจมีอิทธิพลในระดับกำหนดนโยบายหรือเงื่อนไขการสั่งผลิตเสื้อกิจกรรม เป็นต้น

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). *ประโยชน์ของยูนิฟอร์มกับการทำงานในองค์กร*. สืบค้นจาก

<http://www.ryt9.com/s/ryt9/73773>

กนกพร ฉัตรแก้ว. (2557). ปัจจัยผู้ซื้อตลาดอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานของธุรกิจเครื่องทำความเย็นของประเทศไทยและประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สู่ตลาดอาเซียน. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 19(2), 24-35.

- ธนานันท์ โตสัมพันธมงคล. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์ยูนิโคล่ (Uniqlo) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วริญา ไชยเทพ. (2560). *พฤติกรรมการซื้อขององค์กรนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกร้านผลิตเสื้อผ้า*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ศิริชัย กาญจนवासี. (2550). *ทฤษฎีการประเมิน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานจังหวัดน่าน. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2559). *สถาบันการศึกษา*. สืบค้นจาก <http://www.nan.go.th/webjo/index.php?oiew=category&id>
- สุพชาณ์ สุรีย์พงษ์. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าองค์กรของบริษัท ซี.พี.เอส. โฮมเซ็นเตอร์ จำกัด ในการตัดสินใจซื้อวัสดุก่อสร้าง*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดน่าน. (2560). *เอกสารบัญชีรายชื่อการจดทะเบียนนิติบุคคลสำหรับธุรกิจใหม่ประจำปี 2560*. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- สมบัติ ท้ายเรือคา. (2551). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กทม: ภาพลินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- เอกรินทร์ พะอานา. ผู้ประกอบการร้านรัชรินทร์การค้า. (2560, 1 มิถุนายน). สัมภาษณ์.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey: Prentice-hall.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (12th ed.). Essex: Pearson Education Limited.