

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและองค์ประกอบการออกแบบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสอง เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วยลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้ายี่ห้อที่เคยซื้อรองเท้ามือสอง จากกลุ่มตัวอย่าง 423 คน ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ดังนี้

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

#### 4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

##### 4.1.1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 423 คน โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือนโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่และร้อยละในการอธิบายผลข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

| เพศ         | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------|------------|--------|
| ชาย         | 183        | 43.20  |
| หญิง        | 193        | 45.70  |
| เพศทางเลือก | 47         | 11.10  |
| รวม         | 423        | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 รองลงมา เป็นเพศหญิง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 45.70 และ เพศทางเลือก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.10

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

| ช่วงอายุ    | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|-------------|------------|---------------|
| 18-25 ปี    | 167        | 39.60         |
| 26-30 ปี    | 109        | 25.70         |
| 31-35 ปี    | 53         | 12.50         |
| 36-40 ปี    | 50         | 11.80         |
| 41 ปีขึ้นไป | 44         | 10.40         |
| <b>รวม</b>  | <b>423</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 18-25 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 39.60 รองลงมาคือ อายุ 26-30 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 อายุ 31-35 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 อายุ 36-40 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 อายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ระดับการศึกษาสูงสุด | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|---------------------|------------|---------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี    | 46         | 10.80         |
| ปริญญาตรี           | 314        | 74.30         |
| สูงกว่าปริญญาตรี    | 63         | 14.90         |
| <b>รวม</b>          | <b>423</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

| สถานภาพ    | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|------------|------------|---------------|
| โสด        | 293        | 69.30         |
| สมรส       | 130        | 30.70         |
| <b>รวม</b> | <b>423</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 69.30 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                        | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|------------------------------|------------|---------------|
| ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 80         | 18.80         |
| พนักงานบริษัท/รับจ้าง        | 126        | 30.00         |
| ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ     | 98         | 23.10         |
| นักเรียน/นักศึกษา            | 106        | 25.00         |
| ไม่ประกอบอาชีพ/เกษียณ        | 13         | 3.10          |
| <b>รวม</b>                   | <b>423</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท/รับจ้าง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 อาชีพ ไม่ประกอบอาชีพ/เกษียณ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน           | จำนวน (คน) | ร้อยละ        |
|--------------------------|------------|---------------|
| 9,000-15,000 บาท         | 192        | 45.50         |
| 15,001-25,000 บาท        | 117        | 27.60         |
| 25,001-30,000 บาท        | 55         | 13.00         |
| 30,001-35,000 บาท        | 16         | 3.80          |
| 35,001-40,000 บาท        | 21         | 5.00          |
| มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป | 22         | 5.10          |
| <b>รวม</b>               | <b>423</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 9,000-15,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาท

จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 รายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 รายได้ต่อเดือน มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 รายได้ต่อเดือน 35,001-40,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 รายได้ต่อเดือน 30,001-35,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

#### 4.1.2 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านการรับรู้คุณภาพ

| การรับรู้คุณภาพ                             | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ   |
|---------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------|
| ท่านเห็นว่ารองเท้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคา    | 3.73                       | 0.81                          | มาก     |
| ท่านรับรู้ถึงคุณภาพรองเท้าจากรีวิว          | 3.38                       | 0.77                          | ปานกลาง |
| ท่านเห็นว่าวัสดุที่ใช้ทำรองเท้ามีคุณภาพดี   | 3.57                       | 0.75                          | มาก     |
| ท่านเลือกซื้อรองเท้าจากคะแนนรีวิวในทางที่ดี | 3.58                       | 0.83                          | มาก     |
| รวม                                         | 3.56                       | 0.63                          | มาก     |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความเห็นด้านการรับรู้คุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ ,  $SD = 0.63$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รองเท้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคาได้ ( $\bar{X} = 3.73$ ,  $SD = 0.81$ ) เลือกซื้อรองเท้าจากคะแนนรีวิวในทางที่ดี ( $\bar{X} = 3.58$ ,  $SD = 0.83$ ) วัสดุที่ใช้ทำรองเท้ามีคุณภาพดีได้ ( $\bar{X} = 3.57$ ,  $SD = 0.75$ ) รับรู้ถึงคุณภาพรองเท้าจากรีวิวได้ ( $\bar{X} = 3.38$ ,  $SD = 0.77$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านการรับรู้คุณค่า

| การรับรู้คุณค่า                                                      | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ   |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------|
| จากประสบการณ์ที่ผ่านมาทำให้ท่านรู้สึกไม่กังวลใจที่จะใช้รองเท้ามือสอง | 3.47                       | 0.88                          | มาก     |
| ท่านคิดว่ารองเท้ามือสองมีลักษณะที่วินเทจและมีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร      | 3.33                       | 0.73                          | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านการรับรู้คุณค่า (ต่อ)

| การรับรู้คุณค่า                                         | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ   |
|---------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------|
| ท่านคิดว่ารองเท้ามือสองจะช่วยบ่งบอกความเป็นตัวตนของท่าน | 3.33                       | 0.85                          | ปานกลาง |
| รวม                                                     | 3.38                       | 0.66                          | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความเห็นด้านการรับรู้คุณค่าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.38$ ,  $SD = 0.66$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ จากประสบการณ์ที่ผ่านมาทำให้ท่านรู้สึกไม่กังวลใจที่จะใช้รองเท้ามือสอง มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.47$ ,  $SD = 0.88$ ) รองลงมาคือ ท่านคิดว่ารองเท้ามือสองจะช่วยบ่งบอกความเป็นตัวตนของท่าน มีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.33$ ,  $SD = 0.85$ ) และรองเท้ามือสองมีลักษณะที่วินเทจและมีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใครความเห็นอยู่ในระดับปาน ( $\bar{X} = 3.33$ ,  $SD = 0.73$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้า

| ภาพลักษณ์ของตราสินค้า                                                            | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ   |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------|
| รองเท้าที่ท่านซื้อมีภาพลักษณ์น่าเชื่อถือ                                         | 3.64                       | 0.84                          | มาก     |
| หากรองเท้ามือสองมีการจ้างฟรีเซนเตอร์ที่ท่านรู้จักทำให้ท่านรู้สึกสนใจมากขึ้น      | 3.39                       | 0.83                          | ปานกลาง |
| ท่านเห็นว่าตราสินค้ามีภาพลักษณ์ในเชิงบวก                                         | 3.56                       | 0.83                          | มาก     |
| ท่านเห็นว่าตราสินค้าของตราสินค้านั้น ๆ สื่อสารออกมาได้อย่างตรงตามประเภทของสินค้า | 3.59                       | 0.85                          | มาก     |
| รวม                                                                              | 3.55                       | 0.67                          | มาก     |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความเห็นด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ ,  $SD = 0.67$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่าโดยรวมมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รองเท้าที่ท่านซื้อมีภาพลักษณ์น่าเชื่อถือ ( $\bar{X} = 3.64$ ,  $SD = 0.84$ ) ตราสินค้าของตราสินค้านั้น ๆ สื่อสารออกมาได้อย่างตรงตามประเภทของสินค้า ( $\bar{X} = 3.59$ ,  $SD = 0.85$ ) ตราสินค้ามีภาพลักษณ์ในเชิงบวก ( $\bar{X} = 3.56$ ,  $SD = 0.83$ ) รองเท้ามือสองมีการจ้างฟรีเซ็นเตอร์ที่ท่านรู้จักทำให้ท่านรู้สึกสนใจมากขึ้น ( $\bar{X} = 3.39$ ,  $SD = 0.83$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านการรับรู้ราคา

| การรับรู้ราคา                                                                     | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| ท่านคิดว่าราคารองเท้ามือสองมีความเป็น<br>มาตรฐานเหมือนราคาตลาดรองเท้ามือสองทั่วไป | 3.59                       | 0.84                          | มาก   |
| ท่านเลือกซื้อรองเท้ามือสองจากร้านที่มีป้าย<br>แสดงราคาที่ชัดเจน                   | 3.48                       | 0.83                          | มาก   |
| รองเท้ามือสองจะมีราคาถูกกว่ารองเท้าใหม่<br>ประมาณ 2 เท่า                          | 3.52                       | 0.83                          | มาก   |
| รวม                                                                               | 3.55                       | 0.67                          | มาก   |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความเห็นด้านการรับรู้ราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ ,  $SD = 0.67$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ราคารองเท้ามือสองมีความเป็นมาตรฐานเหมือนราคาตลาดรองเท้ามือสองทั่วไป ( $\bar{X} = 3.59$ ,  $SD = 0.84$ ) รองเท้ามือสองจะมีราคาถูกกว่ารองเท้าใหม่ประมาณ 2 เท่า ( $\bar{X} = 3.52$ ,  $SD = 0.83$ ) เลือกซื้อรองเท้ามือสองจากร้านที่มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 3.48$ ,  $SD = 0.83$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านการโฆษณา

| การโฆษณา                                                                            | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| ท่านเห็นโฆษณารองเท้าผ่านการโปรโมททางโซเชียลมีเดีย                                   | 3.59                       | 0.88                          | มาก   |
| ท่านรับทราบข้อมูลผ่านคลิปวิดีโอการให้ความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของรองเท้ามือสอง     | 3.48                       | 0.80                          | มาก   |
| ข้อความในโฆษณาช่วยดึงดูดทำให้ท่านสนใจรองเท้ามือสอง                                  | 3.52                       | 0.81                          | มาก   |
| ท่านเห็นว่าการแสดงผ่านภาพหรือวิดีโอจะช่วยให้เพิ่มความสนใจในรองเท้ามือสองมากยิ่งขึ้น | 3.49                       | 0.92                          | มาก   |
| รวม                                                                                 | 3.52                       | 0.65                          | มาก   |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความเห็นด้านการโฆษณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.52$ ,  $SD = 0.65$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เห็นโฆษณารองเท้าผ่านการโปรโมททางโซเชียลมีเดีย ( $\bar{X} = 3.59$ ,  $SD = 0.88$ ) ข้อความในโฆษณาช่วยดึงดูดทำให้สนใจรองเท้ามือสอง ( $\bar{X} = 3.52$ ,  $SD = 0.81$ ) การแสดงผ่านภาพหรือวิดีโอจะช่วยให้เพิ่มความสนใจในรองเท้ามือสองมากยิ่งขึ้น ( $\bar{X} = 3.49$ ,  $SD = 0.92$ ) รับทราบข้อมูลผ่านคลิปวิดีโอการให้ความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของรองเท้ามือสอง ( $\bar{X} = 3.48$ ,  $SD = 0.80$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านการเข้าถึงสินค้า

| การเข้าถึงสินค้า                                                                                            | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| ร้านค้ามีช่องทางในการสั่งซื้อทั้งออนไลน์และหน้าร้านทำให้ท่านสามารถเข้าถึงได้ง่าย                            | 3.74                       | 0.83                          | มาก   |
| ร้านค้ามีเวลาเปิดปิดหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมต่อการเลือกซื้อรองเท้ามือสองตามสถานที่ตั้งของร้านค้า | 3.45                       | 0.82                          | มาก   |

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ด้านการเข้าถึงสินค้า (ต่อ)

| การเข้าถึงสินค้า                                                                                     | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| ท่านมีความสะดวกในการเข้าถึงเมื่อติดต่อหรือ<br>เดินทางไปซื้อรองเท้ามือสองตามสถานที่ตั้งของ<br>ร้านค้า | 3.51                       | 0.93                          | มาก   |
| ท่านสามารถสั่งซื้อรองเท้ามือสองผ่านทาง<br>ออนไลน์ได้                                                 | 3.65                       | 0.86                          | มาก   |
| รวม                                                                                                  | 3.59                       | 0.69                          | มาก   |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความเห็นด้านการโฆษณาการเข้าถึงสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.59$ ,  $SD = 0.69$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ร้านค้ามีช่องทางในการสั่งซื้อทั้งออนไลน์และหน้าร้านทำให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ( $\bar{X} = 3.74$ ,  $SD = 0.83$ ) สามารถสั่งซื้อรองเท้ามือสองผ่านทางออนไลน์ได้ ( $\bar{X} = 3.65$ ,  $SD = 0.86$ ) มีความสะดวกในการเข้าถึงเมื่อติดต่อหรือเดินทางไปซื้อรองเท้ามือสองตามสถานที่ตั้งของร้านค้า ( $\bar{X} = 3.51$ ,  $SD = 0.93$ ) ร้านค้ามีเวลาเปิดปิดหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ที่เหมาะสมต่อการเลือกซื้อรองเท้ามือสองตามสถานที่ตั้งของร้านค้า ( $\bar{X} = 3.45$ ,  $SD = 0.82$ ) ตามลำดับ

#### 4.1.3 องค์ประกอบการออกแบบ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการออกแบบ ด้านสี

| สี                                                               | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ   |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|---------|
| ท่านคิดเห็นว่ารองเท้าควรมีสีที่หลากหลายให้<br>เลือกซื้อ          | 3.66                       | 0.82                          | มาก     |
| เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อจากการออกแบบ<br>ลวดลายรองเท้าที่มีสีตัดกัน | 3.40                       | 0.77                          | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการออกแบบ ด้านสี (ต่อ)

| สี                                                                    | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| ท่านนิยมเลือกโทนสีของรองเท้าที่กลมกลืนไป<br>ในทางเดียวกัน             | 3.54                       | 0.84                          | มาก   |
| สีสนของรองเท้าที่ท่านเลือกเหมาะกับการใช้งาน<br>ในชีวิตประจำวันของท่าน | 3.66                       | 0.86                          | มาก   |
| รวม                                                                   | 3.55                       | 0.60                          | มาก   |

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความเห็นด้านสีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.55$ ,  $SD = 0.60$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สีสนของรองเท้าที่เลือกเหมาะกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน ( $\bar{X} = 3.66$ ,  $SD = 0.86$ ) รองเท้าควรมีสีที่หลากหลายให้เลือกซื้อ ( $\bar{X} = 3.66$ ,  $SD = 0.82$ ) เลือกโทนสีของรองเท้าที่กลมกลืนไปในทางเดียวกัน ( $\bar{X} = 3.54$ ,  $SD = 0.84$ ) เหตุผลที่เลือกซื้อมาจากการออกแบบลวดลายรองเท้าที่มีสีตัดกัน ( $\bar{X} = 3.40$ ,  $SD = 0.77$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการออกแบบ ด้านรูปทรง/รูปแบบ

| ด้านรูปทรง/รูปแบบ                                                                        | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| ท่านเลือกซื้อรองเท้าจากรูปทรงที่ชื่นชอบ                                                  | 3.70                       | 0.88                          | มาก   |
| ท่านชื่นชอบรองเท้าที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์เฉพาะ<br>เช่น มีลาย หรือ มีตราสัญลักษณ์ที่เด่นชัด | 3.45                       | 0.78                          | มาก   |
| ท่านเลือกซื้อรองเท้าจากการออกแบบที่มีความ<br>เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น แตกต่างจากสินค้าทั่วไป | 3.50                       | 0.83                          | มาก   |
| รวม                                                                                      | 3.56                       | 0.69                          | มาก   |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความเห็นด้านรูปทรง/รูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ ,  $SD = 0.69$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับ

มากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เลือกซื้อรองเท้าจากรูปทรงที่ชื่นชอบ ( $\bar{X} = 3.70$ ,  $SD = 0.88$ ) เลือกซื้อรองเท้าจากการออกแบบที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น แตกต่างจากสินค้าทั่วไป ( $\bar{X} = 3.50$ ,  $SD = 0.83$ ) รองเท้าที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น มีลาย หรือ มีตราสัญลักษณ์ที่เด่นชัด ( $\bar{X} = 3.45$ ,  $SD = 0.78$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการออกแบบ ด้านการใช้งาน

| ด้านการใช้งาน                                     | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ |
|---------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| ท่านคิดว่ารองเท้าต้องสวมใส่สบาย                   | 3.68                       | 0.82                          | มาก   |
| รองเท้าสามารถรองรับสรีระเท้าของท่านได้เป็นอย่างดี | 3.55                       | 0.76                          | มาก   |
| ท่านสามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส                      | 3.56                       | 0.80                          | มาก   |
| รองเท้าต้องมีความคงทนในการใช้งานของท่าน           | 3.59                       | 0.83                          | มาก   |
| รวม                                               | 3.57                       | 0.60                          | มาก   |

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความเห็นด้านการใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ,  $SD = 0.60$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รองเท้าสวมต้องใส่สบาย ( $\bar{X} = 3.68$ ,  $SD = 0.82$ ) รองเท้าต้องมีความคงทนในการใช้งาน ( $\bar{X} = 3.59$ ,  $SD = 0.83$ ) สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส ( $\bar{X} = 3.56$ ,  $SD = 0.80$ ) รองเท้าสามารถรองรับสรีระเท้าได้เป็นอย่างดี ( $\bar{X} = 3.55$ ,  $SD = 0.76$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขององค์ประกอบการออกแบบ ด้านผ้า/วัสดุ

| ด้านผ้า/วัสดุ                                | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ |
|----------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| พื้นรองเท้าต้องมีลักษณะทนทานต่อการใช้งาน     | 3.64                       | 0.86                          | มาก   |
| ท่านคิดว่าวัสดุที่ใช้ทำรองเท้ามีคุณภาพดี     | 3.46                       | 1.23                          | มาก   |
| ท่านชื่นชอบรองเท้าที่มีน้ำหนักเบา            | 3.53                       | 0.81                          | มาก   |
| ท่านคิดว่ารองเท้าควรต้องมีการระบายอากาศได้ดี | 3.67                       | 0.84                          | มาก   |
| รวม                                          | 3.57                       | 0.71                          | มาก   |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความเห็นด้านผ้า/วัสดุโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ,  $SD = 0.71$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ รองเท้าควรต้องมีการระบายอากาศได้ดี ( $\bar{X} = 3.67$ ,  $SD = 0.84$ ) พื้นรองเท้าต้องมีลักษณะทนทานต่อการใช้งาน ( $\bar{X} = 3.64$ ,  $SD = 0.86$ ) ขึ้นขอบรองเท้าที่มีน้ำหนักเบา ( $\bar{X} = 3.53$ ,  $SD = 0.81$ ) วัสดุที่ใช้ทำรองเท้ามีคุณภาพดี ( $\bar{X} = 3.46$ ,  $SD = 1.23$ ) ตามลำดับ

#### 4.1.4 การตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้า ในประเทศไทย

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้า ในประเทศไทย

| การตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้า<br>ในประเทศไทย                        | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (SD) | ระดับ |
|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|-------|
| หากท่านต้องการประหยัดเงินเพื่อซื้อรองเท้าท่าน<br>จะนึกถึงรองเท้ามือสอง      | 3.62                       | 0.92                          | มาก   |
| ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับรองเท้ามือสองจาก<br>อินเทอร์เน็ตก่อนเสมอ          | 3.44                       | 0.89                          | มาก   |
| ท่านจะเปรียบเทียบโดยใช้ราคาทุกครั้ง                                         | 3.51                       | 0.87                          | มาก   |
| ท่านตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองเพราะมี<br>ประสบการณ์ที่ดี จากการซื้อครั้งก่อน | 3.57                       | 0.89                          | มาก   |
| ท่านจะกลับมาซื้อซ้ำและแนะนำเพื่อนคนอื่น ๆ<br>มาซื้อด้วย                     | 3.55                       | 0.87                          | มาก   |
| รวม                                                                         | 3.54                       | 0.71                          | มาก   |

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้าในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ,  $SD = 0.71$ ) เมื่อวิเคราะห์ออกมาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ หากท่านต้องการประหยัดเงินเพื่อซื้อรองเท้าท่านจะนึกถึงรองเท้ามือสอง ( $\bar{X} = 3.62$ ,  $SD = 0.92$ ) ท่านตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองเพราะมีประสบการณ์ที่ดี จากการซื้อครั้งก่อน ( $\bar{X} = 3.57$ ,  $SD = 0.89$ ) ท่านจะกลับมาซื้อซ้ำและแนะนำเพื่อนคนอื่น ๆ มาซื้อด้วย ( $\bar{X} = 3.55$ ,  $SD = 0.87$ ) ท่านจะเปรียบเทียบ

โดยใช้ราคาทุกครั้ง ( $\bar{X} = 3.51$ ,  $SD = 0.87$ ) ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับรองเท้ามือสองจากอินเทอร์เน็ตก่อนเสมอ ( $\bar{X} = 3.44$ ,  $SD = 0.89$ ) ตามลำดับ

## 4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและองค์ประกอบการออกแบบส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้า

ตารางที่ 4.18 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและองค์ประกอบการออกแบบต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้า

| สิ่งกระตุ้นทางการตลาด<br>และองค์ประกอบการ<br>ออกแบบ             | b    | SE. b | Beta | t    | Sig.  | Tolerance | VIF  |
|-----------------------------------------------------------------|------|-------|------|------|-------|-----------|------|
| (ค่าคงที่)                                                      | 0.05 | 0.16  |      | 0.36 | 0.71  |           |      |
| การรับรู้คุณภาพ                                                 | 0.17 | 0.05  | 0.15 | 3.00 | 0.00* | 0.43      | 2.35 |
| การรับรู้คุณค่า                                                 | 0.05 | 0.04  | 0.05 | 1.13 | 0.26  | 0.54      | 1.84 |
| ภาพลักษณ์ของแบรนด์                                              | 0.01 | 0.05  | 0.01 | 0.28 | 0.78  | 0.38      | 2.60 |
| การรับรู้ราคา                                                   | 0.08 | 0.06  | 0.07 | 1.39 | 0.16  | 0.36      | 2.79 |
| การโฆษณา                                                        | 0.18 | 0.04  | 0.18 | 3.67 | 0.00* | 0.43      | 2.35 |
| การเข้าถึงสินค้า                                                | 0.14 | 0.05  | 0.14 | 2.78 | 0.01* | 0.41      | 2.44 |
| สี                                                              | 0.10 | 0.05  | 0.10 | 2.05 | 0.04* | 0.41      | 2.41 |
| รูปทรง/รูปแบบ                                                   | 0.28 | 0.05  | 0.27 | 5.50 | 0.00* | 0.44      | 2.26 |
| การใช้งาน                                                       | 0.10 | 0.04  | 0.10 | 2.10 | 0.04* | 0.43      | 2.31 |
| ผ้า/วัสดุ                                                       | 0.03 | 0.05  | 0.02 | 0.58 | 0.56  | 0.43      | 2.33 |
| $R^2 = 0.56$ , $Adj R^2 = 0.55$ , $F = 52.31$ , $Sig. = 0.00^*$ |      |       |      |      |       |           |      |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต้น (Multicollinearity) ด้วยการตรวจค่าความแปรปรวนในตัวแปรที่อธิบายไม่ได้ด้วยตัวแปรอื่น ๆ (Tolerance) มีค่ามากกว่า 0.19 และค่า Variance inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 5.30 (Hair et al., 2010) หมายความว่า ตัวแปรจะไม่มีความสัมพันธ์ด้วยกันเอง โดยด้านการรับรู้คุณภาพ การรับรู้คุณค่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์

การรับรู้ราคา การโฆษณา การเข้าถึงสินค้า สี รูปทรง/รูปแบบ การใช้งาน ผ้า/วัสดุ มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.36-0.54 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.19 ส่วนค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.84-2.79 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5.30 แสดงว่าตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษามีความเป็นอิสระต่อกัน และมีความสัมพันธ์กันเองไม่สูงมากเกินไป เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดจึงยอมรับตัวแปรอิสระเหล่านี้

ผลการวิเคราะห์ถดถอยของพหุคูณ พบว่า มีค่า F เท่ากับ 52.31 และค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งแสดงว่า ความแปรปรวนของข้อมูล มีความแปรปรวนไม่เท่ากัน โดยค่าความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้า จะพิจารณาจากค่า Adjusted R<sup>2</sup> แสดงว่าสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและองค์ประกอบการออกแบบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสอง มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 55 หมายความว่า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปพยากรณ์ต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้า ได้ร้อยละ 55 ส่วนอีกร้อยละ 45 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสอง มี 3 องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ การโฆษณา Beta = 0.18 Beta การรับรู้คุณภาพ 0.15 การเข้าถึงสินค้า Beta 0.14 หมายความว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้าน การโฆษณา การรับรู้คุณภาพ การเข้าถึงสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสอง

องค์ประกอบการออกแบบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสอง มี 3 องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ รูปทรง/รูปแบบ Beta = 0.27 การใช้งาน Beta = 0.10 สี Beta = 0.10 หมายความว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้าน รูปทรง/รูปแบบ การใช้งาน สี ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสอง

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านด้านรูปทรง/รูปแบบ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.28 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านรูปทรง/รูปแบบเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.28

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านการโฆษณา มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.18 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านการโฆษณา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.18

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านการรับรู้คุณภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.17 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับด้านการรับรู้คุณภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.17

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านการเข้าถึงสินค้า มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.14 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเข้าถึงสินค้า เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.14

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านสี มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.10 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการด้านสี เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.10

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านการใช้งาน มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.10 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการใช้งาน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.10

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านการรับรู้ราคา มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.08 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการรับรู้ราคา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.08

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านการรับรู้คุณค่า มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการรับรู้คุณค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.05

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านผ้า/วัสดุ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.03 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการด้านผ้า/วัสดุเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.03

เมื่อพิจารณาหาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) พบว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดองค์ประกอบ การออกแบบด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (b) เท่ากับ 0.01 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้การตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น 0.01

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถเขียนสมการทำนายในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ:

การตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้า =  $0.05 + 0.28 \times \text{รูปทรง/รูปแบบ} + 0.18 \times \text{การโฆษณา} + 0.17 \times \text{การรับรู้คุณภาพ} + 0.14 \times \text{การเข้าถึงสินค้า} + 0.10 \times \text{สี} + 0.10 \times \text{การใช้งาน}$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน:

การตัดสินใจซื้อรองเท้ามือสองของลูกค้า =  $0.27 \times \text{รูปทรง/รูปแบบ} + 0.18 \times \text{การโฆษณา} + 0.15 \times \text{การรับรู้คุณภาพ} + 0.14 \times \text{การเข้าถึงสินค้า} + 0.10 \times \text{สี} + 0.10 \times \text{การใช้งาน}$