

4.3 วิเคราะห์ขนาดกระเป๋าแบรนด์เนมส์

ตารางที่ 4.28 แสดงการวิเคราะห์จำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษยี่ห้อต่างๆ ที่ใช้เพื่อการศึกษารูปแบบ

ลำดับที่ (NQ)	ชื่อแบรนด์เนมส์ (Bland names)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	Louis Vuitton	2	1.0
2	Dior	1	.5
3	Fossil	10	4.9
4	Co. UK Ltd	2	1.0
5	blokes	16	7.8
6	Gucci	1	.5
7	Cookware	1	.5
8	Berluti's Double Je	2	1.0
9	Belstaff	1	.5
10	Grafea	8	3.9
11	Zanisa	1	.5
12	Le Donne	4	2.0
13	Bree	1	.5
14	New with tags	1	.5
15	Water field	1	.5
16	Seekers	1	.5
17	Kenneth Cole	1	.5
18	Blackbird	1	.5
19	Wildox	7	3.4
20	Saddleback	2	1.0
21	Coiehaan	1	.5
22	Bally Cow	1	.5
23	Prada	1	.5
24	Desideria	2	1.0

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.28 (ต่อ) 1 แสดงการวิเคราะห์จำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษยี่ห้อต่างๆ ที่ใช้เพื่อการศึกษา
รูปแบบ

ลำดับที่ (NQ)	ชื่อแบรนด์เนมส์ (Bland names)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
25	Arrogance	1	.5
26	Hideonline	4	2.0
27	Currently	1	.5
28	Viconti	5	2.5
29	Marc by Marc Jacobs	7	3.4
30	Guess	3	1.5
31	Bally Tery	2	1.0
32	Fred Perry	1	.5
33	Tumi Sundance	4	2.0
34	Kenneth Cole Reaction	2	1.0
35	Cole Haan	1	.5
36	Furla	1	.5
37	Knomo	1	.5
38	Natural buckskin	2	1.0
39	Hunter	1	.5
40	Distressed	2	1.0
41	Rowallan	13	6.4
42	Dark	1	.5
43	Hugo Boss	2	1.0
44	Diesel	1	.5
45	Ted Baker	5	2.5
46	Fila	1	.5
47	Knomo	1	.5

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.28(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์จำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษยี่ห้อต่างๆ ที่ใช้เพื่อการศึกษาแบบ

ลำดับที่ (NQ)	ชื่อแบรนด์เนมส์ (Bland names)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
48	Saddleback	1	.5
49	Latico Faye	1	.5
50	Barbour	1	.5
51	Belleville	1	.5
52	Teddy	1	.5
53	Tod's	2	1.0
54	Raf Simmons	1	.5
55	Leonello Borghi	2	1.0
56	Marc Marmel	3	1.5
57	Woolrich	1	.5
58	Maison Martin Margiela	1	.5
59	Barneys	1	.5
60	Bric's	1	.5
61	Piel	1	.5
62	Hidesign	12	5.9
63	Shalimar	10	4.9
64	Pacsafe	1	.5
65	Letag	10	4.9
66	Very special offer	1	.5
67	Ashwood	7	3.4
68	Mywalit Nappa	1	.5
69	John Lewis	1	.5
70	Luxury	1	.5
71	Reiss Orca	1	.5

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.28(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์จำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษยี่ห้อต่างๆ ที่ใช้เพื่อการศึกษา
รูปแบบ

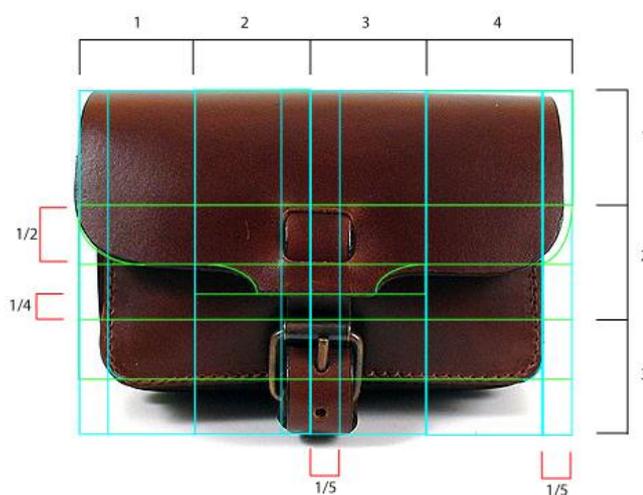
ลำดับที่ (NQ)	ชื่อแบรนด์เนมส์ (Bland names)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
72	Mudd buckle	4	2.0
73	Nuvola Pelle	1	.5
74	Matt Yorke	1	.5
75	Thierry Mugler	1	.5
76	Mandarina Duck	1	.5
77	Detour	1	.5
78	Taurus	1	.5
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.29 สรุปผลการวิเคราะห์จำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษยี่ห้อต่างๆ ที่ใช้เพื่อ
การศึกษารูปแบบในการออกแบบ มี 78 ยี่ห้อ จำนวนกระเป๋า 204 ใบ พบว่า

มากที่สุด มีจำนวน 1 ยี่ห้อ ได้แก่ยี่ห้อ blokes มีกระเป๋าจำนวน 16 ใบ คิดเป็นร้อยละ 7.8
รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ยี่ห้อ Rowallan มีกระเป๋ายี่ห้อละจำนวน 13 ใบ คิดเป็นร้อยละ 6.4, ยี่ห้อ
Hidesign มีกระเป๋ายี่ห้อละจำนวน 12 ใบ คิดเป็นร้อยละ 5.9, Fossil, Shalimar, Letag, มีกระเป๋า
ยี่ห้อละจำนวน 10 ใบ คิดเป็นร้อยละ 6.4, Grafea มีกระเป๋ายี่ห้อละจำนวน 8 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.9,
Wildox, Marc by Marc Jacobs, Ashwood มีกระเป๋ายี่ห้อละจำนวน 7 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.4,
Viconti, Ted Baker, มีกระเป๋ายี่ห้อละจำนวน 5 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.5, Le Donne, Hideoonline,
Tumi Sundance, Mudd buckle, มีกระเป๋ายี่ห้อละจำนวน 4 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.0, Guess, Marc
Marmel, มีกระเป๋ายี่ห้อละจำนวน 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.5, Louis Vuitton, Co. UK Ltd., Berluti's
Double Je, Saddleback, Desideria, Bally Tery, Kenneth Cole Reaction, Natural buckskin,
Distressed, Hugo Boss, Tod's, Leonello Borghi มีกระเป๋ายี่ห้อละจำนวน 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ
2.0 และน้อยที่สุด มีจำนวน 48 ยี่ห้อ ได้แก่ยี่ห้อ Dior, Gucci, Cookware, Belstaff, Zanisa, Bree,
New with tags, Water field, Seekers, Kenneth Cole, Blackbird, Coiehaan, Bally Cow,
Prada, Arrogance, Currently, Fred Perry, Cole Haan, Furla, Knomo, Hunter, Dark, Diesel,
Fila, Knomo, Saddleback, Latico Faye, Barbour, Belleville, Teddy, Raf Simmons, Woolrich,

Maison Martin Margiela, Barneys, Bric's, Piel, Pacsafe , Very special offer, Mywalit Nappa, John Lewis, Luxury, Reiss Orca, Nuvola Pelle, Matt Yorke, Thierry Mugler, Mandarina Duck, Detour, Taurus มีจำนวนกระเป๋าจำนวนยี่ห้อละ 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.29 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องเท่าๆ กัน

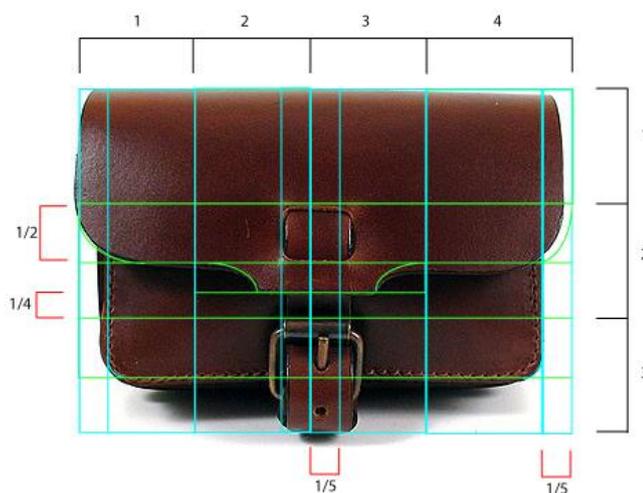


ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204): ใบ	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วน 1 ส่วน	204	100.0
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.29 สรุปผลแสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องเท่าๆ กัน จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อสินค้า มีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ใบ พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมใช้วิธีการแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องเท่าๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.30 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/2 (ครึ่งส่วนย่อย)

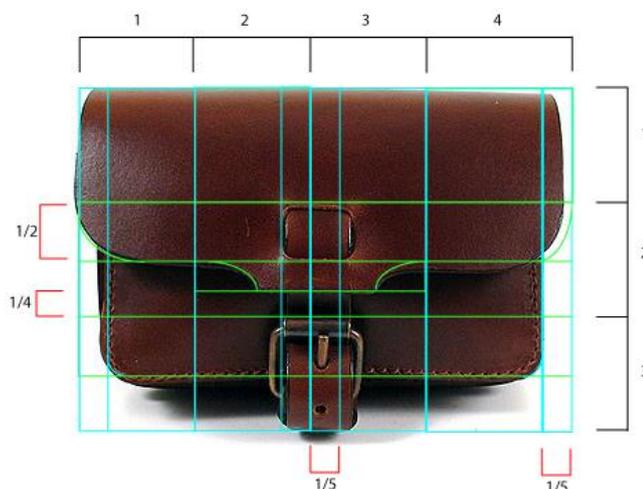


ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204): ใบ	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วนอื่นๆ	163	79.9
2	สัดส่วน 1/2 (ครึ่ง ส่วนย่อย)	41	20.1
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.30 สรุปผลการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/2 (ครึ่งส่วนย่อย) จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อสินค้า มีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ใบ พบว่า พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งสัดส่วนออกเป็นช่องในรายละเอียดของสัดส่วนอื่นๆ มากที่สุด มีกระเป๋าจำนวน 163 ใบ คิดเป็นร้อยละ 79.9 รองลงมากระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/2 (ครึ่งส่วนย่อย) มีกระเป๋าจำนวน 41 ใบ คิดเป็นร้อยละ 20.1

ตารางที่ 4.31 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/3 (หนึ่งในสามส่วนย่อย)

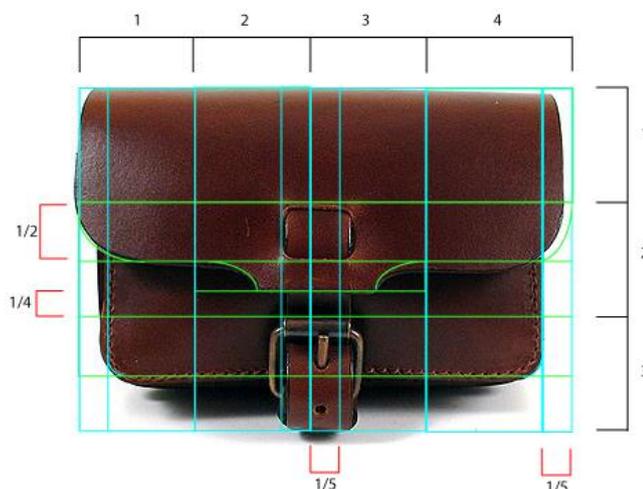


ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204): ไบ	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วนอื่นๆ	49	24.02
2	สัดส่วน 1/3 (หนึ่งใน สามส่วนย่อย)	155	75.98
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.31 สรุปผลการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/3 (หนึ่งในสามส่วนย่อย) จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อ มีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ไบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/3 (หนึ่งในสามส่วนย่อย) มากที่สุด มีกระเป๋าจำนวน 155 ไบ คิดเป็นร้อยละ 75.98 รองลงมากระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งสัดส่วนออกเป็นช่องในรายละเอียดของสัดส่วนอื่นๆ มีกระเป๋าจำนวน 49 ไบ คิดเป็นร้อยละ 24.02

ตารางที่ 4.32 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/4 (หนึ่งในสี่ส่วนย่อย)

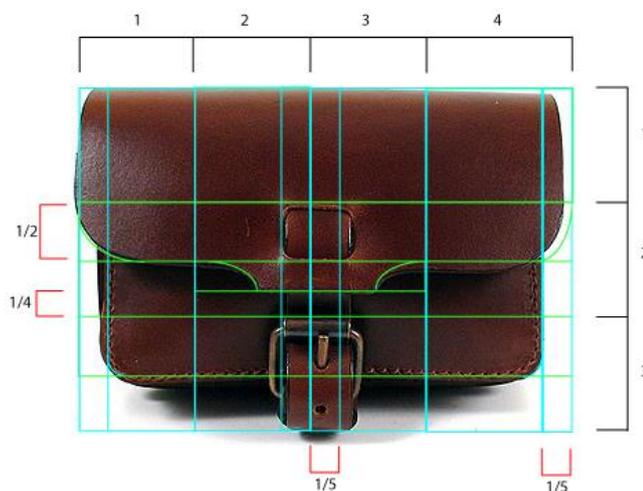


ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วนอื่นๆ	162	79.4
2	สัดส่วน 1/4 (หนึ่งในสี่ ส่วนย่อย)	42	20.6
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.32 สรุปผลการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/4 (หนึ่งในสี่ส่วนย่อย) จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อ มีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งสัดส่วนออกเป็นช่องในรายละเอียดของสัดส่วนอื่นๆ มากที่สุด มีกระเป๋าจำนวน 162 ใบ คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมากระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/4 (หนึ่งในสี่ส่วนย่อย) มีกระเป๋าจำนวน 42 ใบ คิดเป็นร้อยละ 20.6

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/5 (หนึ่งในห้าส่วนย่อย)



ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วนอื่นๆ	176	86.3
2	สัดส่วน 1/5 (หนึ่งในห้าส่วนย่อย)	28	13.7
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.33 สรุปผลการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/5 (หนึ่งในห้าส่วนย่อย) จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อ มีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดอื่นๆ มากที่สุด มีกระเป๋าจำนวน 176 ใบ คิดเป็นร้อยละ 86.3 รองลงมากระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องจำนวน 1/5 (หนึ่งในห้าส่วนย่อย) มีกระเป๋าจำนวน 28 ใบ คิดเป็นร้อยละ 13.7

ตารางที่ 4.34 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/6 (หนึ่งในหกส่วนย่อย)



ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วนอื่นๆ	158	77.5
2	สัดส่วน 1/6 (หนึ่งใน หกส่วนย่อย)	46	22.5
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.34 สรุปผลการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/6 (หนึ่งในหกส่วนย่อย) จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อ มีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดอื่นๆ มากที่สุด มีกระเป๋าจำนวน 158 ใบ คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมากระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดเป็นช่องจำนวน 1/6 (หนึ่งในหกส่วนย่อย) มีกระเป๋าจำนวน 46 ใบ คิดเป็นร้อยละ 22.5

ตารางที่ 4.35 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/7 (หนึ่งในเจ็ดส่วนย่อย)



ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วนอื่นๆ	201	98.5
2	สัดส่วน 1/7 (หนึ่งในเจ็ดส่วนย่อย)	3	1.5
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.35 สรุปผลการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/7 (หนึ่งในเจ็ดส่วนย่อย) จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อ มีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดอื่นๆ มากที่สุด มีกระเป๋าจำนวน 201 ใบ คิดเป็นร้อยละ 98.5 รองลงมากระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดเป็นช่องจำนวน 1/7 (หนึ่งในเจ็ดส่วนย่อย) มีกระเป๋าจำนวน 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.36 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/8 (หนึ่งในแปดส่วนย่อย)



ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วนอื่นๆ	197	96.6
2	สัดส่วน 1/8 (หนึ่งในแปดส่วนย่อย)	7	3.4
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.36 สรุปผลการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/8 (หนึ่งในแปดส่วนย่อย) จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อมีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดอื่นๆ มากที่สุด มีกระเป๋าจำนวน 197 ใบ คิดเป็นร้อยละ 96.6 รองลงมากระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดเป็นช่องจำนวน 1/8 (หนึ่งในหกส่วนย่อย) มีกระเป๋าจำนวน 7 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.4

ตารางที่ 4.37 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/9 (หนึ่งในเก้าส่วนย่อย)

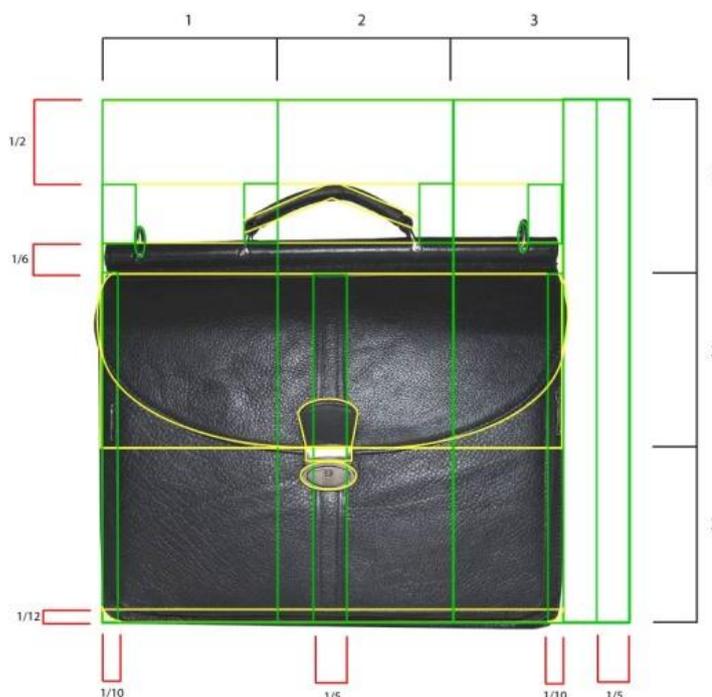


ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วนอื่นๆ	194	95.1
2	สัดส่วน 1/9 (หนึ่งในเก้าส่วนย่อย)	10	4.9
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.37 สรุปผลการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/9 (หนึ่งในเก้าส่วนย่อย) จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อ มีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดอื่นๆ มากที่สุด มีกระเป๋าจำนวน 194 ใบ คิดเป็นร้อยละ 95.1 รองลงมากระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดเป็นช่องจำนวน 1/9 (หนึ่งในเก้าส่วนย่อย) มีกระเป๋าจำนวน 10 ใบ คิดเป็นร้อยละ 4.9

ตารางที่ 4.38 แสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/10 (หนึ่งในสิบส่วนย่อย)

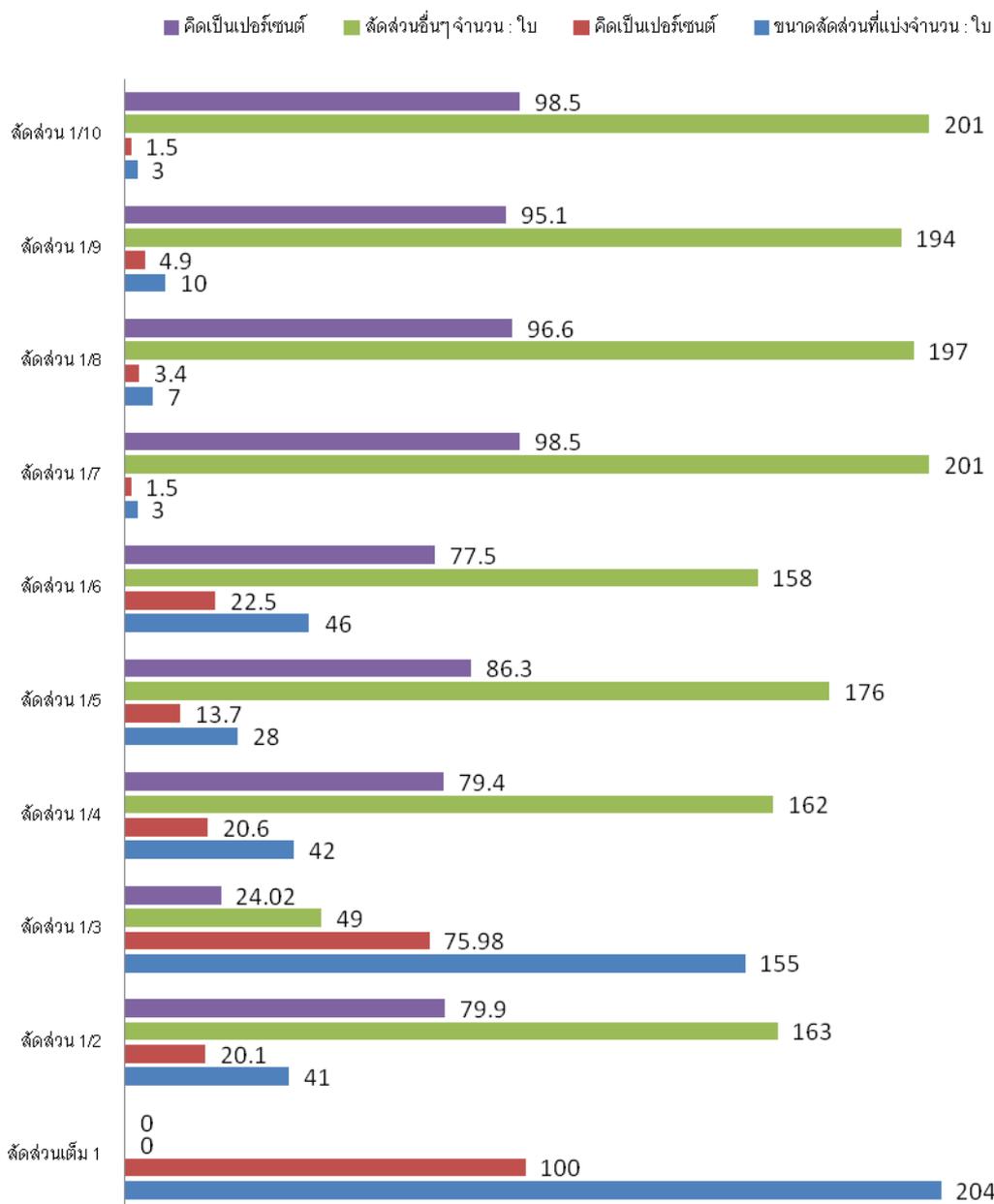


ลำดับที่ (NO)	วิธีการแบ่งขนาด สัดส่วน : ส่วน (Scale to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัดส่วนอื่นๆ	201	98.5
2	สัดส่วน 1/10 (หนึ่งใน เก้าส่วนย่อย)	3	1.5
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.38 สรุปผลการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องละ 1/10 (หนึ่งในสิบส่วนย่อย) จากยี่ห้อสินค้าจำนวน 78 ยี่ห้อ มีจำนวนกระเป๋าสุภาพบุรุษ 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

กระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดอื่นๆ มากที่สุด มีกระเป๋าจำนวน 201 ใบ คิดเป็นร้อยละ 98.5 รองลงมากระเป๋าสุภาพบุรุษ นิยมการออกแบบโดยใช้วิธีการแบ่งขนาดสัดส่วนของรูปทรงกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยแบ่งสัดส่วนในการออกแบบออกเป็นช่องในรายละเอียดเป็นช่องจำนวน 1/10 (หนึ่งในสิบส่วน) มีกระเป๋าจำนวน 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.5

แผนภูมิแสดงการวิเคราะห์สัดส่วนของรูปทรงกระเป่าสุภาพบุรุษ



ภาพที่ แผนภูมิแสดงการวิเคราะห์การออกแบบรูปทรงกระเป่าสุภาพบุรุษ ด้วยวิธีการแบ่งสัดส่วน

จากแผนภูมิ พบว่า ในการออกแบบรูปทรงของกระเป่าสุภาพบุรุษ นักออกแบบนิยมใช้หลักการออกแบบด้วยวิธีการแบ่งสัดส่วนกระเป่าออกเป็นจำนวนเต็ม 1 ส่วน มากที่สุด รองลงมาตามลำดับคือ วิธีการแบ่งสัดส่วนออกเป็น 1/3 ส่วน, 1/6 ส่วน, 1/4 ส่วน, 1/2 ส่วน, 1/5 ส่วน, 1/9 ส่วน, 1/8 ส่วน และน้อยที่สุดมีสัดส่วนเท่ากันจำนวน 2 สัดส่วน คือ 1/7 ส่วน, 1/10 ส่วน

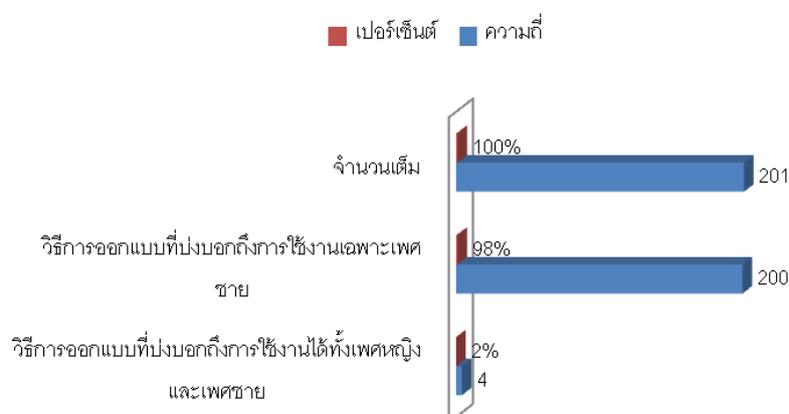
ตารางที่ 4.39 แสดงการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษโดยการแบ่งเพศ

ลำดับที่ (NO)	การออกแบบกับเพศ (Sex to Design)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	วิธีการออกแบบที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย	4	2.0
2	วิธีการออกแบบที่บ่งบอกถึงการใช้งานเฉพาะเพศชาย	200	98.0
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.39 สรุปผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์แนวทางการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ โดยการแบ่งเพศ จำนวนยี่ห้อ 78 ยี่ห้อ มีกระเป๋าจำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

มากที่สุดนิยมใช้แนวทางการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ ที่บ่งบอกถึงการใช้งานเฉพาะเพศชาย มีกระเป๋าจำนวน 200 ใบ คิดเป็นร้อยละ 98.0 รองลงมานิยมใช้แนวทางการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ ที่บ่งบอกถึงการใช้งานได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีกระเป๋าจำนวน 4 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.0

แผนภูมิแนวทางการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษโดยการแบ่งเพศ



ภาพที่ แสดงแนวทางการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษโดยการแบ่งเพศ

ตารางที่ 4.40 แสดงการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษประเภทต่างๆ ที่ใช้งานในปัจจุบัน

ลำดับที่ (NO)	ภาพรูปแบบกระเป๋า (Picture bags design)	กลุ่มกระเป๋าประเภทต่างๆ (Bags group)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
1		กระเป๋าเดินทาง (Travel bag)	2	1.0
2		กระเป๋าใส่เอกสาร (Messenger bag)	114	55.9
3		กระเป๋าใส่เสื้อผ้า (Garment bag suit carrier)	1	.5
4		กระเป๋าใส่เอกสารแบบหิ้ว (Briefcases bag)	17	8.3
5		กระเป๋าแบบสะพายหลัง (Backpack bag)	4	2.0
6		กระเป๋าสะพายบ่า (Shoulder bag)	2	1.0

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.40(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษประเภทต่างๆ ที่ใช้งานในปัจจุบัน

ลำดับที่ (NO)	ภาพรูปแบบกระเป๋า (Picture bags design)	กลุ่มกระเป๋าประเภทต่างๆ (Bags group)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
7		กระเป๋าใส่ไวน์ (Wine Carrier Bag)	1	.5
8		กระเป๋าใส่สมุดหนังสือ (Briefcase satchel bag)	1	.5
9		กระเป๋าคาดเอวสำหรับใส่ของใช้ (Fanny Pack Waist Bag)	2	1.0
10		กระเป๋าใส่สตางค์ (Purse bag)	1	.5
11		กระเป๋าอรรถประโยชน์ (Utility bag)	1	.5
12		กระเป๋าย่ามใส่สัมภาระแบบสะพาย หลัง (Hiking Backpack Messenger Bag)	1	.5

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.40(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษประเภทต่างๆ ที่ใช้งานในปัจจุบัน

ลำดับที่ (NO)	ภาพรูปแบบกระเป๋า (Picture bags design)	กลุ่มกระเป๋าประเภทต่างๆ (Bags group)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
13		กระเป๋าใส่สัมภาระสำหรับการพักผ่อน แบบสะพายไหล่ (Messenger Shoulder Weekend Bag)	1	.5
14		กระเป๋าใส่อุปกรณ์สิ่งของ และเอกสาร แบบสะพาย (Backpack Messenger Bag)	2	1.0
15		กระเป๋าหนังแบบถุงใบเล็กสะพาย (A Small Leather Man Bag)	1	.5
16		กระเป๋าสำหรับธุรกิจการค้า (Business Case bag)	1	.5
17		กระเป๋าหิ้วสำหรับใส่คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กและใส่เอกสาร (Briefcase Messenger Laptop Bags)	2	1.0

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.40(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษประเภทต่างๆ ที่ใช้งานในปัจจุบัน

ลำดับที่ (NO)	ภาพรูปแบบกระเป๋า (Picture bags design)	กลุ่มกระเป๋าประเภทต่างๆ (Bags group)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
18		กระเป๋าสะพาย (Cross body bag)	12	5.9
19		กระเป๋าใส่อุปกรณ์กีฬา และเพื่อ เดินทาง (Duffle bag)	2	1.0
20		กระเป๋าทรงแบบถุง (Randy bag)	1	.5
21		กระเป๋าใส่กล้อง (Camera Bag)	2	1.0
22		กระเป๋าสะพายแบบมีซิปรูด (Zip It Daypack bag)	1	.5
23		กระเป๋าใส่อุปกรณ์เครื่องดนตรี (Encino Brief bag)	1	.5

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.40(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษประเภทต่างๆที่ใช้งานในปัจจุบัน

ลำดับที่ (NO)	ภาพรูปแบบกระเป๋า (Picture bags design)	กลุ่มกระเป๋าประเภทต่างๆ (Bags group)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
24		กระเป๋าเดินทางท่องเที่ยวขนาดกลาง (Holdall travel bag)	1	.5
25		กระเป๋าสะพายหลังสำหรับกิจกรรม ทั่วไป (Backpack Outdoors bag)	1	.5
26		กระเป๋าหิ้วทรงยาวสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Holdall bag)	6	2.9
27		กระเป๋าสะพายข้าง (Cross body pouch bag)	1	.5
28		กระเป๋าทรงถุงแบบสะพาย (Despatch bag)	2	1.0
29		กระเป๋าใส่เอกสาร (Reporter Bag)	1	.5

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.40(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษประเภทต่างๆ ที่ใช้งานในปัจจุบัน

ลำดับที่ (NO)	ภาพรูปแบบกระเป๋า (Picture bags design)	กลุ่มกระเป๋าประเภทต่างๆ (Bags group)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
30		กระเป๋าใส่สัมภาระขนาดเล็ก แบบหิ้ว หรือลากจูงได้ (Suitcase bag)	1	.5
31		กระเป๋าทรงเหลี่ยมสำหรับใส่ชุดแต่ง กายขนาดใหญ่ สามารถหิ้วหรือลากจูง ได้ (Deluxe Garment Bag)	1	.5
32		กระเป๋าใส่สิ่งของเครื่องใช้ มีหูหิ้ว และ สายสะพาย (Satchel Duffle Bag)	1	.5
33		กระเป๋าสำหรับธุรกิจการงาน (Business brief bag)	1	.5
34		กระเป๋าใส่เอกสารสัมภาระทรงเหลี่ยม (Herrentasche Messenger bag)	2	1.0

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.40(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษประเภทต่างๆ ที่ใช้งานในปัจจุบัน

ลำดับที่ (NO)	ภาพรูปแบบกระเป๋า (Picture bags design)	กลุ่มกระเป๋าประเภทต่างๆ (Bags group)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
35		กระเป๋าทรงยาวโค้งแข็งแบบหิ้ว (Dokortasche Baguette Bag)	1	.5
36		กระเป๋าใส่เอกสารสัมภาระทรงเหลี่ยม มีฝาเปิดตรงกลาง มีหูหิ้วหรือสะพายได้ (Kleine Aktentasche Office Bag Netbook Tasche aus Rindleder)	1	.5
37		กระเป๋าหิ้วเพื่อการเดินทาง สามารถ สะพายได้ รูปทรงยาว (Grosse Reisetasche aus dickem knautschigen Leder bag)	1	.5
38		กระเป๋าใส่อุปกรณ์แต่งตัว (Organiser Bag)	1	.5
39		กระเป๋าจำลองสำหรับใส่เอกสาร สัมภาระ (Despatch messenger bag)	4	2.0

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.40(ต่อ) แสดงการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษประเภทต่างๆ ที่ใช้งานในปัจจุบัน

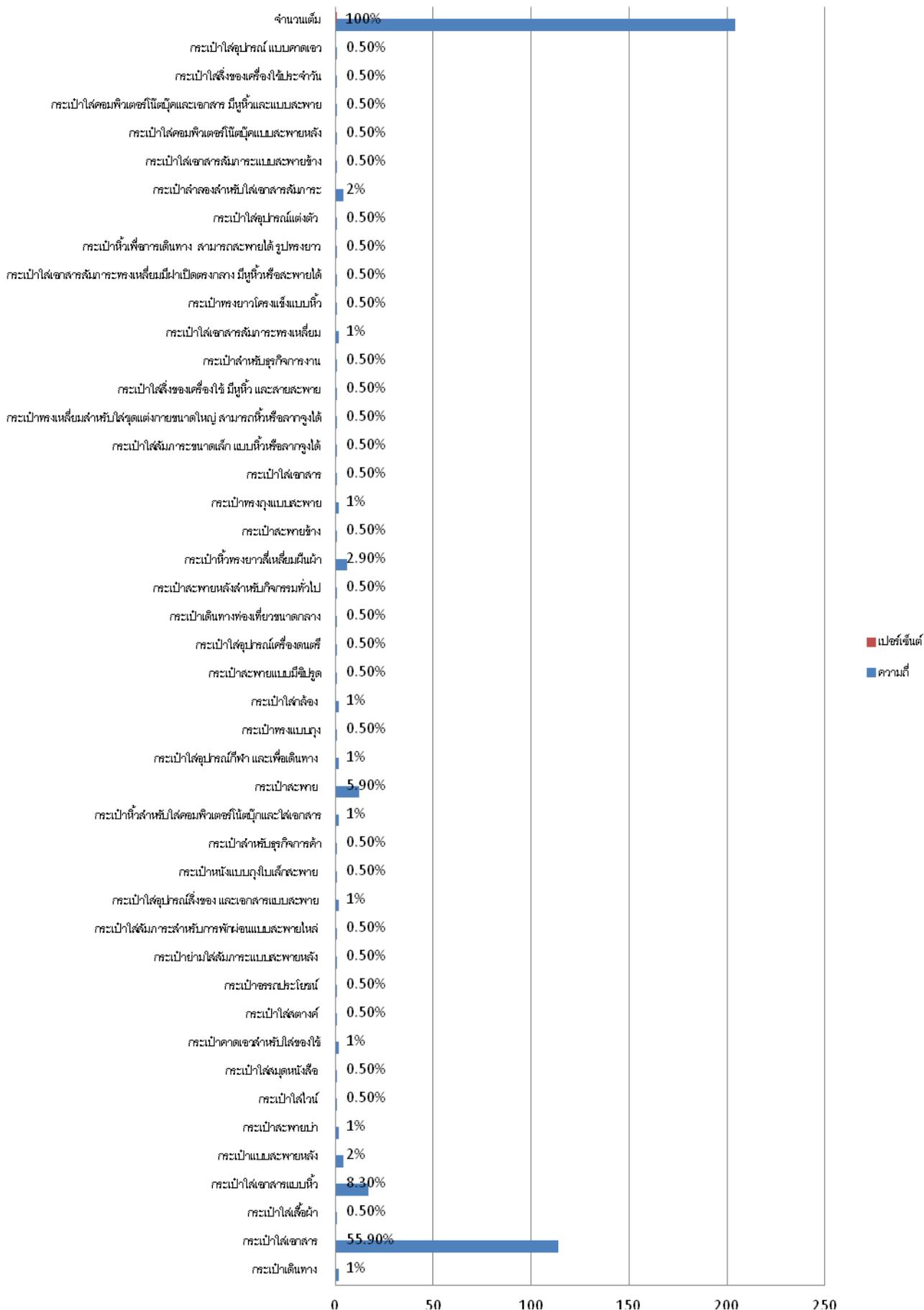
ลำดับที่ (NO)	ภาพรูปแบบกระเป๋า (Picture bags design)	กลุ่มกระเป๋าประเภทต่างๆ (Bags group)	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
40		กระเป๋าใส่เอกสารสัมภาระแบบสะพาย ข้าง (Across Body Despatch Bag)	1	.5
41		กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กแบบ สะพายหลัง (Laptop Backpack bag)	1	.5
42		กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและ เอกสาร มีหูหิ้วและแบบสะพาย (Isaac Despatch Bag)	1	.5
43		กระเป๋าใส่สิ่งของเครื่องใช้ประจำวัน (Wash bag)	1	.5
44		กระเป๋าใส่อุปกรณ์ แบบคาดเอว (Bauchtasche bag)	1	.5
Total			204	100.0

จากตารางที่ 4.40 สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มรูปแบบกระเป๋าคุณภาพบุรุษประเภทต่างๆ ที่ใช้งานในปัจจุบัน จำนวนยี่ห้อ 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป๋าจำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์พบว่า

มากที่สุดได้แก่ กลุ่มรูปแบบกระเป๋าใส่เอกสาร (Messenger bag) มีรูปแบบกระเป๋าจำนวนแบบละ 114 ใบ คิดเป็นร้อยละ 55.9 รองลงมาตามลำดับได้แก่ กระเป๋าใส่เอกสารแบบหิ้ว (Briefcases bag) มีรูปแบบกระเป๋าจำนวนแบบละ 17 ใบ คิดเป็นร้อยละ 8.3, กระเป๋าสะพาย (Cross body bag) มีรูปแบบกระเป๋าจำนวน 12 ใบ คิดเป็นร้อยละ 5.9, กระเป๋าหิ้วทรงยาวสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Holdall bag) มีรูปแบบกระเป๋าจำนวนแบบละ 6 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.9, กระเป๋าแบบสะพายหลัง (Backpack bag), กระเป๋าลำลองสำหรับใส่เอกสารสัมภาระ (Despatch messenger bag) มีรูปแบบกระเป๋าจำนวนแบบละ 4 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.0, กระเป๋าเดินทาง (Travel bag), กระเป๋าสะพายบ่า (Shoulder bag), กระเป๋าคาดเอวสำหรับใส่ของใช้ (Fanny Pack Waist Bag), กระเป๋าใส่อุปกรณ์สิ่งของ และเอกสารแบบสะพาย (Backpack Messenger Bag), กระเป๋าหิ้วสำหรับใส่คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและใส่เอกสาร (Briefcase Messenger Laptop Bags), กระเป๋าใส่อุปกรณ์กีฬา และเพื่อเดินทาง (Duffel bag), กระเป๋าใส่กล้อง (Camera Bag), กระเป๋าทรงถุงแบบ (Despatch bag), กระเป๋าใส่เอกสารสัมภาระทรงเหลี่ยม (Herrentasche Messenger bag) มีรูปแบบกระเป๋าจำนวนแบบละ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.0, และน้อยที่สุดได้แก่ กระเป๋าใส่เสื้อผ้า (Garment bag suit carrier), กระเป๋าใส่ไวน์ (Wine Carrier Bag), กระเป๋าใส่สมุดหนังสือ (Briefcase satchel bag), กระเป๋าใส่สตางค์ (Purse bag), กระเป๋าอรรถประโยชน์ (Utility bag), กระเป๋ายามใส่สัมภาระแบบสะพายหลัง (Hiking Backpack Messenger Bag), กระเป๋าใส่สัมภาระสำหรับการพักผ่อนแบบสะพายไหล่ (Messenger Shoulder Weekend Bag), กระเป๋านั่งสะพายแบบถุงใบเล็ก (A Small Leather Man Bag), กระเป๋าสำหรับธุรกิจการค้า (Business Case bag), กระเป๋าทรงแบบถุง (Randy bag), กระเป๋าสะพายแบบมีซิปรัด (Zip It Daypack bag), กระเป๋าใส่อุปกรณ์เครื่องดนตรี (Encino Brief bag), กระเป๋าเดินทางท่องเที่ยวขนาดกลาง (Holdall travel bag), กระเป๋าสะพายหลังสำหรับกิจกรรมทั่วไป (Backpack Outdoors bag), กระเป๋าสะพายข้าง (Cross body pouch bag), กระเป๋าใส่เอกสาร (Reporter Bag), กระเป๋าใส่สัมภาระขนาดเล็ก แบบหิ้วหรือลากจูงได้ (Suitcase bag), กระเป๋าทรงเหลี่ยมสำหรับใส่ชุดแต่งกายขนาดใหญ่ สามารถหิ้วหรือลากจูงได้ (Deluxe Garment Bag), กระเป๋าใส่สิ่งของเครื่องใช้ มีหูหิ้ว และสายสะพาย (Satchel Duffel Bag), กระเป๋าสำหรับธุรกิจการงาน (Business brief bag), กระเป๋าทรงยาวโครมแข็งแบบหิ้ว (Dokortasche Baguette Bag), กระเป๋าใส่เอกสารสัมภาระทรงเหลี่ยมมีฝาเปิดตรงกลาง มีหูหิ้วหรือสะพายได้ (Kleine Aktentasche Office Bag Netbook Tasche aus Rindleder), กระเป๋าหิ้ว

เพื่อการเดินทาง สามารถสะพายได้ รูปทรงยาว (Grosse Reisetasche aus dickem knautschigen Leder bag), กระเป๋าใส่อุปกรณ์แต่งตัว (Organiser Bag), กระเป๋าใส่เอกสารสัมภาระแบบสะพายข้าง (Across Body Despatch Bag), กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กแบบสะพายหลัง (Laptop Backpack bag), กระเป๋าใส่คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กและเอกสาร มีหูหิ้วและแบบสะพาย (Isaac Despatch Bag), กระเป๋าใส่สิ่งของเครื่องใช้ประจำวัน (Wash bag), กระเป๋าใส่อุปกรณ์ แบบคาดเอว (Bauchtasche bag) มีรูปแบบกระเป๋าจำนวนแบบละ 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 0.5

แผนภูมิกลุ่มรูปแบบกระป๋องสภาพอนุประเภทต่างๆ ที่ใช้งานในปัจจุบัน



ตารางที่ 4.41 แสดงการวิเคราะห์การจัดเก็บกลุ่มอุปกรณ์สิ่งของและสัมภาระภายในกระเป๋า
สุภาพบุรุษ จากสื่อ ออนไลน์

ลำดับที่ (NO)	กลุ่มอุปกรณ์สิ่งของและ สัมภาระภายในกระเป๋า	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
1	สัมภาระอื่นๆ (ไม่ได้ระบุ)	44	21.6
2	MacBook Pro	1	.5
3	เอกสารต่างๆ	24	11.8
4	notbook และเอกสารต่างๆ	17	8.3
5	ไวน์-เครื่องดื่ม	1	.5
6	เงิน-ของขนาดเล็ก	3	1.5
7	เอกสารต่างๆ-มีช่องใส่มือถือ	1	.5
8	โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร เครดิต และสัมภาระต่างๆ	73	35.8
9	หนังสือ แฟ้ม เอกสารต่างๆ	5	2.5
10	เสื้อผ้า รองเท้า และ อุปกรณ์	4	2.0
11	อุปกรณ์กล้องถ่ายรูป	1	.5
12	โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร notebook	10	4.9
13	โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร เอกสารต่างๆ	4	2.0
14	โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร นิตยสารต่างๆ notebook	3	1.5

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.41 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์การจัดเก็บกลุ่มอุปกรณ์สิ่งของและสัมภาระภายในกระเป๋า
สุภาพบุรุษ จากสื่อ ออนไลน์

ลำดับที่ (NO)	จัดเก็บอุปกรณ์สิ่งของและ สัมภาระภายในกระเป๋า	ค่าความถี่ Frequency (n=204)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent
15	โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร สำภาระต่างๆ	2	1.0
16	เสื้อผ้าและสำภาระต่างๆ	1	.5
17	โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร แว่นตา นิตยสารต่างๆ notebook	3	1.5
18	โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร แว่นตา นิตยสารต่างๆ	7	3.4
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.41 สรุปผลการวิเคราะห์การจัดเก็บกลุ่มอุปกรณ์สิ่งของและสัมภาระภายใน
กระเป๋าสุภาพบุรุษ จากสื่อ ออนไลน์ จำนวนยี่หื้อสินค้า 78 ยี่หื้อ มีรูปแบบกระเป๋าจำนวน 204 ใบ
คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

มากที่สุดการจัดเก็บกลุ่มอุปกรณ์สิ่งของและสัมภาระภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษ ได้แก่
โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตรเครดิต และสำภาระต่างๆ มีการจัดเก็บภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษ
จำนวน 73 ใบ คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาตามลำดับ คือ สำภาระอื่นๆ (ไม่ได้ระบุ) มีการจัดเก็บ
ภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 44 ใบ คิดเป็นร้อยละ 21.6, เอกสารต่างๆ มีการจัดเก็บภายใน
กระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 24 ใบ คิดเป็นร้อยละ 11.8, notebook และเอกสารต่างๆ มีการจัดเก็บ
ภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 17ใบ คิดเป็นร้อยละ 8.3, โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร notebook
มีการจัดเก็บภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 10 ใบ คิดเป็นร้อยละ 4.9, โทรศัพท์มือถือ ปากกา
บัตร แว่นตา นิตยสารต่างๆ มีการจัดเก็บภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 7 ใบ คิดเป็นร้อยละ
3.4, หนังสือ แฟ้ม เอกสารต่างๆ มีการจัดเก็บภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 5 ใบ คิดเป็นร้อยละ
2.5,เสื้อผ้า รองเท้า และ อุปกรณ์, โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร เอกสารต่างๆ มีการจัดเก็บภายใน
กระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 4 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.0, เงิน-ของขนาดเล็ก, โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร
นิตยสารต่างๆ notebook, โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร แว่นตา นิตยสารต่างๆ notebook มีการ

จัดเก็บภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.5, โทรศัพท์มือถือ ปากกา บัตร
 สำภาระต่างๆ มีการจัดเก็บภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.0, และน้อย
 ที่สุด ได้แก่ MacBook Pro, ไลน์-เครื่องดื่ม, เอกสารต่างๆ-มีซองใส่มือถือ, อุปกรณ์กล้องถ่ายรูป,
 เสื้อผ้าและสำภาระต่างๆ มีการจัดเก็บภายในกระเป๋าสุภาพบุรุษจำนวน 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.42 แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบความกว้างของกระเป๋า
 สุภาพบุรุษ

ลำดับ ที่ (NO)	ขนาดความ กว้าง : ม.ม. (Wide : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent	ค่า กว้างเล็กสุด (Minimum : MM.)	ค่า กว้างสุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
1	ขนาดอื่นๆ	6	2.9	10.00	410.07	100.68	80.00
2	10.00	1	.5				
3	20.00	3	1.5				
4	20.05	1	.5				
5	20.54	1	.5				
6	30.00	4	2.0				
7	30.81	2	1.0				
8	40.00	2	1.0				
9	40.05	1	.5				
10	50.00	5	2.5				
11	50.01	1	.5				
12	50.05	2	1.0				
13	50.08	1	.5				
14	50.38	1	.5				
15	60.00	4	2.0				
16	60.05	2	1.0				
17	60.09	1	.5				

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.42 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความกว้างของ
กระเป๋าสู่สภาพบุรุษ

ลำดับ ที่ (NQ)	ขนาดความ กว้าง : ม.ม. (Wide : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent	ค่า กว้างเล็กสุด (Minimum : MM.)	ค่า กว้างสุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
18	60.35	2	1.0	10.00	410.07	100.68	80.00
19	70.00	7	3.4				
20	70.05	4	2.0				
21	70.06	3	1.5				
22	70.62	11	5.4				
23	80.00	17	8.3				
24	80.05	3	1.5				
25	80.89	2	1.0				
26	90.00	9	4.4				
27	90.05	3	1.5				
28	90.09	1	.5				
29	100.00	14	6.9				
30	100.02	2	1.0				
31	100.05	1	.5				
32	100.16	6	2.9				
33	110.00	9	4.4				
34	110.04	1	.5				
35	110.43	10	4.9				
36	120.00	5	2.5				
37	120.01	1	.5				
38	120.07	9	4.4				
39	120.70	2	1.0				

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.42 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความกว้างของ
กระเป๋าสู่ภาพนุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความ กว้าง : ม.ม. (Wide : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent	ค่า กว้างเล็กสุด (Minimum : MM.)	ค่า กว้างสุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
40	130.00	3	1.5	10.00	410.07	100.68	80.00
41	130.05	4	2.0				
42	140.06	1	.5				
43	150.00	6	2.9				
44	150.05	1	.5				
45	150.24	3	1.5				
46	160.05	1	.5				
47	160.24	1	.5				
48	170.78	3	1.5				
49	190.00	1	.5				
50	190.05	1	.5				
51	200.00	1	.5				
52	200.32	1	.5				
53	210.06	1	.5				
54	220.00	2	1.0				
55	220.86	2	1.0				
56	240.13	1	.5				
57	250.00	4	2.0				
58	260.07	1	.5				
59	300.48	1	.5				
60	310.00	1	.5				
61	330.00	2	1.0				

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.42 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความกว้างของ
กระเป่าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความ กว้าง : มม. (Wide : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent	ค่า กว้างเล็กสุด (Minimum : MM.)	ค่า กว้างสุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
62	410.00	1	.5	10.00	410.07	100.68	80.00
63	410.07	1	.5				
Total		204	100.0	10.00	410.07	100.68	80.00

จากตารางที่ 4.42 สรุปผลการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความกว้าง
ของกระเป่าสุภาพบุรุษ จำนวนยี่ห้อสินค้า 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป่าจำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100
เปอร์เซ็นต์ พบว่า

ขนาดสัดส่วนความกว้างของกระเป่าสุภาพบุรุษที่นิยมนำมาใช้ในการออกแบบมากที่สุด มี
การออกแบบกระเป่าสุภาพบุรุษให้มีความกว้างขนาด 80 มิลลิเมตร มีกระเป่าจำนวน 17 ใบ คิด
เป็นร้อยละ 8.3, รองลงมาตามลำดับ มีการออกแบบกระเป่าสุภาพบุรุษให้มีความกว้างขนาด 100
มิลลิเมตร มีกระเป่าจำนวน 14 ใบ คิดเป็นร้อยละ 6.9, มีความกว้างขนาด 70.62 มิลลิเมตร มี
กระเป่าจำนวน 11 ใบ คิดเป็นร้อยละ 5.4, มีความกว้างขนาด 110.43 มิลลิเมตร มีกระเป่าจำนวน
10 ใบ คิดเป็นร้อยละ 4.9, มีความกว้างขนาด 90.00, 110.00, 120.07, มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มี
จำนวนเท่ากัน 3 ขนาด จำนวนขนาดละ 9 ใบ คิดเป็นร้อยละ 4.4, มีความกว้างขนาด 70.00
มิลลิเมตร มีกระเป่าจำนวน 7 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.4, มีความกว้างขนาดอื่นๆ 100.16, 150.00
มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 3 ขนาด จำนวนขนาดละ 6 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.9, มีความ
กว้างขนาด 50.00, 120.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 2 ขนาด จำนวนขนาดละ 5 ใบ
คิดเป็นร้อยละ 2.5, มีความกว้างขนาด 30.00, 60.00, 70.05, 130.05, 250.00 มิลลิเมตร มีกระเป่า
ที่มีจำนวนเท่ากัน 5 ขนาด จำนวนขนาดละ 4 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.0, มีความกว้างขนาด 20.00,
70.06, 80.05, 90.05, 130.00, 150.24, 170.78 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 7 ขนาด
จำนวนขนาดละ 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.5, มีความกว้างขนาด 30.81, 40.00, 80.05, 50.05,
60.05, 60.35, 80.89, 100.02, 120.70, 220.00, 220.86, 330.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวน
เท่ากัน 12 ขนาด จำนวนขนาดละ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.0, และน้อยที่สุด มีความกว้างขนาด
10.00, 20.05, 20.54, 40.05, 50.01, 50.08, 50.38, 60.09, 90.09, 100.05, 110.04, 120.01,

140.06, 150.05, 160.05, 160.24, 190.00, 190.05, 200.00, 200.32, 210.06, 240.13, 260.07, 300.48, 310.00, 410.00, 410.07 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 27 ขนาด จำนวนขนาดละ 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.43 แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความยาวของกระเป่าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความยาว : ม.ม. (Long : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent	ค่า ยาวเล็กสุด (Minimum : MM.)	ค่า ยาวสูงสุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
1	ขนาดอื่นๆ	1	.5	60.03	610.00	340.49	380.01
2	60.03	1	.5				
3	110.04	1	.5				
4	130.00	1	.5				
5	140.05	1	.5				
6	150.00	1	.5				
7	150.02	1	.5				
8	160.00	2	1.0				
9	170.08	1	.5				
10	180.00	1	.5				
11	190.00	1	.5				
12	200.00	2	1.0				
13	210.00	2	1.0				
14	210.05	1	.5				
15	220.00	2	1.0				
16	230.00	1	.5				
17	230.75	1	.5				
18	240.00	2	1.0				

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.43 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความยาวของกระเป่าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความยาว : ม.ม. (Long : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent	ค่า ยาวเล็กสุด (Minimum : MM.)	ค่า ยาวสูงสุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
19	240.02	1	.5	60.03	610.00	340.49	380.01
20	240.13	1	.5				
21	250.00	4	2.0				
22	250.04	1	.5				
23	260.00	2	1.0				
24	270.00	3	1.5				
25	270.09	1	.5				
26	270.94	1	.5				
27	280.00	6	2.9				
28	290.00	4	2.0				
29	290.08	1	.5				
30	290.21	5	2.5				
31	300.00	6	2.9				
32	300.05	2	1.0				
33	300.48	2	1.0				
34	310.08	1	.5				
35	320.00	8	3.9				
36	320.05	1	.5				
37	320.08	1	.5				
38	330.00	1	.5				
39	330.02	4	2.0				
40	330.05	1	.5				

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.43 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความยาวของกระเป่าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความยาว : ม.ม. (Long : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent	ค่า ยาวเล็กสุด (Minimum : MM.)	ค่า ยาวสูงสุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
41	340.00	5	2.5	60.03	610.00	340.49	380.01
42	340.29	3	1.5				
43	350.00	7	3.4				
44	350.05	1	.5				
45	350.06	1	.5				
46	350.56	6	2.9				
47	360.00	6	2.9				
48	360.05	1	.5				
49	360.83	7	3.4				
50	370.00	8	3.9				
51	370.05	1	.5				
52	380.00	8	3.9				
53	380.01	9	4.4				
54	380.05	2	1.0				
55	380.07	1	.5				
56	390.00	5	2.5				
57	390.05	3	1.5				
58	390.37	1	.5				
59	400.00	8	3.9				
60	400.06	1	.5				
61	400.64	8	3.9				
62	410.00	4	2.0				

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.43 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความยาวของกระเป่าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความยาว : ม.ม. (Long : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็นร้อยละ 100 Percent	ค่า ยาวเล็กสุด (Minimum : MM.)	ค่า ยาวสูงสุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
63	410.91	2	1.0	60.03	610.00	340.49	380.01
64	420.00	2	1.0				
65	430.02	1	.5				
66	430.18	3	1.5				
67	450.72	1	.5				
68	470.06	1	.5				
69	480.00	4	2.0				
70	480.26	2	1.0				
71	490.05	2	1.0				
72	500.00	2	1.0				
73	500.80	1	.5				
74	520.00	1	.5				
75	520.04	1	.5				
76	530.34	1	.5				
77	550.88	1	.5				
78	560.00	1	.5				
79	580.42	1	.5				
80	610.00	1	.5				
Total		204	100.0	60.03	610.00	340.49	380.01

จากตารางที่ 4.43 สรุปผลการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความยาวของกระเป่าสุภาพบุรุษ จำนวนยี่ห้อสินค้า 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป่าจำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

ขนาดสัดส่วนความยาวของกระเป่าสุภาพบุรุษที่นิยมนำมาใช้ในการออกแบบมากที่สุด มีการออกแบบกระเป่าสุภาพบุรุษให้มีความยาวขนาด 380.01 มิลลิเมตร มีกระเป่าจำนวน 9 ใบ คิดเป็นร้อยละ 8.3, รองลงมาตามลำดับ มีความยาวขนาด 320.00, 370.00, 380.00, 400.00, 400.64 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 5 ขนาด จำนวนขนาดละ 8 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.9, มีความยาวขนาด 350.00, 360.83 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 2 ขนาด จำนวนขนาดละ 7 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.4, มีความยาวขนาด 280.00, 300.00, 350.56, 360.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 4 ขนาด จำนวนขนาดละ 6 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.9, มีความยาวขนาด 290.21, 340.00, 390.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 3 ขนาด จำนวนขนาดละ 5 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.5, มีความยาวขนาด 250.00, 290.00, 330.02, 410.00, 480.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 5 ขนาด จำนวนขนาดละ 4 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.0, มีความยาวขนาด 270.00, 340.29, 390.05, 430.18 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 4 ขนาด จำนวนขนาดละ 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.5, มีความยาวขนาด 160.00, 200.00, 210.00, 220.00, 240.00, 260.00, 300.05, 300.48, 380.05, 410.91, 420.00, 480.26, 490.05, 500.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 14 ขนาด จำนวนขนาดละ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.0, และน้อยที่สุด มีความยาวขนาด ขนาดอื่นๆ, 60.03, 110.04, 130.00, 140.05, 150.00, 150.02, 170.08, 180.00, 190.00, 210.05, 230.00, 230.75, 240.02, 240.13, 250.04, 270.09, 270.94, 290.08, 310.08, 320.05, 320.08, 330.00, 330.05, 350.05, 350.06, 360.05, 370.05, 380.07, 390.37, 400.06, 430.02, 450.72, 470.06, 500.80, 520.00, 520.04, 530.34, 550.88, 560.00, 580.42, 610.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 42 ขนาด จำนวนขนาดละ 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.44 แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความสูงของกระเป่าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความ สูง : ม.ม. (Height : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent	ค่า สูงน้อยสุด (Minimum : MM.)	ค่า สูงที่สุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
1	ขนาดอื่นๆ	1	.5	60.04	570.00	290.86	300.00
2	60.04	1	.5				
3	90.00	1	.5				
4	100.02	1	.5				
5	140.07	1	.5				
6	150.00	1	.5				
7	150.02	1	.5				
8	150.04	1	.5				
9	180.00	1	.5				
10	180.05	1	.5				
11	200.00	2	1.0				
12	200.03	1	.5				
13	210.00	1	.5				
14	220.00	3	1.5				
15	220.09	1	.5				
16	220.68	1	.5				
17	220.86	1	.5				
18	230.00	3	1.5				
19	240.00	1	.5				
20	240.13	1	.5				
21	250.00	7	3.4				
22	250.04	7	3.4				

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.44 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความสูงของกระเป่าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความ สูง : ม.ม. (Height : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent	ค่า สูงน้อยสุด (Minimum : MM.)	ค่า สูงที่สุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
23	260.00	5	2.5	60.04	570.00	290.86	300.00
24	270.00	6	2.9				
25	270.03	1	.5				
26	270.05	1	.5				
27	270.09	1	.5				
28	270.94	8	3.9				
29	270.95	1	.5				
30	280.00	11	5.4				
31	280.05	1	.5				
32	290.00	14	6.9				
33	290.08	3	1.5				
34	290.21	5	2.5				
35	300.00	22	10.8				
36	300.05	2	1.0				
37	300.48	9	4.4				
38	310.00	3	1.5				
39	310.05	2	1.0				
40	310.75	6	2.9				
41	320.00	8	3.9				
42	320.04	1	.5				
43	330.00	3	1.5				
44	330.02	6	2.9				

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.44 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความสูงของกระเป๋าสู่ภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความ สูง : ม.ม. (Height : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent	ค่า สูงน้อยสุด (Minimum : MM.)	ค่า สูงที่สุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
45	330.05	1	.5	60.04	570.00	290.86	300.00
46	340.00	6	2.9				
47	340.29	2	1.0				
48	350.00	5	2.5				
49	350.56	6	2.9				
50	360.08	2	1.0				
51	360.95	1	.5				
52	370.00	5	2.5				
53	370.05	2	1.0				
54	380.00	1	.5				
55	380.01	3	1.5				
56	390.03	1	.5				
57	400.00	1	.5				
58	400.64	1	.5				
59	410.09	1	.5				
60	410.91	1	.5				
61	430.18	1	.5				
62	450.00	1	.5				
63	480.00	1	.5				
64	480.03	1	.5				
65	500.08	1	.5				
66	550.88	1	.5				

(มีต่อ)

ตารางที่ 4.44 (ต่อ) แสดงการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความสูงของกระเป่าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	ขนาดความ สูง : ม.ม. (Height : MM.)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent	ค่า สูงน้อยสุด (Minimum : MM.)	ค่า สูงที่สุด (Maximum : MM.)	ค่ากลาง (Mean : MM.)	ค่าฐานนิยม (Mode : MM.)
67	570.00	1	.5				
Total		204	100.0	60.04	570.00	290.86	300.00

จากตารางที่ 4.44 สรุปผลการวิเคราะห์ขนาดสัดส่วนที่นิยมใช้ในการออกแบบ ความสูงของกระเป่าสุภาพบุรุษ จำนวนยี่ห้อสินค้า 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป่าจำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

ขนาดสัดส่วนความสูงของกระเป่าสุภาพบุรุษที่นิยมนำมาใช้ในการออกแบบมากที่สุด มีการออกแบบกระเป่าสุภาพบุรุษให้มีความสูงขนาด 300.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าจำนวน 22 ใบ คิดเป็นร้อยละ 10.8, รองลงมาตามลำดับ มีความสูงขนาด 290.00 มิลลิเมตร จำนวนขนาดละ 14 ใบ คิดเป็นร้อยละ 6.9, มีความสูงขนาด 280.00 มิลลิเมตร จำนวนขนาดละ 11 ใบ คิดเป็นร้อยละ 5.4, มีความสูงขนาด 300.48 มิลลิเมตร จำนวนขนาดละ 9 ใบ คิดเป็นร้อยละ 4.4, มีความสูงขนาด 270.94, 320.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 2 ขนาด จำนวนขนาดละ 8 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.9, มีความสูงขนาด 250.00, 250.04, มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 2 ขนาด จำนวนขนาดละ 7 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.4, มีความสูงขนาด 270.00, 310.00, 340.00, 350.56 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 4 ขนาด จำนวนขนาดละ 6 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.9, มีความสูงขนาด 260.00, 350.00, 370.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 3 ขนาด จำนวนขนาดละ 5 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.5, มีความสูงขนาด 220.00, 230.00, 290.08, 310.00, 330.00, 380.01 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 6 ขนาด จำนวนขนาดละ 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.5, มีความสูงขนาด 200.00, 300.05, 340.29, 360.08, 370.05 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 5 ขนาด จำนวนขนาดละ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.0, และน้อยที่สุด มีความสูงขนาด ขนาดอื่นๆ, 60.04, 90.00, 100.02, 140.07, 150.00, 150.02, 150.04, 180.00, 180.05, 200.03, 210.00, 220.09, 220.68, 220.86, 240.00, 240.13, 270.03, 270.05, 270.09, 270.95, 280.05, 320.04, 330.05, 360.95, 380.00, 390.03, 400.00, 400.64, 410.09, 410.91, 430.18, 450.00, 480.00, 500.08, 550.88,

570.00 มิลลิเมตร มีกระเป่าที่มีจำนวนเท่ากัน 37 ขนาด จำนวนขนาดละ 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.45 แสดงการวิเคราะห์สีที่นิยมใช้ในการออกแบบกระเป่าสุภาพบุรุษ

ลำดับ ที่ (NO)	รายการสี (Color)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
1	ดำ	71	34.8
2	น้ำเงิน-แดง	1	.5
3	น้ำตาลเหลือง	15	7.4
4	น้ำตาลแดง	45	22.1
5	แดงเข้ม	2	1.0
6	น้ำตาลเหลือง-น้ำตาลเข้ม	1	.5
7	น้ำตาลเข้ม	31	15.2
8	น้ำตาล-เขียวอ่อน	1	.5
9	ดำอมเขียว	2	1.0
10	ดำอมม่วง	1	.5
11	สีน้ำตาลอ่อน	11	5.4
12	น้ำตาล	5	2.5
13	ครีม	2	1.0
14	เหลือง-ดำ	1	.5
15	สีน้ำตาลเข้ม-เทา	1	.5
16	ดำ-แดงเข้ม	1	.5
17	สีน้ำตาลเข้ม-น้ำตาลแดง	1	.5
18	ดำด้าน	10	4.9
19	ซีอกโกแลต	2	1.0
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.45 สรุปผลการวิเคราะห์สีที่นิยมใช้ในการออกแบบกระเป่าสุภาพบุรุษ จำนวนยี่ห้อสินค้า 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป่าจำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

สีที่นิยมใช้ในการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษ มากที่สุด ได้แก่สีดำ มีกระเป๋าจำนวน 71 ใบ คิดเป็นร้อยละ 34.8, รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ สีน้ำตาลแดง มีกระเป๋าจำนวน 45 ใบ คิดเป็นร้อยละ 22.1, สีน้ำตาลเข้ม มีกระเป๋าจำนวน 31 ใบ คิดเป็นร้อยละ 15.2, สีน้ำตาลเหลือง มีกระเป๋าจำนวน 15 ใบ คิดเป็นร้อยละ 7.4, สีน้ำตาลอ่อน มีกระเป๋าจำนวน 11 ใบ คิดเป็นร้อยละ 5.4, สีดำด้าน มีกระเป๋าจำนวน 10 ใบ คิดเป็นร้อยละ 4.9, สีน้ำตาล มีกระเป๋าจำนวน 5 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.5, สีแดงเข้ม, สีดำอมเขียว, สีครีม และสีช็อกโกแลต มีกระเป๋าที่มีจำนวนเท่ากัน 4 สี จำนวนสีละ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.0 และน้อยที่สุด ได้แก่ สีน้ำเงิน-แดง, สีน้ำตาลเหลือง-สีน้ำตาลเข้ม, สีน้ำตาล-เขียวอ่อน, สีดำอมม่วง, สีเหลือง-ดำ, สีน้ำตาลเข้ม-เทา, สีดำ-แดงเข้ม, สีน้ำตาลเข้ม-น้ำตาลแดง มีกระเป๋าที่มีจำนวนเท่ากัน 8 สี จำนวนสีละ 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.46 แสดงการวิเคราะห์ลักษณะหนังที่นิยมใช้ในการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	รายการหนัง (Color)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
1	หนังลักษณะอื่นๆ	1	.5
2	หนังเรียบ	155	76.0
3	หนังหยาบ	1	.5
4	หนังกลับ	1	.5
5	หนังด้าน	32	15.7
6	หนังขรุขระ	8	3.9
7	หนังอ่อน	2	1.0
8	หนังแตก	4	2.0
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.46 สรุปผลการวิเคราะห์ลักษณะวัสดุหนังที่นิยมใช้ในการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษ จำนวนยี่ห้อสินค้า 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป๋าจำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

วัสดุหนังที่นิยมใช้ในการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษ มากที่สุด ได้แก่หนังเรียบ มีกระเป๋าจำนวน 155 ใบ คิดเป็นร้อยละ 76.0, รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ หนังด้าน มีกระเป๋าจำนวน 32

ใบ คิดเป็นร้อยละ 15.7, หน้าขรุขระ มีกระเป๋าจำนวน 8 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.9, หน้าแตก มีกระเป๋าจำนวน 4 ใบ คิดเป็นร้อยละ 2.0, หน้าอ่อน มีกระเป๋าจำนวน 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.0, และน้อยที่สุด ได้แก่ หน้าลักษณะอื่นๆ, หน้าหยาบ, หน้ากลับ มีกระเป๋าจำนวน 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.47 แสดงการวิเคราะห์วัสดุที่นิยมใช้ในใช้ในการผลิตสายสะพายเพื่อการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	รายการ วัสดุที่ใช้ผลิตสายสะพาย	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
1	อื่นๆ	15	7.4
2	หนัง	104	51.0
3	ผ้า	54	26.5
4	ไนลอน	24	11.8
5	หนังติดบนผ้า	7	3.4
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.47 สรุปผลการวิเคราะห์วัสดุ ที่นิยมใช้ในใช้ในการผลิตสายสะพาย เพื่อการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ จำนวนยี่ห้อสินค้า 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป๋าจำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

วัสดุที่นิยมใช้ในใช้ในการผลิตสายสะพายเพื่อการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษมากที่สุด ได้แก่ วัสดุหนัง มีกระเป๋าจำนวน 104 ใบ คิดเป็นร้อยละ 51.0, รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ผ้า มีกระเป๋าจำนวน 54 ใบ คิดเป็นร้อยละ 26.5, ไนลอน มีกระเป๋าจำนวน 24 ใบ คิดเป็นร้อยละ 11.8, หน้าอื่นๆ มีกระเป๋าจำนวน 15 ใบ คิดเป็นร้อยละ 7.4, และน้อยที่สุด ได้แก่ หนังติดบนผ้า มีกระเป๋าจำนวน 7 ใบ คิดเป็นร้อยละ 3.4

ตารางที่ 4.48 แสดงการวิเคราะห์การจัดวางตำแหน่งโลโก้ (Logo) ที่นิยมใช้เพื่อการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	รายการ ตำแหน่งโลโก้ (Logo)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
1	อื่นๆ	141	69.1
2	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า	36	17.6
3	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า-สายสะพาย	3	1.5
4	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า-ด้านใน-ซิป	2	1.0
5	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า-ด้านใน	3	1.5
6	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า-ซิป	3	1.5
7	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ที่หมุด	1	.5
8	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ที่สายสะพาย	1	.5
9	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านใน	9	4.4
10	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหลัง	3	1.5
11	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า- ด้านใน-กระดุม	1	.5
12	ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านใน-กระดุม	1	.5
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.48 สรุปผลการวิเคราะห์การจัดวางตำแหน่งโลโก้ (Logo) ที่นิยมใช้เพื่อการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษ จำนวนยี่ห้อสินค้า 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป๋าสภาพบุรุษ จำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

การจัดวางตำแหน่งโลโก้ (Logo) ที่นิยมใช้เพื่อการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษมากที่สุด ได้แก่ อื่นๆ ไม่การจัดวางโลโก้ (Logo) ในตำแหน่งมีกระเป๋าสภาพบุรุษ จำนวน 141 ใบ คิดเป็นร้อยละ 69.1, รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ การจัดวางตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า มีกระเป๋าสภาพบุรุษ จำนวน 36 ใบ คิดเป็นร้อยละ 17.6, การจัดวางตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านใน มีกระเป๋าสภาพบุรุษ จำนวน 9 ใบ คิดเป็นร้อยละ 4.4, การจัดวางตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า-สายสะพาย, ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า-ด้านใน, ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า-ซิป, ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหลัง มีกระเป๋าสภาพบุรุษที่มีจำนวนเท่ากัน 3 ตำแหน่ง จำนวนตำแหน่งละ 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.5, และน้อยที่สุด ได้แก่ การจัดวาง

ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ที่หมุด, ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ที่สายสะพาย, ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านหน้า-ด้านหลัง-กระดุม, ตำแหน่งโลโก้ (Logo) ด้านใน-กระดุม มีกระเป๋าที่มีจำนวนเท่ากัน 4 ตำแหน่ง จำนวนตำแหน่งละ 1 ใบ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.49 แสดงการวิเคราะห์การจัดวางตำแหน่งล๊อป ส่วนที่ห้อยยื่นออกจากกระเป๋า (Lop) ที่นิยมใช้เพื่อการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	รายการ ตำแหน่งโลโก้ (Logo)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
1	อื่นๆ	175	85.8
2	ห้อยติดหู	29	14.2
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.49 สรุปผลการวิเคราะห์การจัดวางตำแหน่งล๊อป (Lop) ส่วนที่ห้อยยื่นออกจากกระเป๋า ที่นิยมใช้เพื่อการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ จำนวนยี่ห้อสินค้า 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป๋าจำนวน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

การจัดวางตำแหน่งตำแหน่งล๊อป (Lop) ส่วนที่ห้อยยื่นออกจากกระเป๋า ที่นิยมใช้เพื่อการออกแบบกระเป๋าสุภาพบุรุษ มากที่สุด ได้แก่ การจัดวางตำแหน่งล๊อป (Lop) ส่วนที่ห้อยยื่นออกจากกระเป๋า ในตำแหน่งอื่นๆ มีกระเป๋าจำนวน 175 ใบ คิดเป็นร้อยละ 85.8, และน้อยที่สุดการจัดวางตำแหน่งล๊อป (Lop) ส่วนที่ห้อยยื่นออกจากกระเป๋า ในตำแหน่งห้อยติดหู มีกระเป๋าจำนวน 29 ใบ คิดเป็นร้อยละ 14.2

ตารางที่ 4.50 แสดงการวิเคราะห์การจัดวางตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland) ที่นิยมใช้เพื่อการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษ

ลำดับที่ (NO)	รายการ ตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland)	ค่าความถี่ Frequency (n=204ใบ)	คิดเป็น ร้อยละ 100 Percent
1	อื่นๆ	136	66.7
2	สายปรับ-ด้านหลัง	4	2.0
3	ด้านหน้า	25	12.3
4	ด้านใน	20	9.8
5	ด้านหน้า-ด้านใน-ซิป	2	1.0
6	ด้านใน-ด้านหลัง	4	2.0
7	ด้านใน-ซิป	1	.5
8	ติดอยู่ที่ห้อย (Lop)	3	1.5
9	ด้านหน้า - สายสะพาย	1	.5
10	ด้านใน-สายสะพาย	1	.5
11	ด้านหลัง-ซิป	3	1.5
12	ด้านหลัง-ซิป-หัวเข็มขัด	1	.5
13	ด้านใน-ด้านหน้า-ด้านหลัง	1	.5
14	สายสะพาย	1	.5
15	ด้านหลัง	1	.5
Total		204	100.0

จากตารางที่ 4.50 สรุปผลการวิเคราะห์การจัดวางตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland) ที่นิยมใช้เพื่อการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษ จำนวนยี่ห้อสินค้า 78 ยี่ห้อ มีรูปแบบกระเป๋ากันชน 204 ใบ คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ พบว่า

การจัดวางตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland) ที่นิยมใช้เพื่อการออกแบบกระเป๋าสภาพบุรุษมากที่สุด ได้แก่ การจัดวางตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland) ในตำแหน่งอื่นๆ มีกระเป๋ากันชน 136 ใบ คิดเป็นร้อยละ 66.7, รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ การจัดวางตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland) ด้านหน้า มีกระเป๋ากันชน 25 ใบ คิดเป็นร้อยละ 12.3, การจัดวางตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland)

ด้านในมีกระเป๋าคำนวณ 20 ใบ คิดเป็นร้อยละ 9.8, การจัดวางตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland) สาย
ปรับ-ด้านหลัง, ด้านใน-ด้านหลัง มีกระเป๋ามีจำนวนเท่ากัน 2 ตำแหน่ง จำนวนตำแหน่งละ 4 ใบ
คิดเป็นร้อยละ 2.0, การจัดวางตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland) ติดอยู่ที่ห้อย (Lop), ด้านหลัง-ชิป, มี
กระเป๋ามีจำนวนเท่ากัน 2 ตำแหน่ง จำนวนตำแหน่งละ 3 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.5, การจัดวาง
ตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland) ด้านหน้า-ด้านใน-ชิป มีกระเป๋าคำนวณ 2 ใบ คิดเป็นร้อยละ 1.0,
และน้อยที่สุด ได้แก่ การจัดวางตำแหน่งป้ายชื่อสินค้า (Bland) ด้านใน-ชิป, ด้านหน้า – สายสะพาย,
ด้านใน-สายสะพาย, ด้านหลัง-ชิป-หัวเข็มขัด, ด้านหลัง-ชิป-หัวเข็มขัด, ด้านใน-ด้านหน้า-ด้านหลัง,
สายสะพาย, และด้านหลัง มีกระเป๋ามีจำนวนเท่ากัน 7 ตำแหน่ง จำนวนตำแหน่งละ 1 ใบ คิดเป็น
ร้อยละ 0.5