

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษา “พฤติกรรม การซื้อและความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 ประการ คือ วัตถุประสงค์ที่หนึ่ง เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของผู้ซื้อ วัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง วัตถุประสงค์ที่สาม เพื่อศึกษาความพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อในการปรับปรุงเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง โดยเก็บตัวอย่างจากผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 ราย และนักท่องเที่ยวยุโรปจำนวน 150 ราย รวมทั้งสิ้น 300 ราย ซึ่งจะได้นำเสนอผลการศึกษาดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อ

การสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ทราบถึงลักษณะ หรือกลุ่มลูกค้าที่มาซื้อสินค้าว่าเป็นใครมาจากไหนบ้าง ดังนั้น ข้อมูลที่ถามจึงประกอบด้วยภูมิลำเนาของผู้ซื้อ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายละเอียดในแต่ละเรื่องประกอบด้วย

##### 1) ภูมิลำเนา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่อาศัยใน จ.เชียงใหม่ จำนวน 150 ราย พบว่า ผู้ซื้อมีภูมิลำเนาในเขตเทศบาล ร้อยละ 46.67 และผู้ซื้อมีภูมิลำเนาในเขตเทศบาล ร้อยละ 53.33 ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 150 ราย พบว่า ผู้ซื้อมีภูมิลำเนาในภาคอื่นๆ ร้อยละ 74.67 ส่วนอีกร้อยละ 25.33 เป็นผู้ซื้อที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือ ดังตารางที่ 4.1

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ มีภูมิลำเนาในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่น ๆ มากกว่าภาคเหนือ

ตารางที่ 4.1 ภูมิฐานะของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ประเภทของผู้ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่</b>		
ในเขตเทศบาล	70	(46.67)
นอกเขตเทศบาล	80	(53.33)
รวม	150	(100.00)
<b>ผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย</b>		
ในภาคเหนือ	38	(25.33)
ในภาคอื่น ๆ	112	(74.67)
รวม	150	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

2) เพศ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ถึงร้อยละ 64.33 และเป็นเพศชาย เพียงร้อยละ 35.67 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 70.67 และเป็นเพศชายเพียงร้อยละ 29.33 ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.00 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 42.00 ดังตารางที่ 4.2

สรุปได้ว่า เพศหญิงมีการซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 เพศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

เพศ		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
ชาย	จำนวน	44	63	107
	ร้อยละ	(29.33)	(42.00)	(35.67)
หญิง	จำนวน	106	87	193
	ร้อยละ	(70.67)	(58.00)	(64.33)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

### 3) อายุ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี ร้อยละ 35.00 และมีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี ร้อยละ 33.33 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี ร้อยละ 36.00 รองลงมา มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี ร้อยละ 35.33 สัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี ร้อยละ 34.00 รองลงมา มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี ร้อยละ 31.34 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงเช่นเดียวกัน ดังตารางที่ 4.3

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 45 ปี มากกว่าอายุอื่น

ตารางที่ 4.3 อายุของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

อายุ		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
ไม่เกิน 25 ปี	จำนวน	18	23	41
	ร้อยละ	(12.00)	(15.33)	(13.67)
26 – 35 ปี	จำนวน	54	51	105
	ร้อยละ	(36.00)	(34.00)	(35.00)
36 – 45 ปี	จำนวน	53	47	100
	ร้อยละ	(35.33)	(31.34)	(33.33)
46 ปีขึ้นไป	จำนวน	25	29	54
	ร้อยละ	(16.67)	(19.33)	(18.00)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4) ระดับการศึกษา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.00 รองลงมามีการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 16.67 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากกว่าการศึกษารดับอื่น ร้อยละ 66.00 ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีเช่นเดียวกัน ร้อยละ 42.00 ดังตารางที่ 4.4

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากกว่าการศึกษาระดับอื่น

ตารางที่ 4.4 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ระดับการศึกษา		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
ประถมศึกษาหรือ ต่ำกว่า	จำนวน	6	9	15
	ร้อยละ	(4.00)	(6.00)	(5.00)
มัธยมศึกษา/ปวช	จำนวน	16	30	46
	ร้อยละ	(10.67)	(20.00)	(15.33)
อนุปริญญาหรือ เทียบเท่า	จำนวน	16	34	50
	ร้อยละ	(10.67)	(22.67)	(16.67)
ปริญญาตรี	จำนวน	99	63	162
	ร้อยละ	(66.00)	(42.00)	(54.00)
สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวน	13	14	27
	ร้อยละ	(8.66)	(9.33)	(9.00)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

## 5) อาชีพ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชนมากกว่าอาชีพอื่น ร้อยละ 31.33 รองลงมาประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 28.67 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการมากกว่าอาชีพอื่น ร้อยละ 39.33 ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างหรือพนักงาน บริษัทเอกชนมากกว่าอาชีพอื่น ร้อยละ 40.00 ดังตารางที่ 4.5

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีอาชีพที่มั่นคงและแน่นอน

ตารางที่ 4.5 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

อาชีพ		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
นักเรียน/นักศึกษา	จำนวน	7	7	14
	ร้อยละ	(4.67)	(4.67)	(4.67)
รับราชการ	จำนวน	59	27	86
	ร้อยละ	(39.33)	(18.00)	(28.67)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	จำนวน	21	15	36
	ร้อยละ	(14.00)	(10.00)	(12.00)
รับจ้าง พนักงาน บริษัทเอกชน	จำนวน	34	60	94
	ร้อยละ	(22.66)	(40.00)	(31.33)
ธุรกิจส่วนตัว	จำนวน	28	36	64
	ร้อยละ	(18.67)	(24.00)	(21.33)
อื่นๆ (แม่บ้าน)	จำนวน	1	5	6
	ร้อยละ	(0.67)	(3.33)	(2.00)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 31.00 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 26.67 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 31.33 ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 37.37 ดังตารางที่ 4.6

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีรายได้ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
ไม่เกิน 5,000 บาท	จำนวน	8	17	25
	ร้อยละ	(5.33)	(11.33)	(8.33)
5,001 – 10,000 บาท	จำนวน	37	56	93
	ร้อยละ	(24.67)	(37.34)	(31.00)
10,001–15,000 บาท	จำนวน	47	33	80
	ร้อยละ	(31.33)	(22.00)	(26.67)
15,001-20,000 บาท	จำนวน	35	32	67
	ร้อยละ	(23.34)	(21.33)	(22.33)
20,001 บาทขึ้นไป	จำนวน	23	12	35
	ร้อยละ	(15.33)	(8.00)	(11.67)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2 พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ซื้อ

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองของผู้ซื้อ ประกอบด้วย ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อ ช่วงเวลาที่นิยมซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อ ใครเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ความถี่ในการซื้อ รายละเอียดในแต่ละเรื่องประกอบด้วย

##### 1) ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อมากที่สุดได้แก่ เสื้อสำเร็จรูป ร้อยละ 77.67 รองลงมา คือ เสื้อผ้าถุง ร้อยละ 48.33 และชื่อน้อยที่สุด คือ กางเกง ร้อยละ 39.00 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ และกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมากกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น ร้อยละ 94.00 และร้อยละ 61.33 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.7

สรุปได้ว่า ในรอบ 1 ปี ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อสำเร็จรูปมากกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดอื่น

ตารางที่ 4.7 การซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นในเมืองในรอบ 1 ปี ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ผลิตภัณฑ์		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
สำเร็จรูป	จำนวน	141	92	233
	ร้อยละ	(94.00)	(61.33)	(77.67)
ผ้าถุง	จำนวน	70	75	145
	ร้อยละ	(46.67)	(50.00)	(48.33)
กางเกง	จำนวน	56	61	117
	ร้อยละ	(37.33)	(40.67)	(39.00)

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย เช่น  $141/150 = 94\%$

ที่มา: จากการสำรวจ

## 2) ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเมือง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเมืองในรอบ 1 ปี ระหว่าง 300 – 600 บาท ร้อยละ 23.34 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 300 บาท ร้อยละ 22.33 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,501 บาท ร้อยละ 24.67 ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 300 – 600 บาท ร้อยละ 32.00 ดังตารางที่ 4.8

สรุปได้ว่า ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมากลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ มีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเมืองมากกว่ากลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย



ตารางที่ 4.8 ค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองในรอบ 1 ปี ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ค่าใช้จ่าย		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ต่ำกว่า 300 บาท	จำนวน	28	39	67
	ร้อยละ	(18.67)	(26.00)	(22.33)
300 = 600 บาท	จำนวน	22	48	70
	ร้อยละ	(14.67)	(32.00)	(23.34)
601 – 900 บาท	จำนวน	32	24	56
	ร้อยละ	(21.33)	(16.00)	(18.67)
901 – 1,200 บาท	จำนวน	20	20	40
	ร้อยละ	(13.33)	(13.33)	(13.33)
1,201 – 1,500 บาท	จำนวน	11	8	19
	ร้อยละ	(7.33)	(5.34)	(6.33)
มากกว่า 1,501 บาท	จำนวน	37	11	48
	ร้อยละ	(24.67)	(7.33)	(16.00)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

### 3) ช่วงเวลาที่นิยมซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อในช่วงเทศกาล ร้อยละ 53.67 และซื้อนอกช่วงเทศกาล ร้อยละ 46.33 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่นิยมซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองในช่วงเทศกาล ร้อยละ 62.67 ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่นิยมซื้อทั้งในช่วงเทศกาลและนอกช่วงเทศกาลในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 44.67 และ ร้อยละ 55.33 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.9

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ นิยมซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองในช่วงเทศกาล ส่วนกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองทั้งในช่วงเทศกาลและนอกช่วงเทศกาลในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ตารางที่ 4.9 ช่วงเวลาที่นิยมซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ช่วงเวลา		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
ช่วงเทศกาล	จำนวน	94	67	161
	ร้อยละ	(62.67)	(44.67)	(53.67)
นอกช่วงเทศกาล	จำนวน	56	83	139
	ร้อยละ	(37.33)	(55.33)	(46.33)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4) เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองไว้ใส่เอง ร้อยละ 66.67 รองลงมา คือซื้อไปเป็นของฝาก ร้อยละ 52.33 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ซื้อไว้ใส่เอง ร้อยละ 80.00 ในขณะที่ผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ซื้อไปเป็นของฝาก ร้อยละ 72.00 ดังตารางที่ 4.10

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ มีเหตุผลในการซื้อแตกต่างกับกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ส่วนใหญ่ซื้อไว้ใส่เอง ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ซื้อไปเป็นของฝาก

ตารางที่ 4.10 เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

เหตุผล		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
ซื้อไปใส่เอง	จำนวน	120	80	200
	ร้อยละ	(80.00)	(53.33)	(66.67)
ซื้อไปเป็นของฝาก	จำนวน	49	108	157
	ร้อยละ	(32.67)	(72.00)	(52.33)
ซื้อไปขายต่อ	จำนวน	25	13	38
	ร้อยละ	(16.67)	(8.67)	(12.67)
ซื้อไปเก็บสะสม	จำนวน	9	10	19
	ร้อยละ	(6.00)	(6.67)	(6.33)
คนอื่นฝากซื้อให้	จำนวน	14	51	65
	ร้อยละ	(9.33)	(34.00)	(21.67)

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 ราย เช่น  $120/150 = 80\%$

ที่มา: จากการสำรวจ

5) ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยตนเอง ร้อยละ 45.67 รองลงมา คือ คนขายเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 21.00 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยตนเอง ร้อยละ 65.33 ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่คนขายมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 37.33 ดังตารางที่ 4.11

สรุปได้ว่ากลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ เลือกและตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าด้วยตนเอง ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คนขายจะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 11 ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าฟ้ายพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ผู้มีส่วนร่วมตัดสินใจ		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
ตัดสินใจเอง	จำนวน	98	39	137
	ร้อยละ	(65.33)	(26.00)	(45.67)
บุคคลในครอบครัว	จำนวน	24	25	49
	ร้อยละ	(16.00)	(16.67)	(16.33)
เพื่อน	จำนวน	21	30	51
	ร้อยละ	(14.00)	(20.00)	(17.00)
คนขาย	จำนวน	7	56	63
	ร้อยละ	(4.67)	(37.33)	(21.00)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

6) ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าฟ้ายพื้นเมือง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฟ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ มีความถี่ในการซื้อปีละครั้ง ร้อยละ 20.66 รองลงมา คือ ซื้อปีละ 2 ครั้ง ร้อยละ 19.00 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าฟ้ายพื้นเมืองปีละครั้งมากที่สุด ร้อยละ 28.00 รองลงมา คือ ซื้อปีละ 2 ครั้ง ร้อยละ 25.33 ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะซื้อทุกครั้งที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 33.33 ดังตารางที่ 4.12

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะซื้อเสื้อผ้าฟ้ายพื้นเมืองปีละ 1 - 2 ครั้ง ส่วนกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะซื้อทุกครั้งที่มีโอกาสมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.12 ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ความถี่ในการซื้อ		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
ซื้อเป็นครั้งแรก	จำนวน	4	46	50
	ร้อยละ	(2.67)	(30.67)	(16.67)
1 เดือนครั้ง	จำนวน	13	2	15
	ร้อยละ	(8.67)	(1.33)	(5.00)
2 เดือนครั้ง	จำนวน	2	1	3
	ร้อยละ	(1.33)	(0.67)	(1.00)
3 เดือนครั้ง	จำนวน	20	12	32
	ร้อยละ	(13.33)	(8.00)	(10.67)
ปีละครั้ง	จำนวน	42	20	62
	ร้อยละ	(28.00)	(13.33)	(20.66)
ปีละ 2 ครั้ง	จำนวน	38	19	57
	ร้อยละ	(25.33)	(12.67)	(19.00)
ซื้อทุกครั้งที่มา เชียงใหม่	จำนวน	-	50	50
	ร้อยละ	-	(33.33)	(16.67)
อื่นๆ(ไม่แน่นอน)	จำนวน	31	-	31
	ร้อยละ	(20.67)	-	(10.33)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง

หัวข้อนี้ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง โดยจำแนกปัจจัยต่าง ๆ ออกเป็น 5 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย และปัจจัยด้านวัฒนธรรม โดยจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ เพศ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

##### 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา- ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ - ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย และปัจจัยด้านวัฒนธรรม ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.13

สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จะพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.13 แสดงอันดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ประเภทของผู้ซื้อ		ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง				
		ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่จำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	ด้านวัฒนธรรม
ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ในจ.เชียงใหม่	คะแนน	668	598	359	285	340
	อันดับที่	1	2	3	5	4
ผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยว	คะแนน	545	586	479	344	296
	อันดับที่	2	1	3	4	5

ที่มา: จากการสำรวจ

## 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จำแนกตามเพศ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองที่เป็นเพศชาย พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ซื้อที่เป็นเพศหญิง พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่าย และปัจจัยด้านวัฒนธรรม ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.14

- สรุปได้ว่า ผู้ซื้อเพศชายเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก ส่วนผู้ซื้อเพศหญิง จะพิจารณาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ		ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง				
		ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่จำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	ด้านวัฒนธรรม
ชาย	คะแนน	414	422	306	220	243
	อันดับที่	2	1	3	5	4
หญิง	คะแนน	799	762	532	409	393
	อันดับที่	1	2	3	4	5

ที่มา: จากการสำรวจ

## 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จำแนกตามอายุ

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง ทุกๆ ช่วงอายุ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย เหมือนกันตามลำดับ ดังตารางที่ 4.15

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อทุกๆ ช่วงอายุ เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามอายุ

อายุ		ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง				
		ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่จำหน่าย	ด้านการส่งเสริมจำหน่าย	ด้านวัฒนธรรม
ไม่เกิน 25 ปี	คะแนน	160	157	129	95	74
	อันดับที่	1	2	3	4	5
26 – 35 ปี	คะแนน	433	423	295	216	208
	อันดับที่	1	2	3	4	5
36 – 45 ปี	คะแนน	395	393	269	203	240
	อันดับที่	1	2	3	5	4
46 ปีขึ้นไป	คะแนน	225	211	145	115	114
	อันดับที่	1	2	3	4	5

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จำแนกตามระดับการศึกษา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของผู้ซื้อที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ซื้อที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และอนุปริญญา พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.16

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ส่วนผู้ซื้อที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และอนุปริญญา จะพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก



ตารางที่ 4.16 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง				
		ด้านผลิต ภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่ จำหน่าย	ด้านการส่ง เสริมการ จำหน่าย	ด้านวัฒนธรรม
ประถมศึกษา	คะแนน	61	59	50	31	24
	อันดับที่	1	2	3	4	5
มัธยมศึกษา	คะแนน	176	178	133	105	98
	อันดับที่	2	1	3	4	5
อนุปริญญา	คะแนน	199	202	145	111	93
	อันดับที่	2	1	3	4	5
ปริญญาตรี	คะแนน	667	638	436	333	356
	อันดับที่	1	2	3	5	4
สูงกว่าปริญญาตรี	คะแนน	110	107	74	49	65
	อันดับที่	1	2	3	5	4

ที่มา: จากการสำรวจ

5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จำแนกตามอาชีพ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของผู้ซื้อที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว และอื่น ๆ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ซื้อที่มีอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และ ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.17

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ซื้อที่มีอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัทเอกชน จะพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น				
		ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่จำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการขาย	ด้านวัฒนธรรม
นักเรียน/นักศึกษา	คะแนน	63	48	40	31	28
	อันดับที่	1	2	3	4	5
รับราชการ	คะแนน	362	336	212	172	208
	อันดับที่	1	2	3	5	4
พ.รัฐวิสาหกิจ	คะแนน	150	143	92	78	77
	อันดับที่	1	2	3	4	5
รับจ้าง/พ.บริษัทฯ	คะแนน	342	386	285	206	191
	อันดับที่	2	1	3	4	5
ธุรกิจส่วนตัว	คะแนน	268	248	192	132	120
	อันดับที่	1	2	3	4	5
อื่นๆ	คะแนน	28	23	17	10	12
	อันดับที่	1	2	3	5	4

ที่มา: จากการสำรวจ

6) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำนวน 300 ราย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ซื้อที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท และรายได้เกินกว่า 15,001 บาท เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ซื้อที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาท พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.18

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองโดยพิจารณาจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ยกเว้นผู้ซื้อที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 – 15,000 บาท จะพิจารณาจากปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมือง				
		ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่จำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	ด้านวัฒนธรรม
ไม่เกิน 5,000 บาท	คะแนน	109	92	76	52	46
	อันดับที่	1	2	3	4	5
5,001 – 10,000 บาท	คะแนน	354	369	274	209	189
	อันดับที่	2	1	3	4	5
10,001 – 15,000 บาท	คะแนน	318	332	212	165	173
	อันดับที่	2	1	3	5	4
15,001 – 20,000 บาท	คะแนน	279	259	190	135	142
	อันดับที่	1	2	3	5	4
20,001 บาทขึ้นไป	คะแนน	153	132	86	68	86
	อันดับที่	1	2	3	5	3

ที่มา: จากการสำรวจ

4.4 การวิเคราะห์ตัวแปรในปัจจัยแต่ละด้านว่ามีตัวแปรใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมืองมากที่สุด

หัวข้อนี้เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรในปัจจัยแต่ละด้านว่ามีตัวแปรใดมีอิทธิพลมากที่สุด โดยจำแนกปัจจัยต่าง ๆ ออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย และด้านวัฒนธรรม

## 1) ด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ต้องมีรูปแบบสวยงาม เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การมีสีสันทสวยงาม การตัดเย็บปราณีต การสวมใส่สบาย การดูแลรักษาง่าย และการมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ตามลำดับ แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ และกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากรูปแบบสวยงามเป็นอันดับแรก รองลง คือ การมีสีสันทสวยงาม และการตัดเย็บปราณีต เหมือนกันตามลำดับ ดังตารางที่ 4.19

- สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มเลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองโดยพิจารณาจากรูปแบบสวยงามเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.19 แสดงอันดับความสำคัญของด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทของผู้ซื้อ				รวม	
	ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่		ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
รูปแบบสวยงาม	317	1	239	1	556	1
สีสันทสวยงาม	247	2	239	1	486	2
การตัดเย็บปราณีต	142	3	178	3	320	3
สวมใส่สบาย	114	4	134	4	248	4
ดูแลรักษาง่าย	41	5	62	5	103	5
การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	39	6	48	6	87	6

ที่มา: จากการสำรวจ

## 2) ด้านราคา

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ต้องมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การลดราคาเมื่อซื้อในปริมาณมาก สามารถต่อรองราคาได้และราคาถูก ตามลำดับแต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยใน จ.เชียงใหม่ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยพิจารณาจากการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สามารถต่อรองราคาได้ ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา โดยพิจารณาจากการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรกเหมือนกัน รองลงมาคือ การลดราคาเมื่อซื้อในปริมาณมาก ดังตารางที่ 4.20

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มเลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองโดยพิจารณาจากการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.20 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทของผู้ซื้อ				รวม	
	ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่		ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
ราคาถูก	157	4	211	3	368	4
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	316	1	259	1	575	1
การลดราคาเมื่อซื้อในปริมาณมาก	208	3	231	2	439	2
สามารถต่อรองราคาได้	219	2	199	4	418	3

ที่มา: จากการสำรวจ

### 3) ด้านสถานที่จำหน่าย

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ต้องหาซื้อได้ไม่ยาก เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การเดินทางไปซื้อสะดวก สถานที่จำหน่ายอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว มีที่จอดรถสะดวกสบาย และการจัดสถานที่ดึงดูดใจ ตามลำดับแต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย โดยพิจารณาจากสถานที่จำหน่ายต้องหาซื้อได้ไม่ยากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การเดินทางไปมาสะดวก และอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย - ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย ต้องการให้อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ หาซื้อได้ไม่ยาก และสามารถเดินทางไปมาสะดวกตามลำดับ ดังตารางที่ 4.21

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่เลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง โดยพิจารณาจากแหล่งที่จำหน่ายต้องหาซื้อได้ไม่ยากเป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยพิจารณาจากสถานที่จำหน่ายต้องอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.21 แสดงอันดับความสำคัญปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย	ประเภทของผู้ซื้อ				รวม	
	ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่		ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
หาซื้อได้ไม่ยาก	293	1	240	2	533	1
อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	169	3	247	1	416	3
การเดินทางไปมาสะดวก	213	2	205	3	418	2
มีที่จอดรถสะดวกสบาย	128	4	125	4	253	4
การจัดสถานที่ดึงดูดใจ	97	5	83	5	180	5

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4) ด้านการส่งเสริมการขาย

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายกับการที่ผู้ขายให้การต้อนรับลูกค้าเป็นอย่างดีเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การจัดงานแสดงสินค้า การที่ผู้ขายให้คำแนะนำและบริการลูกค้าเป็นอย่างดี และมีการโฆษณาทางสื่อหลายประเภท เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และป้ายผ้าตามลำดับ แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ และกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย โดยพิจารณาจากการที่ผู้ขายให้การต้อนรับเป็นอย่างดีเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ มีการจัดงานแสดง สินค้าเหมือนกัน ดังตารางที่ 4.22

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มเลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง โดยพิจารณาจากการต้อนรับเป็นอย่างดีของผู้ขายเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.22 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย	ประเภทของผู้ซื้อ				รวม	
	ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่		ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย		คะแนน	อันดับที่
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่		
มีการจัดงานแสดงสินค้า	280	2	244	2	524	2
มีการโฆษณาทางสื่อ	121	4	209	3	330	4
ผู้ขายให้การต้อนรับเป็นอย่างดี	286	1	275	1	561	1
ผู้ขายให้คำแนะนำและบริการดี	213	3	172	4	385	3

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 5) ด้านวัฒนธรรม

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมเกี่ยวกับเทศกาล เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การต้องการอุดหนุนสินค้าไทย การรณรงค์ให้สวมชุดพื้นเมือง และความมีชื่อเสียงของเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง ตามลำดับ แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม โดยพิจารณาจากเทศกาล เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การรณรงค์ให้สวมชุดพื้นเมือง ในขณะที่กลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ต้องการอุดหนุนสินค้าไทยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เทศกาล ดังตารางที่ 4.23

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ เลือกซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองโดยพิจารณาจากเทศกาลเป็นอันดับแรก ส่วนกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการอุดหนุนสินค้าไทยเป็นอันดับแรก

ตารางที่ 4.23 แสดงอันดับความสำคัญของปัจจัยด้าน วัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม	ประเภทของผู้ซื้อ				รวม	
	ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่		ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
การรณรงค์ให้สวมชุดพื้นเมือง	255	2	210	3	465	3
เทศกาล	311	1	240	2	551	1
ต้องการอุดหนุนสินค้าไทย	227	3	262	1	489	2
ความมีชื่อเสียงของเสื้อผ้าพื้นเมือง	107	4	188	4	295	4

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.5 ความพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อในการปรับปรุงเสื้อผ้าพื้นเมือง

หัวข้อนี้ เป็นการวิเคราะห์ความพอใจและความคิดเห็นของผู้ซื้อในการปรับปรุงเสื้อผ้าพื้นเมือง

##### 1) ความพอใจของผู้ซื้อเสื้อผ้าพื้นเมือง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความพอใจหลังการซื้อเสื้อผ้าพื้นเมือง ร้อยละ 35.7 รองลงมา คือ ยังตัดสินใจไม่ได้ ร้อยละ 32.7 พอใจมาก ร้อยละ 28.7 ไม่พอใจมาก ร้อยละ 2.0 และไม่พอใจ ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อ ปรากฏว่า



กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยใน จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีความพอใจ ร้อยละ 34.0 ส่วนกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพอใจ ร้อยละ 37.3 ดังตารางที่ 4.24 สรุปได้ว่า ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มมีความพอใจหลังการซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ตารางที่ 4.24 ความพอใจหลังการซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

ความพึงพอใจ		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย	
ไม่พึงพอใจมาก	จำนวน	2	4	6
	ร้อยละ	(1.3)	(2.7)	(2.0)
ไม่พอใจ	จำนวน	3	-	3
	ร้อยละ	(2.0)	-	(1.0)
ยังตัดสินใจไม่ได้	จำนวน	48	50	98
	ร้อยละ	(32.0)	(33.3)	(32.7)
พอใจ	จำนวน	51	56	107
	ร้อยละ	(34.0)	(37.3)	(35.7)
พอใจมาก	จำนวน	46	40	86
	ร้อยละ	(30.7)	(26.7)	(28.7)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

## 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 300 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นว่าควรมีการปรับปรุงคุณภาพของเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง ร้อยละ 73.33 และเห็นว่ามีความพอใจอยู่แล้วไม่ต้องปรับปรุง ร้อยละ 26.67 แต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อปรากฏว่า กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ ร้อยละ 69.33 และกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 77.33 เห็นว่าควรปรับปรุงคุณภาพของเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง ดังตารางที่ 4.25

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มต้องการให้ปรับปรุงคุณภาพของเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ตารางที่ 4.25 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

การปรับปรุง		ประเภทของผู้ซื้อ		รวม
		ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่	ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย	
ควรปรับปรุง	จำนวน	104	116	220
	ร้อยละ	(69.33)	(77.33)	(73.33)
คุณภาพดีอยู่แล้ว	จำนวน	46	34	80
	ร้อยละ	(30.67)	(22.67)	(26.67)
รวม	จำนวน	150	150	300
	ร้อยละ	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

### 3) การปรับปรุงเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง จำนวน 220 ราย พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุงคุณภาพเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองเกี่ยวกับคุณภาพของสีที่นำมาย้อมเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การออกแบบให้ทันสมัย การออกแบบให้มีหลากหลายขนาด และคุณภาพการตัดเย็บ ตามลำดับแต่เมื่อแยกพิจารณาตามประเภทของผู้ซื้อ ปรากฏว่า

กลุ่มผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่ และกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ต้องการให้ปรับปรุงคุณภาพเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมืองเกี่ยวกับคุณภาพสีที่นำมาย้อมเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ปรับปรุงเรื่องการออกแบบให้ทันสมัย ขนาดของเสื้อผ้าที่หลากหลาย และคุณภาพในการตัดเย็บ ดังตารางที่ 4.26

สรุปได้ว่า ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มต้องการให้ปรับปรุงด้านคุณภาพสีที่นำมาย้อมเป็นเรื่องแรก

ตารางที่ 4.26 แสดงอันดับความสำคัญของข้อเสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพเสื้อผ้าฝ้ายพื้นเมือง  
ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของผู้ซื้อ

การปรับปรุง	ประเภทของผู้ซื้อ				รวม	
	ผู้ซื้อที่อาศัยอยู่ใน จ.เชียงใหม่		ผู้ซื้อที่เป็นนัก ท่องเที่ยวชาวไทย			
	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่	คะแนน	อันดับที่
คุณภาพในการตัดเย็บ	236	3	251	4	487	4
คุณภาพสีที่นำมาย้อม	321	1	323	1	644	1
ออกแบบให้ทันสมัย	243	2	304	2	547	2
ออกแบบให้มีหลากหลายขนาด	236	3	278	- 3	514	3

ที่มา: จากการสำรวจ