

ชื่อวิชา : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง  
ชื่อหัวเรื่อง : การเลือกซื้อผ้าของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงใหม่  
ชื่อผู้จัดทำ : นิดา คานธิ  
อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ สะอาด ใจแก้ว  
ปีการศึกษา : 2542

### บทคัดย่อ

การศึกษากิจกรรมการเลือกซื้อผ้าของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกซื้อผ้าของผู้บริโภค ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ที่ซื้อผ้าจำนวน 196 คน เพศหญิงนิยมการเลือกซื้อผ้ามากกว่าเพศชาย ผู้ที่ซื้อผ้าส่วนใหญ่จะมีอายุ 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ผู้ที่ซื้อผ้าส่วนใหญ่อาชีพรับจ้างตัดเย็บเสื้อผ้า มากกว่าอาชีพอื่น ๆ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาท ความถี่ในการเลือกซื้อผ้าของผู้ที่ซื้อผ้าส่วนใหญ่จะซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน ปริมาณผ้าที่ซื้อในแต่ละครั้งของผู้ที่ซื้อผ้าส่วนใหญ่จะซื้อ 3-4 เมตร บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าของผู้ที่ซื้อผ้าส่วนใหญ่คือ ตัวของผู้ซื้อเอง สถานที่เลือกซื้อผ้าของผู้ที่ซื้อผ้าส่วนใหญ่ซื้อผ้าที่ร้านจำหน่ายในตลาด มากกว่าร้านจำหน่ายผ้าในห้างสรรพสินค้า ลักษณะผ้าที่ผู้ซื้อผ้านิยมซื้อส่วนใหญ่จะซื้อผ้าตัดเสื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผ้าด้านผลิตภัณฑ์ในทัศนของผู้ที่ซื้อผ้าพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเลือกระดับมาก ปัจจัยด้านสีของผ้ามีผลต่อการเลือกซื้อผ้าของผู้ซื้อระดับมาก ปัจจัยด้านคุณภาพของเนื้อผ้ามีผลต่อการเลือกซื้อผ้าระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านลวดลายของผ้าที่มีต่อการเลือกซื้อผ้าระดับมาก ปัจจัยด้านความกว้างของเนื้อผ้ามีผลต่อการเลือกระดับมาก ปัจจัยด้านสถานที่ที่ผลิตผ้ามีผลต่อการเลือกระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผ้าด้านราคาในทัศนของผู้ที่ซื้อผ้าพบว่า ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาผ้าต่อเมตรมีผลต่อการเลือกระดับมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผ้าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในทัศนของผู้ที่ซื้อผ้าพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกระดับมาก ปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของร้านจำหน่ายผ้ามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผ้าของผู้ซื้อระดับปานกลาง ปัจจัยด้านร้านจำหน่ายผ้ามีผ้าให้เลือกมากชนิดมีผลต่อการเลือกซื้อผ้าระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านร้านจำหน่ายผ้ามีที่จอดรถสะดวก ง่ายต่อการเดินทาง มีต่อการเลือกระดับมาก ปัจจัยด้านการเปิดให้บริการของร้านจำหน่ายผ้าทุกวันมีผลต่อการเลือกระดับมาก ปัจจัยด้านร้านจำหน่ายผ้ามีช่วง

เวลาในการให้บริการที่ยาวนานมีผลต่อการเลือกซื้อระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อผ้าด้านการส่งเสริมการตลาดในทัศนของผู้ที่ซื้อผ้าพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกซื้ออย่างมาก ปัจจัยด้านการมีของแถมเมื่อซื้อผ้ามีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผ้าของผู้ซื้ออย่างมาก ปัจจัยด้านการลดราคาผ้ามีผลต่อการเลือกซื้อผ้าระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านบุคลิกของผู้จำหน่ายผ้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสมีส่วนในการตัดสินใจซื้อผ้าต่อการเลือกซื้อผ้าอย่างมาก ปัจจัยด้านการปิดป้ายโฆษณาร้านจำหน่ายผ้ามีต่อการเลือกซื้อผ้าระดับปานกลาง