

## บทที่ 5

### พฤติกรรมการซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของบทนี้ คือ การแสดงข้อมูลการซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการศึกษาถึงอุปสงค์ของผู้บริโภค โดยนำเสนอข้อมูลในรูปของร้อยละ และตาราง

#### 5.1 วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภค

ตารางที่ 15 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง และประเภทผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อ	ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้ารายย่อย	ลูกค้าส่ง	รวม
นำไปสวมใส่เอง	37 74.0%	0	37 37.0%
นำไปขายจังหวัดของตน	0	4 8.0%	4 4.0%
นำไปขายยังประเทศของตน	0	46 92.0%	46 46.0%
นำไปเป็นของฝาก	13 26.0%	0	13 13.0%
รวม	50 100.0%	50 100.0%	100 100.0%

จากตารางที่ 15 ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ให้สัมภาษณ์จำนวน 100 ราย พบว่า วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคทั่วไป/ลูกค้ารายย่อย จำนวน 50 ราย คือ การนำไปสวมใส่เอง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0% และนำไปเป็นของฝาก จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 สำหรับลูกค้าส่ง จำนวน 50 ราย จะนำเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ไปขายต่อทั้งหมด โดยชาวไทยจะนำไปขายยังจังหวัดของตนเอง ส่วนชาวต่างชาติจะนำกลับไปขายยังประเทศของตนเอง

## 5.2 ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภค

ตารางที่ 16 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง

ปริมาณการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง	ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้ารายย่อย	ลูกค้าส่ง	รวม
1-3 ตัว	40 80.0%	0	40 40.0%
4-6 ตัว	7 14.0%	0	7 7.0%
7-9 ตัว	3 6.0%	0	3 3.0%
10-19 ตัว	0	6 12.0%	6 6.0%
20 ตัวขึ้นไป	0	44 88.0%	44 44.0%
รวม	50 100.0%	50 100.0%	100 100.0%

จากตารางที่ 16 ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ให้สัมภาษณ์จำนวน 100 ราย พบว่า ปริมาณการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคทั่วไป/ลูกค้ารายย่อย จำนวน 50 ราย พบว่า จะมีปริมาณการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง 1-3 ตัว จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.0 ปริมาณซื้อ 4-6 ตัว จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 สำหรับลูกค้าส่ง จำนวน 50 ราย ส่วนใหญ่จะมีปริมาณการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง 20 ตัวขึ้นไป จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 88 และมีปริมาณซื้อ 10-19 ตัว จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0

### 5.3 งบประมาณการซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภค

ตารางที่ 17 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง

งบประมาณในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง	ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้าย่อย	ลูกค้าส่ง	รวม
2,000 บาท และต่ำกว่า	40 80.0%	0	40 40.0%
2,001-5,000 บาท	7 14.0%	0	7 7.0%
5,001-7,500 บาท	3 6.0%	2 4.0%	5 5.0%
7,501-10,000 บาท	0	4 8.0%	4 4.0%
มากกว่า 10,000 บาท	0	44 88.0%	44 44.0%
<b>รวม</b>	<b>50 100.0%</b>	<b>50 100.0%</b>	<b>100 100.0%</b>

จากตารางที่ 17 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้สัมภาษณ์จำนวน 100 ราย พบว่า งบประมาณในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคทั่วไป/ลูกค้า รายย่อย จำนวน 50 ราย พบว่า งบประมาณ 2,000 บาท และต่ำกว่า มีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองมา จำนวนเงิน 2,001- 5,000 บาท มีจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 สำหรับลูกค้าส่ง จำนวน 50 ราย ส่วนใหญ่มีงบประมาณ ในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง มากกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.0 จำนวนเงิน 7,501-10,000 บาท มีจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.0

#### 5.4 แหล่งที่ผู้บริโภคลือกซื้อ

ตารางที่ 18 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งในการเลือกซื้อเครื่องนึ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองของผู้บริโภค ที่คิดจะไปซื้อเป็นอันดับแรก และประเภทผู้บริโภค

แหล่งเลือกซื้อ	ผู้บริโภคทั่วไป / ลูกค้ารายย่อย	ลูกค้าส่ง	รวม
ไนท์บาร์ซ่า	33 66.0%	3 6.0%	35 35.0%
ตลาดวโรรส	4 8.0%	5 10.0%	9 9.0%
ถนนท่าแพ	5 10.0%	23 46.0%	28 28.0%
ถนนลอยเคราะห์	8 16.0%	19 38.0%	27 27.0%
รวม	50 100.0%	50 100.0%	100 100.0%

จากตารางที่ 18 ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ให้สัมภาษณ์จำนวน 100 ราย พบแหล่งในการเลือกซื้อเครื่องนึ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองของผู้บริโภค ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคทั่วไป/ลูกค้ารายย่อย จำนวน 50 ราย จะเลือกซื้อ จากไนท์บาร์ซ่า จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมา ได้แก่ ถนนลอยเคราะห์ จำนวน 8 ราย คิดเป็น 16.0% สำหรับ ลูกค้าส่ง จำนวน 50 ราย ส่วนใหญ่เลือกที่จะซื้อ จากถนนท่าแพ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.0 และรองลงมา ถนนลอยเคราะห์ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.0