

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิมและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของประชาชนมุสลิม ซึ่งผู้วิจัยสรุปผลการศึกษาวีจยออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี

รองลงมาอายุ 31 – 40 ปี และมีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีตามลำดับ มีอาชีพพนักงานบริษัท รองลงมา มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ ตามลำดับ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ มีรายได้ 10,000-20,000 บาท รองลงมา มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท บาท ตามลำดับ มีสถานภาพโสด รองลงมา มีสถานภาพสมรส และมีสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่เป็นลักษณะการซื้อสำเร็จรูป ลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่ประเภทเสื้อ ขนาด S จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ขนาด M จำนวน 93 คิดเป็นร้อยละ 28.3 ขนาด L จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 ขนาด XL จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ประเภทกระโปรง ขนาด S จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ขนาด M จำนวน 60 คิดเป็นร้อยละ 31.3 ขนาด L จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ขนาด XL จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ประเภทกางเกง ขนาด S จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ขนาด M จำนวน 66 คิดเป็นร้อยละ 33.5 ขนาด L จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 ขนาด XL จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 สำหรับลักษณะผ้าคลุมผม มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

ส่วนลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่ประเภทเสื้อผ้าสั่งตัด โดยส่วนใหญ่เป็นประเภทเสื้อ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา คือ ประเภทกระโปรง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ ประเภทผ้าคลุมผม จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ ลักษณะเสื้อผ้าประเภทที่ชื่นชอบ โดยส่วนใหญ่ชอบสีขาว จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ สีดำ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และสีน้ำเงิน/ฟ้า จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ตามลำดับ ลักษณะชนิดของผ้า โดยส่วนใหญ่ใช้ผ้าฝ้าย จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา คือ ผ้าฝ้ายผสม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ ผ้าไหม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ ลักษณะชนิดของผ้า โดยส่วนใหญ่ใช้ผ้าฝ้าย จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา คือ ผ้าฝ้ายผสม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ ผ้าไหม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ ลักษณะเสื้อผ้าตามประเภทผิวสัมผัสของเนื้อผ้า โดยส่วนใหญ่ใช้ผ้านุ่ม จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมา คือ ผ้ามันวาว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอื่น ๆ เช่น มีความลื่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ ลักษณะเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายที่ชื่นชอบ โดยชอบลายพื้นฐาน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ ลายประยุกต์ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ตามลำดับ ลักษณะเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายประยุกต์ที่ชื่นชอบโดยชอบลายประยุกต์ คือ ลวดลายผสมผสานกับเพชรเทียม ลูกบิด เลื่อม กระจก การฉลุผ้า จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ ลวดลายผสมผสาน เช่น การปักดอกไม้ หลากหลายชนิดในผืนเดียวกัน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ ลวดลายสิ่งของเบ็ดเตล็ด เช่น ลวดลายหยดน้ำตา ลวดลายหัวใจ ลวดลายเกลียว จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ตามลำดับ ลักษณะเสื้อผ้าผลิตมาจากประเทศไทย จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0 รองลงมา เป็นเสื้อผ้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มีดังนี้

### ด้านลิตภัณฑ์ พบว่า

1. เนื้อ ผ้าและลักษณะการสัมผัส ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ใช้เนื้อผ้าสวมใส่สบาย รองลงมา คือ ความทนทานของผ้า และ ความประณีตในการตัดเย็บ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.52 4.27 และ 4.26 ตามลำดับ
2. รูปแบบและดีไซน์ ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ใช้เหมาะสมกับรูปร่างและบุคลิก รองลงมา คือ รูปแบบถูกใจ และ เรียบง่ายใช้งานได้หลายโอกาส โดยมีค่าเฉลี่ย 5.58 4.47 และ 4.35 ตามลำดับ

3. สีส้น ลวดลายเสื้อผ้า การตกแต่ง ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ใช้สีส้นเรียบร้อยไม่ฉูดฉาด รองลงมา คือ มีลวดลายอยู่ในเนื้อผ้า และมีลายปัก หรือ ปักฉลุ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 3.72 และ 3.28 ตามลำดับ

4. ทรายี่ห่อ ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ใช้ ทรายี่ห่อเป็นของในประเทศ รองลงมาคือ ไม่ยึดติดกับ ทรายี่ห่อ ยี่ห่ออะไรก็ได้ และ ทรายี่ห่อที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 3.75 และ 3.27 ตามลำดับ

### ด้านราคา พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ใช้ราคาเหมาะสมกับความพึงพอใจที่ได้รับ รองลงมา คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเสื้อผ้า และ ราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 4.14 และ 3.62 ตามลำดับ

### ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ใช้ร้านเฉพาะที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่นมุสลิมทั่วไป รองลงมา คือ จากร้านที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ และ ตามบริเวณตลาดนัด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 3.43 3.43 ตามลำดับ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า

1. การโฆษณา ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่รับรู้จากโฆษณา ณ จุดขาย หรือหน้าร้าน รองลงมา คือ ผ่านทางนิตยสาร และ ผ่านทางแคตตาล็อก/สิ่งพิมพ์ ตามลำดับ

2. การส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่รับรู้จาก การให้ส่วนลด รองลงมา คือ การรับประกันให้เงินคืนในกรณีชำรุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.68 ตามลำดับ

3. การใช้พนักงานขาย ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่รับรู้จาก ความเป็นกันเองของพนักงานขาย รองลงมา คือ การต้อนรับและมีมนุษยสัมพันธ์จากพนักงานขายในร้าน และ พนักงานสามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 4.19 4.18 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน

ผลการวิจัยพบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการแต่งกายธรรมดา จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมา คือ แต่งกายตามสมัยนิยม จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และ แต่งกาย

ล้ำสมัยและเป็นผู้นำแฟชั่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ มีลักษณะความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมา คือ เดือนละครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ สองเดือนครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำนวน 500 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 รองลงมา คือ จำนวน 600 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ จำนวน 400 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 650.66 บาท หรือเท่ากับ 651 บาท

#### ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้

สถานภาพที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมแตกต่างกัน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม
เพศ	-
อายุ	-
อาชีพ	*
การศึกษา	-
รายได้	*
สถานภาพ	-

- ไม่แตกต่างกัน \* แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 5.2 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ลักษณะการแต่งกาย	ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม
เพศ	-	-
อายุ	-	*
อาชีพ	-	-
การศึกษา	-	-
รายได้	-	-
สถานภาพ	-	-

- ไม่สัมพันธ์กัน \* สัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 5.3 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม
1. ด้านลิตภัณฑ์	-
2. ด้านราคา	-
3. ด้านการจัดจำหน่าย	-
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-
- ไม่สัมพันธ์กัน	

### อภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี รองลงมามีอายุ 31 – 40 ปี และมีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีตามลำดับ มีอาชีพพนักงานบริษัท รองลงมามีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ ตามลำดับ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีรองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีตามลำดับ มีรายได้ 10,000-20,000 บาท รองลงมามีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทตามลำดับ มีสถานภาพโสด รองลงมามีสถานภาพสมรส และมีสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับ กนกวรรณ วิโรจน์ ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสตรีมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของสตรีมุสลิมส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีสถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 15,000 บาท และยังสอดคล้องกับ ทศนวลีย์ เตชะพิสิษฐ์ ศึกษาเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้าจากต่างประเทศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 19-21 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มวัยใกล้เคียงกับในเรื่องของพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

โดยส่วนใหญ่มีลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่เป็นลักษณะการซื้อสำเร็จรูป ลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่ประเภทเสื้อขนาด S จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ขนาด M จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ขนาด L จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 ขนาด XL จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ประเภทกระโปรง ขนาด S จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ขนาด M จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 ขนาด L จำนวน 86 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.8 ขนาด XL จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ประเภทกางเกง ขนาด S จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ขนาด M จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ขนาด L จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7 ขนาด XL จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 สำหรับลักษณะผ้าคลุมผม มีจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 ส่วนลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่ประเภทเสื้อผ้าสั่งตัด โดยส่วนใหญ่เป็นประเภทเสื้อ จำนวน

171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา คือ ประเภทกระโปรง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และ ประเภทผ้าคลุมผม จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ จุจรีรัตน์ บัวแก้วและคณะฯ ศึกษาเรื่อง การจัดทำฐานข้อมูลและข้อเสนอยุทธศาสตร์เบื้องต้นในการพัฒนา กลุ่มผลิตผ้าคลุมผมสตรีและ กลุ่มเปียะหีนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กล่าวว่า กลุ่มเป้าหมายนิยมสั่งตัดจากผู้ผลิตเพื่อต้องการแบบที่ต้องการ และความพอดีของหมวกให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

ลักษณะเสื้อผ้าประเภทสีที่ชอบ โดยส่วนใหญ่ชอบสีขาว จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ สีดำ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และสีน้ำเงิน/ฟ้า จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ตามลำดับ ลักษณะชนิดของผ้า โดยส่วนใหญ่ใช้ผ้าฝ้าย จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา คือ ผ้าฝ้ายผสม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ ผ้าไหม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ ลักษณะชนิดของผ้า โดยส่วนใหญ่ใช้ผ้าฝ้าย จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา คือ ผ้าฝ้ายผสม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ ผ้าไหม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ ลักษณะเสื้อผ้าตามประเภทผิวสัมผัสของเนื้อผ้า โดยส่วนใหญ่ใช้ผ้านุ่ม จำนวน 340 คน คิดเป็น ร้อยละ 85.0 รองลงมา คือ ผ้ามันวาว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และอื่น ๆ เช่น มีความลื่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ ลักษณะเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายที่ชอบ โดยชอบลายพื้นฐาน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ ลายประยุกต์ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ตามลำดับ ลักษณะเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายประยุกต์ที่ชอบโดยชอบลายประยุกต์ คือ ลวดลายผสมผสานกับเพชรเทียม ลูกบิด เลื่อม กระจก การฉลุผ้า จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ ลวดลายผสมผสาน เช่น การปักดอกไม้หลากหลายชนิดในผืนเดียวกัน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ ลวดลายสิ่งของเบ็ดเตล็ด เช่น ลวดลายหยดน้ำตา ลวดลายหัวใจ ลวดลายเกลียว จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ตามลำดับ ลักษณะเสื้อผ้าผลิตมาจากประเทศไทย จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0 รองลงมา เป็นเสื้อผ้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ จุจรีรัตน์ บัวแก้วและคณะฯ ศึกษาเรื่อง การจัดทำฐานข้อมูลและข้อเสนอยุทธศาสตร์เบื้องต้นในการพัฒนา กลุ่มผลิตผ้าคลุมผมสตรีและกลุ่มเปียะหีนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กล่าวว่า กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้ลวดลายพื้นฐาน เช่น กรุ่มลวดลายไม้ดอก ดอกพิกุล ดอกกุหลาบ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมนิยมใช้ลวดลายพื้นฐาน เพราะสามารถใช้ได้นานไม่ล้าสมัย

2. ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มีดังนี้

## 1. ด้านผลิตภัณฑ์

1.1 เนื้อ ผ้าและลักษณะการสัมผัส ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ใช้เนื้อผ้า สวมใส่สบาย ความทนทานของผ้า และ ความประณีตในการตัดเย็บ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.52 4.27 และ 4.26 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ กนกวรรณ วิโรจน์ ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสตรีมุสลิมในเขต กรุงเทพมหานคร กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อชอบคุณภาพความทนทาน มีความประณีตโดยสอดคล้องกับ พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความสะดวกในการดูแลรักษา และ ความยากง่ายในการซัก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 และ 3.98 ตามลำดับ

1.2 รูปแบบและดีไซน์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ใช้เหมาะสมกับรูปร่างและบุคลิก รูปแบบถูกใจ และ ใช้ง่ายใช้งานได้หลายโอกาส โดยมีค่าเฉลี่ย 5.58 4.47 และ 4.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ อยู่ในสมัยนิยม และ รูปแบบนำสมัย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ 3.93 ตามลำดับ

1.3 สีสีน ลวดลายเสื้อผ้า การตกแต่ง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ใช้สีสีนเรียบร้อยไม่ฉูดฉาด มีลวดลายอยู่ในเนื้อผ้า โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 และ 3.72 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ จุจรีรัตน์ บัวแก้วและคณะฯ ศึกษาเรื่อง การจัดทำฐานข้อมูลและข้อเสนอยุทธศาสตร์เบื้องต้นในการพัฒนา กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัสตรีและกลุ่มปิเยาะหิในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กล่าวว่า กลุ่มเป้าหมายนิยมเลือกสีสีนให้เหมาะสมกับสีของเสื้อผ้าและไม่ฉูดฉาดสายตา โดยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายชอบใช้สีเรียบๆ เช่น สีดำ ขาว เทา เพราะสามารถใส่ได้ทุกเทศกาล

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ มีลายปัก หรือ ปักฉลุ มีการตกแต่งด้วยเข็มกลัด และ สีสีนเด่นสะดุดตา โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28 3.15 และ 3.07 ตามลำดับ

1.4 ตรายี่ห้อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ตรายี่ห้อเป็นของในประเทศ รองลงมาคือ ไม่ยึดติดกับตรายี่ห้อ ยี่ห้ออะไรก็ได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78 และ 3.75 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ และ ตรายี่ห้อเป็นของต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.27 และ 3.04 ตามลำดับ

## 2. ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ราคาเหมาะสมกับความพึงพอใจที่ได้รับ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเสื้อผ้า และ ราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.17 4.14 และ 3.62 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ราคาแพง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09

## 3. ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ร้านเฉพาะที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่นมุสลิมทั่วไป จากร้านที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ และ ตามบริเวณตลาดนัด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.88 3.43 3.43 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ในงานแสดงสินค้า และ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.29 3.05 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อย คือ ตามบาทวิถี (ทางเท้า) โดยมีค่าเฉลี่ย 2.51

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

4.1 การโฆษณา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ รับรู้จากโฆษณา ณ จุดขาย หรือหน้าร้าน และ ผ่านทางนิตยสาร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 และ 3.38 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ผ่านทางแคตตาล็อก/สิ่งพิมพ์ และ ผ่านทางโทรทัศน์ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.13 และ 2.68 ตามลำดับ

4.2 การส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้ส่วนลด และการรับประกันให้เงินคืนในกรณีชำรุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.68 ตามลำดับ

4.3 การใช้พนักงานขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความเป็นกันเองของ การต้อนรับและมีมนุษยสัมพันธ์จากพนักงานขายในร้าน และ พนักงานสามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 4.19 4.18 ตามลำดับ

### 3. ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน

ผลการวิจัยพบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการแต่งกายธรรมดา จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมา คือ แต่งกายตามสมัยนิยม จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และ แต่งกายลำสมัยและเป็นผู้นำแฟชั่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ มีลักษณะความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมา คือ เดือนละครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ สองเดือนครั้ง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำนวน 500 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 รองลงมา คือ จำนวน 600 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ จำนวน 400 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 650.66 บาท หรือเท่ากับ 651 บาท สอดคล้องกับ ทศนาวลัย เตชะพิสิษฐ์ศึกษาเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมกรซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นนำเข้ามาจากต่างประเทศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า

#### 4. การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ที่ไม่แตกต่างกัน สำหรับอาชีพแตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมแตกต่างกัน

4.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ยกเว้น อายุ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

5. ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มีดังนี้

5.1 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

5.2 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

5.3 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

5.4 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

#### ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย ความคิดเห็นของผู้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมุสลิมและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของประชาชนมุสลิม มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากข้อมูลพบว่าพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 21 – 30 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 10,000-20,000 บาท มีสถานภาพโสด ดังนั้น ผู้ประกอบการผู้ผลิตควรเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นเพศหญิง ควรมีการออกแบบเสื้อผ้าให้เข้ากับแฟชั่น มีลวดลายที่สวยงาม สีสน ให้เหมาะกับวัยของผู้สวมใส่ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้เป็นระดับที่มี

รายได้และเป็นผู้มีกำลังซื้อ ประกอบกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชน จึงจำเป็นต้องการเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมโดยผลิตเสื้อผ้าให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

2. ลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่ส่วนใหญ่ซื้อสำเร็จรูป ไม่ว่าจะเป็นเสื้อ กระโปรง กางเกง หรือเป็นชุด ส่วนใหญ่ชอบซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่าตัด เนื่องจากสะดวก และมีแบบให้เลือกมาก คนส่วนใหญ่นิยมซื้อเพราะราคาถูกกว่าตัด ประกอบกับพฤติกรรมการสวมใส่เสื้อผ้ามีความเบือเร็ว ต้องการเปลี่ยนการแต่งตัวและสอดคล้องกับแฟชั่นในปัจจุบัน ดังนั้น ผู้ผลิตควรศึกษารายละเอียด ความต้องการ และรสนิยมการแต่งกายของผู้สวมใส่เพื่อจะทำให้การผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นสามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้สวมใส่ซึ่งจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น

3. ลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่ส่วนใหญ่ กลุ่มเป้าหมายชอบใส่สีขาว สีดำ สีน้ำเงิน/ฟ้า สีครีม สีเทา สีน้ำตาล ส่วนใหญ่จะเป็นสีเรียบๆ ใช้ลายพื้นฐาน เนื่องจากเป็นสีมาตรฐานที่กลุ่มเป้าหมายชอบ และเป็นวัฒนธรรมของชาวมุสลิมที่ใส่เสื้อผ้าไม่เน้นลาย หรือสีสด หรือจะมีลายก็ได้ควรใช้ลวดลายผสมผสานกับเพชรเทียม ลูกปัด เลื่อม กระจก การฉลุผ้า ซึ่งการแต่งกายในลักษณะนี้ส่งผลจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง เป็นเสื้อผ้าที่ผลิตจากประเทศไทย ดังนั้น ผู้ผลิตจะต้องใช้สีเรียบๆ โดยเน้นไปที่เนื้อผ้าฝ้าย มีความนุ่ม ทำให้ใส่สบาย ไม่ร้อนจนเกินไป เพราะเสื้อผ้าจะต้องปกปิดร่างกายให้มิดชิด ไม่มีส่วนเว้า หรือไม่สุภาพ เพื่อรักษาเอกลักษณ์การแต่งกายของชาวมุสลิมต่อไป

4. การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการเนื้อผ้าสวมใส่สบาย ความทนทานของผ้า ความประณีตในการตัดเย็บ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมเพื่อตอบสนองความต้องการได้ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ

5. ด้านรูปแบบและดีไซน์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการเหมาะสมกับรูปร่างและบุคลิก รูปแบบถูกใจ เรียบง่ายใช้งานได้หลายโอกาส ซึ่งผู้ประกอบการต้องหาข้อมูล เนื่องจากเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นแบบฉูดฉาด ต้องการความเรียบง่ายสามารถใส่ได้หลายโอกาส แต่มีความสวยงามในรูปแบบ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกชอบและพึงพอใจต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อไป

6. ด้านราคา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการราคาเหมาะสมกับความพึงพอใจที่ได้รับ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเสื้อผ้า ที่ผู้บริโภคสามารถรับได้และทำให้เกิดความคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป

7. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่หาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมจากร้านเฉพาะที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่นมุสลิมทั่วไป และตามบริเวณตลาดนัด ซึ่งถือเป็นช่องทางอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้บริโภคจะสามารถหาซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการควรมีการกระจายไปยังช่องทางต่างๆ ได้

8. ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการโฆษณา ส่วนใหญ่ผู้บริโภครับรู้จากโฆษณา ณ จุดขาย หรือหน้าร้าน ผ่านทางนิตยสาร ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคชอบได้ส่วนลดจากผู้ประกอบการ ส่วนการใช้พนักงานขาย ผู้บริโภคชอบพนักงานขายที่เป็นกันเอง สามารถให้คำแนะนำต่างๆ ได้ และชอบการต้อนรับและมีมนุษยสัมพันธ์จากพนักงานขายในร้านเป็นอย่างดี ดังนั้น ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการควรมีสิ่งที่ดีเหล่านี้มาใช้กับผู้บริโภคเพื่อรักษาฐานลูกค้าให้มีความยั่งยืน หรือเป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อผู้ประกอบการต่อไป

9. พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ด้านลักษณะการแต่งกาย แต่งกายธรรมดา มากกว่าแต่งกายตามสมัยนิยม ส่วนความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง จำนวน 651 บาท

10. จากข้อมูล พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต้องศึกษาว่าอาชีพใดที่มีศักยภาพในการซื้อมากกว่ากัน ส่วนใหญ่อาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ และประกอบอาชีพอิสระ มีอำนาจในการซื้อมากกว่านักเรียน/นักศึกษา ซึ่งถือว่าเป็นข้อมูลที่ควรจะนำมาวิเคราะห์ด้วย

11. รายได้ที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน พบว่า ผู้บริโภคมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท เป็นกลุ่มที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมมากกว่ากลุ่มรายได้อื่น แต่อย่างไรก็ตามก็จะคำนึงถึงความคุ้มค่าเรื่องราคาและคุณภาพต้องมีความเหมาะสม ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตควรนำข้อมูลมาพิจารณาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค