

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลและแปลความหมายที่ถูกต้อง ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-distribution
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
F-Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผู้วิจัยนำเสนอตามผลการวิเคราะห์ โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	130	32.5
หญิง	270	67.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	69	17.2
21 – 30 ปี	172	43.0
31 – 40 ปี	89	22.3
41 – 50 ปี	50	12.5
51 ปีขึ้นไป	20	5.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์พบว่า มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 มีอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.0 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 30 ปี รองลงมา มีอายุ 31 – 40 ปี และมีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	86	21.5
รับราชการ/พนักงานของรัฐ	67	16.8
รัฐวิสาหกิจ	16	4.0
พนักงานบริษัทเอกชน	113	28.3
เจ้าของกิจการ	22	5.5
ประกอบอาชีพอิสระ	26	6.5
รับจ้างทั่วไป	21	5.3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	49	12.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์พบว่า มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 มีอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 มีอาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีอาชีพประกอบอาชีพอิสระ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 พ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 49 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.3 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท รองลงมา มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	117	29.2
ปริญญาตรี	238	59.5
สูงกว่าปริญญาตรี	45	11.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์พบว่า มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	84	21.0
10,000-20,000 บาท	158	39.5
20,001 – 30,000 บาท	110	27.5
30,001 บาทขึ้นไป	48	12.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์พบว่า มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 มีรายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 โดยส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,000-20,000 บาท รองลงมา มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และมีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	209	52.3
สมรส	146	36.5
หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	45	11.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์พบว่า มีสถานภาพโสด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 มีสถานภาพสมรส จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 โดยส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด รองลงมา มีสถานภาพสมรส และมีสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะเสื้อผ้ายที่สวมใส่

ลักษณะเสื้อผ้ายที่สวมใส่	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อสำเร็จรูป	337	84.2
สั่งตัด	63	15.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเสื้อผ้ายที่สวมใส่ซื้อสำเร็จรูป จำนวน 337 คน คิดเป็นร้อยละ 84.2 มีสั่งตัด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 โดยส่วนใหญ่ สวมใส่ซื้อสำเร็จรูป รองลงมาสั่งตัด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามประเภทเสื้อผ้ายซื้อสำเร็จรูป

ประเภทเสื้อผ้ายสำเร็จรูป	ขนาด							
	S		M		L		XL	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อ	42	12.8	93	28.3	149	45.3	45	13.7
กระโปรง	26	13.5	60	31.3	86	44.8	19	9.9
กางเกง	31	15.7	66	33.5	86	43.7	14	7.1

ลักษณะผ้าคลุมผม	จำนวน	ร้อยละ
ผ้าคลุมผม	184	46.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเสื้อผ้ายที่สวมใส่ซื้อสำเร็จรูปประเภทเสื้อ 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

ลักษณะเสื้อผ้ายที่สวมใส่ซื้อสำเร็จรูปประเภทกระโปรง 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

ลักษณะเสื้อผ้ายที่สวมใส่ซื้อสำเร็จรูปประเภทกางเกง 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

ตารางที่ 4.9 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามประเภทเสื้อผ้าสั่งตัด

ประเภทเสื้อผ้าสั่งตัด	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อ	171	42.8
กระโปรง	132	33.0
กางเกง	56	14.0
ผ้าคลุมผม	90	22.5

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่ประเภทเสื้อผ้าสั่งตัด 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

ตารางที่ 4.10 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทสีที่ชอบ

ประเภทสีของเสื้อผ้า	จำนวน	ร้อยละ
สีขาว	150	37.5
สีน้ำเงิน/ฟ้า	102	25.5
สีครีม	97	24.3
สีเทา	53	13.3
สีน้ำตาล	79	19.8
สีดำ	136	34.0
สีเขียวเข้ม	35	8.8

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเสื้อผ้าประเภทสีที่ชอบ โดยส่วนชอบสีขาว จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ สีดำ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และสีน้ำเงิน/ฟ้า จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทชนิดของผ้า

ชนิดของผ้า	จำนวน	ร้อยละ
ผ้าฝ้าย	253	63.3
ผ้าไหม	41	10.3
อื่นๆ เช่น ผ้าฝ้ายผสม	106	26.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะชนิดของผ้า โดยส่วนใช้ผ้าฝ้าย จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา คือ ผ้าฝ้ายผสม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และ ผ้าไหม จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทผิวสัมผัสของเนื้อผ้า

ผิวสัมผัสของเนื้อผ้า	จำนวน	ร้อยละ
นุ่ม	340	85.0
มันวาว	35	8.8
อื่นๆ เช่น ลื่น	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเสื้อผ้าตามประเภทผิวสัมผัสของเนื้อผ้า โดยส่วนใช้ผ้านุ่ม 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

ตารางที่ 4.13 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายที่ชอบ

ลวดลายที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ลายพื้นฐาน	249	62.3
ลายประยุกต์	198	49.5

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายที่ชอบ โดยชอบลายพื้นฐาน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ ลายประยุกต์ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายประยุกต์ที่ชอบ

ลวดลายประยุกต์ที่ชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ลวดลายผสมผสานกับเพชรเทียม ลูกปัด เลื่อม กระจก การฉลุผ้า	123	30.8
ลวดลายสิ่งของเบ็ดเตล็ด เช่น ลวดลายหยดน้ำตา ลวดลายหัวใจ ลวดลายเกลียว	77	19.3
ลวดลายผสมผสาน เช่น การปัก ดอกไม้หลากหลายชนิดในผืน เดียวกัน	91	22.8
ลวดลายไม้ดอก	73	18.3
ลวดลายผักและผลไม้	8	2.0
ลวดลายพรรณไม้ที่ไม่ใช่ไม้ดอกและ ไม้ผล	27	6.8

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายประยุกต์ที่ชอบ โดยชอบลายประยุกต์ คือ ลวดลายผสมผสานกับเพชรเทียม ลูกปัด 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

ตารางที่ 4.15 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าผลิตมาจากประเทศ

เสื้อผ้าผลิตมาจากประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นเสื้อผ้าที่ผลิตจากประเทศไทย	356	89.0
เป็นเสื้อผ้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ	60	15.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์พบว่า ลักษณะเสื้อผ้าผลิตมาจากประเทศไทย จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.0 รองลงมา เป็นเสื้อผ้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 4.16 แสดงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด/ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
<b>1.ด้านผลิตภัณฑ์</b>									
<b>1.1 เนื้อผ้าและลักษณะการสัมผัส</b>									
1.1.1 ความทนทานของผ้า	2	2	54	171	171	4.27	.747	มากที่สุด	2
1.1.2 เนื้อผ้าสวมใส่สบาย	1	2	21	141	235	4.52	.654	มากที่สุด	1
1.1.3 ความยากง่ายในการซัก	2	15	106	143	134	3.98	.893	มาก	5
1.1.4 ความสะดวกในการดูแลรักษา	3	14	71	165	147	4.10	.863	มาก	4
1.1.5 ความประณีตในการตัดเย็บ	1	14	51	148	186	4.26	.830	มากที่สุด	3
<b>1.2 รูปแบบและดีไซน์</b>									
1.2.1 เหมาะสมกับรูปร่างและบุคลิก	2	1	16	124	257	4.58	.632	มากที่สุด	1
1.2.2 ใ้สบายใช้งานได้หลายโอกาส	1	8	47	139	205	4.35	.738	มากที่สุด	3
1.2.3 รูปแบบถูกใจ	2	2	35	128	233	4.47	.718	มากที่สุด	2
1.2.4 รูปแบบทันสมัย	5	14	117	132	132	3.93	.934	มาก	5
1.2.5 อยู่ในสมัยนิยม	7	17	106	128	142	3.95	.973	มาก	4
<b>1.3 สี สัน ลวดลายเสื้อผ้า การตกแต่ง</b>									
1.3.1 สี สันเด่นสะดุดตา	58	59	133	96	54	3.07	1.227	ปานกลาง	5
1.3.2 สี สันเรียบร้อยไม่ฉูดฉาด	3	18	76	138	165	4.11	.917	มาก	1
1.3.3 มีลวดลายอยู่ในเนื้อผ้า	11	37	113	131	108	3.72	1.046	มาก	2
1.3.4 มีลายปัก หรือ ปักฉลุ	42	60	116	107	75	3.28	1.229	ปานกลาง	3
1.3.5 มีการตกแต่งด้วยเข็มกลัด	54	68	116	89	73	3.15	1.283	ปานกลาง	4

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น มุสลิม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด/ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
<b>1.4 ตรายี่ห้อ</b>									
1.4.1 ตรายี่ห้อเป็นของต่างประเทศ	35	87	138	106	34	3.04	1.083	ปานกลาง	4
1.4.2 ตรายี่ห้อเป็นของในประเทศ	7	35	115	127	116	3.78	1.018	มาก	1
1.4.3 ตรายี่ห้อที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	19	43	190	107	41	3.27	.951	ปานกลาง	3
1.4.4 ไม่ยึดติดกับตรายี่ห้อ ยี่ห้ออะไรก็ได้	6	25	122	158	89	3.75	.922	มาก	2
<b>2. ด้านราคา</b>									
2.1 ราคาแพง	20	48	224	91	17	3.09	.843	ปานกลาง	4
2.2 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเสื้อผ้า	2	5	75	171	147	4.14	.795	มาก	2
2.3 ราคาเหมาะสมกับความพึงพอใจที่ได้รับ	1	4	78	161	156	4.17	.788	มาก	1
2.4 ราคาถูก	7	24	157	139	73	3.62	.910	มาก	3
<b>3. ด้านการจัดจำหน่าย</b>									
3.1 จากร้านที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ	13	40	150	156	41	3.43	.920	มาก	2
3.2 ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ	30	78	160	108	24	3.05	1.003	ปานกลาง	6
3.3 ในงานแสดงสินค้า	22	64	143	120	51	3.29	1.054	ปานกลาง	4
3.4 ร้านเฉพาะที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่นมุสลิมทั่วไป	6	28	102	135	129	3.88	.991	มาก	1
3.5 ตามบริเวณตลาดนัด	37	55	111	95	102	3.43	1.260	มาก	2
3.6 ตามบาทวิถี (ทางเท้า)	112	84	120	58	26	2.51	1.222	น้อย	5

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด/ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>									
<b>4.1 การโฆษณา</b>									
4.1.1 ผ่านทางโทรทัศน์	76	102	123	71	28	2.68	1.173	ปานกลาง	4
4.1.2 ผ่านทางนิตยสาร	26	64	113	125	72	3.38	1.144	มาก	2
4.1.3 ผ่านทางแคตตาล็อก/สิ่งพิมพ์	36	72	151	87	54	3.13	1.133	ปานกลาง	3
4.1.4 โฆษณา ณ จุดขายหรือหน้าร้าน	16	29	106	123	126	3.79	1.089	มาก	1
<b>4.2 การส่งเสริมการขาย</b>									
4.2.1 การให้ส่วนลด	16	37	86	127	134	3.82	1.118	มาก	1
4.2.2 การรับประกันให้เงินคืนในกรณีชำรุด	36	40	80	105	139	3.68	1.287	มาก	2
<b>4.3 การใช้พนักงานขาย</b>									
4.3.1 การต้อนรับและมีมนุษยสัมพันธ์จากพนักงานขายในร้าน	4	15	70	123	188	4.19	.923	มาก	2
4.3.2 ความเป็นกันเองของพนักงานขาย	2	16	60	144	178	4.20	.873	มาก	1
4.3.3 พนักงานสามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำได้ดี	4	19	62	131	184	4.18	.930	มาก	3

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์พบว่าความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมมีดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

1. เนื้อผ้าและลักษณะการสัมผัส ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ใช้เนื้อผ้าสวมใส่สบาย ความทนทานของผ้า และ ความประณีตในการตัดเย็บ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.52 4.27 และ 4.26 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความสะดวกในการดูแลรักษา และ ความยากง่ายในการซัก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.10 และ 3.98 ตามลำดับ

2. รูปแบบและดีไซน์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ใช้เหมาะสมกับรูปร่างและบุคลิก รูปแบบถูกใจ และ เรียบง่ายใช้งานได้หลายโอกาส โดยมีค่าเฉลี่ย 5.58 4.47 และ 4.35 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ อยู่ในสมัยนิยม และ รูปแบบนำสมัย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ 3.93 ตามลำดับ

3. สีสีน ลวดลายเสื้อผ้า การตกแต่ง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ใช้สีสีน เรียบร้อยไม่ฉูดฉาด มีลวดลายอยู่ในเสื้อผ้า โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 และ 3.72 ตามลำดับ

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

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

#### ด้านราคา

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

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ราคาแพง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09

#### ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ร้านเฉพาะที่จำหน่ายสินค้าแฟชั่นมุสลิมทั่วไป จากร้านที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก 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

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. การโฆษณา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ รับรู้จากโฆษณา ณ จุดขาย หรือ หน้าร้าน และ ผ่านทางนิตยสาร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 และ 3.38 ตามลำดับ

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

2. การส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การให้ส่วนลด และ การรับประกันให้เงินคืนในกรณีชำรุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.68 ตามลำดับ

3. การใช้พนักงานขาย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความเป็นกันเองของการต้อนรับและมีมนุษยสัมพันธ์จากพนักงานขายในร้าน และ พนักงานสามารถตอบคำถามและให้คำแนะนำได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 4.19 4.18 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน

ตารางที่ 4.17 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะการแต่งกาย

ลักษณะการแต่งกาย	จำนวน	ร้อยละ
แต่งกายตามสมัยนิยม	174	43.5
แต่งกายล้ำสมัยและเป็นผู้นำแฟชั่น	25	6.3
แต่งกายธรรมดา	201	50.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์พบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะการแต่งกายธรรมดา จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 รองลงมา คือ แต่งกายตามสมัยนิยม จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 และ แต่งกายล้ำสมัยและเป็นผู้นำแฟชั่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง	30	7.5
สองเดือนครั้ง	29	7.3
สามเดือนครั้ง	17	4.3
แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน	324	81.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์พบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม 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

ตารางที่ 4.19 แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
180	1	.3
200	10	2.5
230	1	.3
240	1	.3
250	3	.8
280	2	.5
299	2	.5
300	17	4.3
340	14	3.5
350	11	2.8
370	2	.5
380	1	.3
390	1	.3
400	42	10.5
450	14	3.5
460	1	.3
480	1	.3
500	71	17.8
540	1	.3
550	5	1.3
560	2	.5
580	1	.3
600	44	11.0
650	8	2.0
670	1	.3
680	5	1.3
690	1	.3
700	32	8.0
750	17	4.3
760	1	.3
780	1	.3
800	29	7.3
825	1	.3
850	2	.5
900	12	3.0

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
980	1	.3
1000	15	3.8
1100	1	.3
1200	5	1.3
1500	5	1.3
1800	1	.3
2000	10	2.5
3000	3	.8
5000	1	.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ค่าเฉลี่ย = 650.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 440.598

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์พบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม 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 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 440.598

#### ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ที่แตกต่างกัน

##### 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงการทดสอบสมมติฐานค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามเพศ

#### Group Statistics

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ค่าใช้จ่าย ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง ชาย	130	590.65	513.307	45.020
หญิง	270	679.55	398.759	24.268

## Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง	Equal variances assumed	.306	.581	-1.896	398	.059	-88.91	46.882	-181.074	3.262
	Equal variances not assumed			-1.738	206.497	.084	-88.91	51.144	-189.737	11.926

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านเพศกับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม โดยใช้การทดสอบแบบ Independent Sample t-test พบว่ามีค่า Sig มากกว่า 0.05 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมไม่แตกต่างกัน

## 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงการทดสอบสมมติฐานค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามอายุ

## ANOVA

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	872317.7	4	218079.432	1.125	.344
Within Groups	7.7E+07	395	193883.636		
Total	7.7E+07	399			

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านอายุกับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig มากกว่า 0.05 หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมไม่แตกต่างกัน

## 1.3 อาชีพที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบสมมติฐานค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามอาชีพ

## ANOVA

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6183403	7	883343.333	4.858	.000
Within Groups	7.1E+07	392	181818.752		
Total	7.7E+07	399			

ค่า sig มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์พบว่า การทดสอบสมมุติฐานด้านระดับอาชีพกับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การเปรียบเทียบรายคู่ LSD (Least Significant Difference) ดังตาราง

ตารางที่ 4.23 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามระดับอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักศึกษา/ นักเรียน	รับราชการ /พนักงาน ของรัฐ	รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ	ประกอบอาชีพอิสระ	รับจ้าง ทั่วไป	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		534.77	540.45	505.63	719.19	896.59	618.46	957.14	669.39
นักศึกษา/นักเรียน	534.77	-	-5.68 (.935)	29.14 (.802)	-184.42** (.003)	-361.82** (.000)	-83.69 (.381)	-422.38** (.000)	-134.62 (.079)
รับราชการ / พนักงานของรัฐ	540.45	-	-	34.82 (.769)	-178.74 (.007)**	-356.14 (.001)**	-78.01 (.429)	-416.70** (.000)	-128.94 (.108)
รัฐวิสาหกิจ	505.63	-	-	-	-213.56 (.062)	-390.97** (.006)	-112.84 (.405)	-451.52** (.002)	-163.76 (.183)
พนักงาน บริษัทเอกชน	719.19	-	-	-	-	-177.41 (.075)	100.72 (.278)	-237.96 (.019)*	49.80 (.495)
เจ้าของกิจการ	896.59	-	-	-	-	-	278.13* (.025)	-60.55 (.642)	227.20* (.039)
ประกอบอาชีพ อิสระ	618.46	-	-	-	-	-	-	338.68** (.007)	287.76* (.010)
รับจ้างทั่วไป	957.14	-	-	-	-	-	-	-	-287.76* .010
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	669.39	-	-	-	-	-	-	-	-

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ ประกอบอาชีพอิสระ รับจ้างทั่วไป และพ่อบ้าน/แม่บ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ รับราชการ /พนักงานของรัฐ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของกิจการ รับจ้างทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ รัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ เจ้าของกิจการ รับจ้างทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ รับจ้างทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ ประกอบอาชีพอิสระ และพ่อบ้าน/แม่บ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ ประกอบอาชีพอิสระ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ รับจ้างทั่วไป และพ่อบ้าน/แม่บ้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ รับจ้างทั่วไป มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

#### 1.4 การศึกษาที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงการทดสอบสมมติฐานมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน จำแนกตามการศึกษา

#### ANOVA

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1037898	2	518948.982	2.696	.069
Within Groups	7.6E+07	397	192489.814		
Total	7.7E+07	399			

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านการศึกษาเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig มากกว่า 0.05 หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมไม่แตกต่างกัน

#### 1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบสมมติฐานมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน จำแนกตามรายได้

#### ANOVA

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2338084	3	779361.384	4.109	.007
Within Groups	7.5E+07	396	189692.601		
Total	7.7E+07	399			

ค่า sig มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านระดับรายได้กับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การเปรียบเทียบรายคู่ LSD (Least Significant Difference) ดังตาราง

ตารางที่ 4.26 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – บาทขึ้นไป
	598.45	738.78	619.36	523.65
ค่าเฉลี่ย				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	598.45	-140.33* (.017)	-20.91 (.741)	74.81 (.343)
10,001 – 20,000 บาท	738.78	-	119.42* (.028)	215.14** (.003)
20,001 – 30,000 บาท	619.36	-	-	-95.72 (.205)
30,001 – บาทขึ้นไป	523.65	-	-	-

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามมี 10,001 – 20,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 – บาทขึ้นไป

## 1.6 สถานภาพที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงการทดสอบสมมติฐานมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมที่แตกต่างกัน จำแนกตามสถานภาพ

### ANOVA

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2926213	2	1463106.282	7.794	.000
Within Groups	7.5E+07	397	187733.354		
Total	7.7E+07	399			

ค่า sig มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์พบว่าการทดสอบสมมติฐานด้านระดับสถานภาพกับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม โดยใช้การทดสอบแบบ One Way ANOVA พบว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การเปรียบเทียบรายคู่ LSD (Least Significant Difference) ดังตาราง

ตารางที่ 4.28 แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	โสด	สมรส	หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่
		577.58	699.79	830.64
โสด	577.58	-	-122.20** (.009)	-253.06** (.000)
สมรส	699.79	-	-	122.20** (.009)
หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่	830.64	-	-	-

\*\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส และ หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่

ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรส มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพหย่า / หม้าย / แยกกันอยู่

**สมมติฐานที่ 2** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพมีความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และ ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

**2.1** เพศมีความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 4.29 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามเพศ

**เพศ \* ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด Crosstabulation**

Count

		ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด			Total
		แต่งกายตามสมัยนิยม	แต่งการล้ำสมัย	แต่งกายธรรมดา	
เพศ	ชาย	57	9	64	130
	หญิง	117	16	137	270
Total		174	25	201	400

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.185 <sup>a</sup>	2	.912
Likelihood Ratio	.182	2	.913
Linear-by-Linear Association	.038	1	.845
N of Valid Cases	400		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.13.

**เพศ \* ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน Crosstabulation**

Count

		ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน				Total
		เดือนละครั้ง	สองเดือนครั้ง	สามเดือนครั้ง	แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน	
เพศ	ชาย	8	13	7	102	130
	หญิง	22	16	10	222	270
Total		30	29	17	324	400

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.211 <sup>a</sup>	3	.360
Likelihood Ratio	3.105	3	.376
Linear-by-Linear Association	.155	1	.694
N of Valid Cases	400		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.53.

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มีค่า sig มากกว่า .05 หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

2.2 อายุมีความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามอายุ

#### อายุ \* ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด Crosstabulation

Count		ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด			Total
		แต่งกายตามสมัยนิยม	แต่งการล้ำสมัย	แต่งกายธรรมดา	
อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	30	2	37	69
	21-30 ปี	70	10	92	172
	31-40 ปี	44	10	35	89
	41-50 ปี	21	2	27	50
	51 ปีขึ้นไป	9	1	10	20
Total		174	25	201	400

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.125 <sup>a</sup>	8	.332
Likelihood Ratio	8.951	8	.346
Linear-by-Linear Association	.405	1	.525
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (20.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.25.

#### อายุ \* ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน Crosstabulation

Count		ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน				Total
		เดือนละครั้ง	สองเดือนครั้ง	สามเดือนครั้ง	แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน	
อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	5	2	2	60	69
	21-30 ปี	9	11	10	142	172
	31-40 ปี	7	12	4	66	89
	41-50 ปี	3	4	1	42	50
	51 ปีขึ้นไป	6			14	20
Total		30	29	17	324	400

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.052 <sup>a</sup>	12	.008
Likelihood Ratio	23.309	12	.025
Linear-by-Linear Association	4.989	1	.026
N of Valid Cases	400		

a. 8 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .85.

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย มีค่า sig มากกว่า .05 หมายความว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแต่งกาย ส่วนความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม sig น้อยกว่า .05 หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

2.3 อาชีพมีความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามอาชีพ

#### อาชีพ \* ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด Crosstabulation

Count		ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด			Total
		แต่งกายตามสมัยนิยม	แต่งการล้ำสมัย	แต่งกายธรรมดา	
อาชีพ	ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ20ปี	33	6	47	86
	รับราชการ/พนักงานของรัฐ	35	4	28	67
	รัฐวิสาหกิจ	5	1	10	16
	พนักงานบริษัทเอกชน	44	5	64	113
	เจ้าของกิจการ	13	1	8	22
	ประกอบอาชีพอิสระ	13	2	11	26
	รับจ้างทั่วไป	11	2	8	21
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	20	4	25	49
Total		174	25	201	400

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.726 <sup>a</sup>	14	.707
Likelihood Ratio	10.738	14	.706
Linear-by-Linear Association	.336	1	.562
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.00.

### อาชีพ \* ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน Crosstabulation

Count

	ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน				Total
	เดือนละครั้ง	สองเดือนครั้ง	สามเดือนครั้ง	แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน	
อาชีพ					
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ20ปี	6	4	4	72	86
รับราชการ/พนักงานของรัฐ	5	4	4	54	67
รัฐวิสาหกิจ		3	1	12	16
พนักงานบริษัทเอกชน	7	8	5	93	113
เจ้าของกิจการ	1	1		20	22
ประกอบอาชีพอิสระ	1	5	2	18	26
รับจ้างทั่วไป	1	3	1	16	21
พอบ้าน/แม่บ้าน	9	1		39	49
Total	30	29	17	324	400

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	28.017 <sup>a</sup>	21	.140
Likelihood Ratio	28.042	21	.139
Linear-by-Linear Association	2.064	1	.151
N of Valid Cases	400		

a. 19 cells (59.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .68.

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มีค่า sig มากกว่า .05 หมายความว่า อาชีพไม่มี ความสัมพันธ์กับลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

2.4 การศึกษามีความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 4.32 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามการศึกษา

**ระดับการศึกษา \* ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด Crosstabulation**

Count

		ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด			Total
		แต่งกายตามสมัยนิยม	แต่งการล้ำสมัย	แต่งกายธรรมดา	
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	10	62	117
	ปริญญาตรี	112	14	112	238
	สูงกว่าปริญญาตรี	17	1	27	45
Total		174	25	201	400

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.430 <sup>a</sup>	4	.246
Likelihood Ratio	5.700	4	.223
Linear-by-Linear Association	.033	1	.856
N of Valid Cases	400		

a. 1 cells (11.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.81.

**ระดับการศึกษา \* ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน Crosstabulation**

Count

		ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน				Total
		เดือนละครั้ง	สองเดือนครั้ง	สามเดือนครั้ง	แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน	
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	13	9	3	92	117
	ปริญญาตรี	12	17	13	196	238
	สูงกว่าปริญญาตรี	5	3	1	36	45
Total		30	29	17	324	400

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.971 <sup>a</sup>	6	.324
Likelihood Ratio	7.012	6	.320
Linear-by-Linear Association	.551	1	.458
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.91.

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มีค่า sig มากกว่า .05 หมายความว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

2.5 รายได้มีความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 4.33 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามรายได้

**รายได้ต่อเดือน \* ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด Crosstabulation**

Count		ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด			Total
		แต่งกายตามสมัยนิยม	แต่งการล้ำสมัย	แต่งกายธรรมดา	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า10,000บาท	31	3	50	84
	10,000-20,000บาท	73	11	74	158
	20,001-30,000บาท	52	7	51	110
	30,001บาทขึ้นไป	18	4	26	48
Total		174	25	201	400

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.572 <sup>a</sup>	6	.473
Likelihood Ratio	5.696	6	.458
Linear-by-Linear Association	.459	1	.498
N of Valid Cases	400		

a. 1 cells (8.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.00.

**รายได้ต่อเดือน \* ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน Crosstabulation**

Count		ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน				Total
		เดือนละครั้ง	สองเดือนครั้ง	สามเดือนครั้ง	แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน	
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า10,000บาท	4	7	7	66	84
	10,000-20,000บาท	14	16	5	123	158
	20,001-30,000บาท	5	5	3	97	110
	30,001บาทขึ้นไป	7	1	2	38	48
Total		30	29	17	324	400

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.847 <sup>a</sup>	9	.070
Likelihood Ratio	15.512	9	.078
Linear-by-Linear Association	.097	1	.756
N of Valid Cases	400		

a. 5 cells (31.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.04.

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มีค่า sig มากกว่า .05 หมายความว่า รายได้ไม่มี ความสัมพันธ์กับลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

2.6 สถานภาพมีความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความสัมพันธ์ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามสถานภาพ

### สถานภาพ \* ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด Crosstabulation

Count

		ลักษณะการแต่งกายของท่านจัดอยู่ในลักษณะใด			Total
		แต่งกายตามสมัยนิยม	แต่งการล้ำสมัย	แต่งกายธรรมดา	
สถานภาพ	โสด	87	11	111	209
	สมรส	67	9	70	146
	หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	20	5	20	45
Total		174	25	201	400

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.195 <sup>a</sup>	4	.526
Likelihood Ratio	2.898	4	.575
Linear-by-Linear Association	.957	1	.328
N of Valid Cases	400		

a. 1 cells (11.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.81.

สถานภาพ \* ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน Crosstabulation

Count

	ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมของท่าน				Total
	เดือนละครั้ง	สองเดือนครั้ง	สามเดือนครั้ง	แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน	
สถานภาพ โสด	14	14	12	169	209
สมรส	12	13	5	116	146
หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	4	2		39	45
Total	30	29	17	324	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.985 <sup>a</sup>	6	.546
Likelihood Ratio	6.842	6	.336
Linear-by-Linear Association	.017	1	.895
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.91.

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้าน ลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มีค่า sig มากกว่า .05 หมายความว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

สมมติฐานที่ 3 ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

ตารางที่ 4.35 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมมีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P2.1	P3.1	P4.1	P4.2	P4.3	ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง
P1	Pearson Correlation	1	.586*	.231*	.354*	.483*	.354*	.379*	.463*	.465*	-.032
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.529
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
P2	Pearson Correlation	.586*	1	.357*	.369*	.476*	.413*	.393*	.450*	.449*	.008
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.872
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
P3	Pearson Correlation	.231*	.357*	1	.312*	.319*	.403*	.413*	.228*	.239*	-.006
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.904
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
P4	Pearson Correlation	.354*	.369*	.312*	1	.512*	.630*	.453*	.386*	.256*	.041
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.410
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
P2.1	Pearson Correlation	.483*	.476*	.319*	.512*	1	.530*	.502*	.470*	.457*	-.002
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	.966
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
P3.1	Pearson Correlation	.354*	.413*	.403*	.630*	.530*	1	.621*	.482*	.343*	.086
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.085
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
P4.1	Pearson Correlation	.379*	.393*	.413*	.453*	.502*	.621*	1	.531*	.464*	-.009
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.863
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
P4.2	Pearson Correlation	.463*	.450*	.228*	.386*	.470*	.482*	.531*	1	.690*	.011
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.833
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
P4.3	Pearson Correlation	.465*	.449*	.239*	.256*	.457*	.343*	.464*	.690*	1	-.033
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.507
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมต่อครั้ง	Pearson Correlation	-.032	.008	-.006	.041	-.002	.086	-.009	.011	-.033	1
	Sig. (2-tailed)	.529	.872	.904	.410	.966	.085	.863	.833	.507	.
	N	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมในทุกๆ ด้าน มีค่า sig มากกว่า .05 หมายความว่า ข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิมในทุก ๆ ด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม