

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าจากร้านวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าจากร้านวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากประชากรในเขตอำเภอเมืองลำพูน อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้น โดยทำการศึกษาในพื้นที่ 7 ตำบล ได้แก่ ดั่นธง เวียงยอง ศรีบัวบาน บ้านกลาง อุโมงค์ ริมปิงและในเมือง ซึ่งมีร้านวิสาหกิจชุมชนอยู่ในพื้นที่ โดยเก็บแบบสอบถามจำนวน 398 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าจากวิสาหกิจชุมชนของผู้บริโภค โดยใช้สถิติไคแควร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทำการวิจัย ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมปลาย อาชีพรับจ้าง สถานภาพสมรส มีสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 4 คน ระดับเงินเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ส่วนปัจจัยทางการตลาดส่วนใหญ่ให้ความสำคัญคือ เสื้อผ้ามีหลากหลายรูปแบบ มีหลายระดับราคา การเดินทางไปซื้อเสื้อผ้ามีความสะดวกและประกอบกับพนักงานขายมีกิริยามารยาทที่ดีต่อลูกค้า

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางการสมรสและรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคจากร้านวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ส่วนปัจจัยทางการตลาด มีเพียงปัจจัยทางด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคจากร้านวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

This study was conducted to investigate: 1) costume purchasing behavior of consumers at the community enterprise shops in Muang district, Lamphun province; and 2) factors effecting garment purchasing behavior at the community enterprise shops. A set of questionnaires was used for data collection administered with 398 consumers who were 15 years old and above living in 7 sub – districts of Muang district, Lamphun province: Tonthong, Wiangyong, Sribuaban, Baanklang, Umong, Rimping, and Naimuang. Chi – square and the Statistical Package were used for finding percentage, mean, and standard deviation. The statistical significance level was determined at 0.05

Result of the study revealed that most of the respondents were female, 36 – 45 years old, married, upper – secondary school graduates, and hired – workers. They had 4 family members on average with a monthly income of lower than 5,000 baht. For market factors, most of the respondents placed the importance of various price and styles of costume, convenience, and good etiquette of sellers.

Based on the hypothesis testing, it was found that personal factors: educational attainment, marital status, and monthly income had a relationship with the costume purchasing behavior of the respondents. For market factors, only price had a relationship with the purchasing behavior of the respondents.