

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
ขอบเขตการศึกษา	15
วิธีการศึกษา	15
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	15
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	17
สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	17
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	25
ของผู้ตอบแบบสอบถาม	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อ การซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการประกอบอาชีพและการ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบ แบบสอบถามจำแนกตามรายได้	52
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	89
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจาก แหล่งขายส่งแต่ละแห่งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	105
ส่วนที่ 7 ปัญหาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	108
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	109
สรุปผลการศึกษา	109
อภิปรายผลการศึกษา	116
ข้อค้นพบ	121
ข้อเสนอแนะ	121
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป	129
บรรณานุกรม	131
ภาคผนวก	133
ประวัติผู้เขียน	142

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	19
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	19
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	20
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพหลัก (นอกเหนือจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี)	20
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการจำหน่ายเสื้อผ้า แฟชั่นสตรีนอกเหนือจากการจำหน่ายที่ดินคนเดินกรีนมาร์เก็ต	21
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก ไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีใน 1 สัปดาห์	21
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้สุทธิต่อ เดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	22
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาใน การประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	23
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะ ของการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของ	23
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอำนาจ ในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย	24
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย	25
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย	26
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย	27
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของโทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ เพื่อนำมาจำหน่ายเป็นประจำ	27
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชิ้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย	29
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของการตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายโดยเฉลี่ยต่อตัว (%)	29
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนร้านค้าส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย โดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ราย)	30
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย	31
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีด้วยตนเอง	31
4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย	32
4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายบ่อยที่สุด	33
4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายจากร้านค้าส่ง (นอกเหนือจากการไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายด้วยตัวเอง)	33
4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากร้านค้าส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย	34
4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือก รูปแบบ/สี ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย	35
4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการในการประมาณการความต้องการ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	36
4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม	37

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อเดือนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย	38
4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายบ่อยที่สุด	39
4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย	40
4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
4.35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
4.36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
4.37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
4.38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีนอกจากการจำหน่ายที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตจำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	52

ลิขสิทธิ์ในเอกสารฉบับนี้สงวนไว้
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	54
4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	56
4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	58
4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	60
4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	62
4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	64
4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของโทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	66
4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชิ้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	68
4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของการตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ซื้อมาโดยเฉลี่ย (%) จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	70
4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	72
4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายบ่อยที่สุด จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	74
4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ใช้ในการซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	78
4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าส่งที่แหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	80
4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการในการประมาณการความต้องการซื้อสี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	82
4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	85
4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	87
4.57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	89
4.58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	92
4.59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	94
4.60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อบัณฑิตตลาดองค์กรด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	99
4.62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อบัณฑิตตลาดองค์กรด้านปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	101
4.63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อบัณฑิตตลาดองค์กรด้านปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	103
4.64 แสดงเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งค้าส่งแต่ละแห่งของผู้ตอบแบบสอบถาม	105
4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม	108
5.1 แสดงส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเดือน	111
5.2 สรุปข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของการประกอบอาชีพและการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน	113
5.3 แสดงปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยตลาดองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม	115