

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดและทฤษฎี	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	13
วิธีการศึกษา	14
การวิเคราะห์ข้อมูล	14
ระยะเวลาในการศึกษา	15
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	15
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อชุดราตรีของผู้หญิงวัยทำงานใน อำเภอเมืองเชียงใหม่	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2.1 พฤติกรรมการซื้อชุดราตรีของผู้หญิงวัยทำงานใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามช่วงอายุ	35
ส่วนที่ 2.2 พฤติกรรมการซื้อชุดราตรีของผู้หญิงวัยทำงานใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้	63
ส่วนที่ 2.3 พฤติกรรมการซื้อชุดราตรีของผู้หญิงวัยทำงานใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทชุดราตรี สำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	89
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อชุดราตรี ของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่	118
ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม	124
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	125
อภิปรายผล	132
ข้อค้นพบ	136
ข้อเสนอแนะ	141
บรรณานุกรม	148
ภาคผนวก	150
ประวัติผู้เขียน	158

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส	17
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	18
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	19
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทงานเลี้ยงที่สวมชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อเข้าร่วมงาน	20
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาของงานเลี้ยงที่สวมชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อเข้าร่วมงาน	21
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความยาวของชุดราตรีสำเร็จรูปที่นิยมซื้อ	21
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของชุดราตรีที่ซื้อ	22
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความชอบระหว่างชุดราตรีสำเร็จรูปที่มีฮู้และไม่มียี่ฮู้	22
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมไปเลือกซื้อชุดราตรีสำเร็จรูป	23
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่นิยมซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปบ่อยที่สุด	24
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อชุดราตรีสำเร็จรูป	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเครื่องประดับที่มีลักษณะคล้ายกับชุตราตรี	25
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุที่เลือกซื้อชุตราตรีสำเร็จรูป	26
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อชุตราตรีสำเร็จรูป	27
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการตัดสินใจซื้อชุตราตรีสำเร็จรูป	27
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อชุตราตรีสำเร็จรูป	28
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับชุตราตรีสำเร็จรูป	28
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่คำนึงเกี่ยวกับงานเลี้ยงในขณะเลือกซื้อชุตราตรีมากที่สุด	29
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนชุตราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา	30
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใส่ชุตราตรีสำเร็จรูปซ้ำหลังจากใส่แล้ว 1 ครั้ง	30
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อชุตราตรีสำเร็จรูปใหม่	31
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้สึกรู้สึกต่อชุตราตรีสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่	31
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อหรือไม่ซื้อชุตราตรีสำเร็จรูปจากร้านเดิม	32
26.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อชุตราตรีสำเร็จรูปจากร้านเดิม	32

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ไม่ซื้อ ชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านเดิม	33
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกที่จะ แนะนำหรือไม่แนะนำคนอื่น ๆ ให้ไปซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านที่ตนเองซื้อ	33
27.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่จะ แนะนำให้ไปซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านที่ตนเองซื้อ	34
27.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่จะไม่ แนะนำให้ไปซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านที่ตนเองซื้อ	34
28	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไป งานเลี้ยงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	35
29	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทงานเลี้ยงที่สวมชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อ เพื่อเข้าร่วมงานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	36
30	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาด้านงานเลี้ยงที่สวมชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อ เพื่อเข้าร่วมงานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	38
31	แสดงจำนวนและร้อยละของความยาวของชุดราตรีสำเร็จรูปที่นิยมซื้อของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	39
32	แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดของชุดราตรีที่ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	40
33	แสดงจำนวนและร้อยละของความชอบระหว่างชุดราตรีสำเร็จรูปที่มีฮู้และ ไม่มีฮู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	41
34	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่นิยมไปเลือกซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	42
35	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่นิยมซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปบ่อยที่สุดของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	44
36	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อชุดราตรีสำเร็จรูป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
37	แสดงจำนวนและร้อยละของเครื่องประดับที่มักซื้อควบคู่กับชุดราตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	47
38	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่เลือกซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	48
39	แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	49
40	แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการตัดสินใจซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	51
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	52
42	แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	53
43	แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่คำนึงเกี่ยวกับงานเลี้ยงในขณะเลือกซื้อชุดราตรีมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	55
44	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	56
45	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ใส่ชุดราตรีสำเร็จรูปซ้ำหลังจากใส่แล้ว 1 ครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	57
46	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปใหม่ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	59
47	แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้จักต่อชุดราตรีสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	60
48	แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อหรือไม่ซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านเดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	61
49	แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกที่จะแนะนำหรือไม่แนะนำคนอื่น ๆ ให้นำไปซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านที่ตนเองซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
50	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทชู้คราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไป งานเลี้ยงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	63
51	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทงานเลี้ยงที่สวมชู้คราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อ เพื่อเข้าร่วมงานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	64
52	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาด้านงานเลี้ยงที่สวมชู้คราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อ เพื่อเข้าร่วมงานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	65
53	แสดงจำนวนและร้อยละของความยาวของชู้คราตรีสำเร็จรูปที่นิยมซื้อของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	66
54	แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดของชู้คราตรีที่ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	67
55	แสดงจำนวนและร้อยละของความชอบระหว่างชู้คราตรีสำเร็จรูปที่มีฮู้และ ไม่มีฮู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	68
56	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่นิยมไปเลือกซื้อชู้คราตรีสำเร็จรูปของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	69
57	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่นิยมซื้อชู้คราตรีสำเร็จรูปบ่อยที่สุดของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	71
58	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อชู้คราตรีสำเร็จรูป ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	73
59	แสดงจำนวนและร้อยละของเครื่องประดับที่มักซื้อควบคู่กับชู้คราตรีของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	74
60	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่เลือกซื้อชู้คราตรีสำเร็จรูปของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	75
61	แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อชู้คราตรีสำเร็จรูปของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	76
62	แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการตัดสินใจซื้อชู้คราตรีสำเร็จรูปของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	78

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	79
64	แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	80
65	แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่คำนึงเกี่ยวกับงานเลี้ยงในขณะเลือกซื้อชุดราตรีมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	82
66	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	83
67	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ใส่ชุดราตรีสำเร็จรูปซ้ำหลังจากใส่แล้ว 1 ครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	84
68	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	85
69	แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้สึกต่อชุดราตรีสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	86
70	แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อหรือไม่ซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านเดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	87
71	แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกที่จะแนะนำหรือไม่แนะนำคนอื่นๆให้ไปซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านที่ตนเองซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	88
72	แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทงานเลี้ยงที่สวมชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อเข้าร่วมงานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	89
73	แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาด้านงานเลี้ยงที่สวมชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อเข้าร่วมงานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
74	แสดงจำนวนและร้อยละของความยาวของชุดราตรีสำเร็จรูปที่นิยมซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	91
75	แสดงจำนวนและร้อยละของขนาดของชุดราตรีที่ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	93
76	แสดงจำนวนและร้อยละของความชอบระหว่างชุดราตรีสำเร็จรูปที่มียี่ห้อและไม่มียี่ห้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	94
77	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่นิยมไปเลือกซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	95
78	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่นิยมซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	97
79	แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	99
80	แสดงจำนวนและร้อยละของเครื่องประดับที่มักซื้อควบคู่กับชุดราตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	100
81	แสดงจำนวนและร้อยละของสาเหตุที่เลือกซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	102
82	แสดงจำนวนและร้อยละของเวลาที่ใช้ในการเลือกซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
83	แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการตัดสินใจซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	105
84	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	106
85	แสดงจำนวนและร้อยละของสื่อที่ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับชุดราตรีสำเร็จรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	108
86	แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่คำนึงเกี่ยวกับงานเลี้ยงในขณะเลือกซื้อชุดราตรีมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	109
87	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	111
88	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ใส่ชุดราตรีสำเร็จรูปซ้ำหลังจากใส่แล้ว 1 ครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	112
89	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	113
90	แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้สึกต่อชุดราตรีสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	115
91	แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อหรือไม่ซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านเดิมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	116

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
92	แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกที่จะแนะนำหรือไม่แนะนำคนอื่น ๆ ให้ไปซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านที่ตนเองซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปงานเลี้ยง	117
93	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อชุดราตรีสำเร็จรูป	118
94	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อชุดราตรีสำเร็จรูป	119
95	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้อชุดราตรีสำเร็จรูป	120
96	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อชุดราตรีสำเร็จรูป	122
97	สรุปพฤติกรรมการณ์ซื้อชุดราตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	126
98	สรุปพฤติกรรมการณ์ซื้อชุดราตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	128
99	สรุปพฤติกรรมการณ์ซื้อชุดราตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของชุดราตรีสำเร็จรูปที่ซื้อ	129
100	แสดงปัจจัยย่อยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อชุดราตรีของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ 3 อันดับแรก	131
101	แสดงพฤติกรรมการณ์ซื้อชุดราตรีที่แตกต่างกันของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 25 ปี	137
102	แสดงพฤติกรรมการณ์ซื้อชุดราตรีที่แตกต่างกันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกัน	138
103	แสดงพฤติกรรมการณ์ซื้อชุดราตรีที่แตกต่างกันของผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกซื้อชุดแตกต่างกันในแต่ละประเภท	139
104	แสดงความขัดแย้งกันในส่วนของพฤติกรรมการณ์ซื้อชุดราตรีสำเร็จรูป กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	140