

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม คือเจ้าของกิจการค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สำหรับการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วน นำเสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการประกอบอาชีพและการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งขายส่งแต่ละแห่งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ส่วนที่ 7 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ชาย	43	28.67
หญิง	107	71.33
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 150 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.33 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 28.67

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	4	2.67
21-30 ปี	76	50.67
31-40 ปี	57	38.00
41-50 ปี	9	6.00
51-60 ปี	4	2.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.67 รองลงมาคือมีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.00 และมีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ประถมศึกษา	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	3.33
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	27	18.00
อนุปริญญา/ปวส.	36	24.00
ปริญญาตรี	74	49.33
สูงกว่าปริญญาตรี	8	5.33
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.33 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 24.00 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก (นอกเหนือจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี)

อาชีพ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ไม่มี	63	42.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	17	11.33
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	38	25.33
นักเรียน/นักศึกษา	14	9.33
อื่นๆ	18	12.00
รวม	150	100.00

หมายเหตุ : อาชีพอื่นๆเช่น ธุรกิจส่วนตัว ทำสวน อาจารย์พิเศษ

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพอื่นนอกเหนือจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือลูกจ้างบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.33 และอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี นอกเหนือจากการจำหน่ายที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต

มีการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี นอกจากที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
มี	117	78.00
ไม่มี	33	22.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี นอกเหนือจากการจำหน่ายที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 78.00 และไม่มี การจำหน่ายที่อื่นเลย คิดเป็นร้อยละ 22.00

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกไปจำหน่าย เสื้อผ้าแฟชั่นสตรีใน 1 สัปดาห์ นอกเหนือจากการจำหน่ายที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต

จำนวนสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกไป จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีใน 1 สัปดาห์	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1 แห่ง	3	2.55
2 แห่ง	16	13.68
3 แห่ง	27	23.08
4 แห่ง	29	24.79
5 แห่ง	22	18.80
6 แห่ง	10	8.55
7 แห่ง	8	6.84
มากกว่า 7 แห่ง	2	1.71
รวม	117	100.00

หมายเหตุ : จากตารางที่ 4.5 มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 117 ราย ที่มีการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีนอกเหนือ จากการจำหน่ายที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต

: มากกว่า 7 แห่ง ได้แก่ 9 แห่ง (1) 10 แห่ง(1)

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.79 รองลงมา คือ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 23.08 และ 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	22	14.67
10,001-20,000 บาท	67	44.67
20,001-30,000 บาท	25	16.67
30,001 บาทขึ้นไป	36	24.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.67 รองลงมาคือมีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.00 และมีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	27	18.00
1-2 ปี	45	30.00
3-4 ปี	54	36.00
5-6 ปี	13	8.67
7-8 ปี	3	2.00
9-10 ปี	8	5.33
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 และระยะเวลาในการประกอบอาชีพต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของ

ลักษณะของการดำเนินงาน หรือการเป็นเจ้าของ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	66	44.00
คู่สามี-ภรรยา	69	46.00
หุ้นส่วน	15	10.00
รวม	150	100.00

หมายเหตุ : หุ้นส่วน ได้แก่ 1 คน (1) 2 คน (6) 3 คน (5) 4 คน (2) 5 คน (1)

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะของการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของแบบคู่สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือมีการดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 44.00 และดำเนินงานแบบหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม	88	58.67
หุ้นส่วน	3	2.00
ร่วมกัน	59	39.33
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ส่วนใหญ่ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 58.67 รองลงมาคือมีการตัดสินใจร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 39.33 และหุ้นส่วนเป็นผู้ตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย

ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว	60	40.00
เสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด	78	52.00
เสื้อคลุม/แจ็กเก็ต/สูท	59	39.33
ชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส)	86	57.33
กระโปรงสั้น	57	38.00
กระโปรงยาว	22	14.67
กางเกงขาสั้น	78	52.00
กางเกงขาวาว	32	21.33
เสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว	79	52.67
อื่นๆ	6	4.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ เช่น เกาะอก เสื้อกล้ามเสื้อตัวสั้น(เอวลอย)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายคือชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) คิดเป็นร้อยละ 57.33 รองลงมาคือเสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 52.67 และเสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืดกับกางเกงขาสั้น อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย

รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เรียบง่าย/ใส่สบาย	104	69.33
หวาน น่ารัก	73	48.67
เน้นสีล้วน สดใส	53	35.33
หรูหรา	40	26.67
แนวเกาหลี	44	29.33
แนววินเทจ	31	20.67
แนวร็อกเกอร์	14	9.33
แนวเซอร์ๆ	9	6.00
อื่นๆ	8	5.33

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ เช่น เซ็กซี่ เปรี๊ยะ อาร์ตๆ สวมใส่ทำงาน

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายคือรูปแบบที่แบบเรียบง่าย/ใส่สบาย คิดเป็นร้อยละ 69.33 รองลงมาคือหวานน่ารัก คิดเป็นร้อยละ 48.67 และเน้นสีล้วน สดใส คิดเป็นร้อยละ 35.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย

ประเภทเนื้อผ้า	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ผ้าชีฟอง	104	69.33
ผ้าคอตตอน	107	71.33
ผ้ายัด/สแปนเด็กซ์	104	69.33
ผ้าซาติน	49	32.67
ยีนส์	53	35.33
อื่นๆ	4	2.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ เช่น ผ้าโซลอน ผ้าลูกฟูก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายคือเนื้อผ้าประเภทคอตตอน คิดเป็นร้อยละ 71.33 รองลงมาคือผ้าผ้าชีฟองกับผ้ายัด/สแปนเด็กซ์ อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 69.33 และยีนส์ คิดเป็นร้อยละ 35.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของโทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายเป็นประจำ

โทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
โทนสีอ่อนๆ	91	60.67
โทนสีสันนูดลาด	42	28.00
โทนสีสันสไต	97	64.67
โทนสีขาว	42	28.00
โทนสีดำ	95	63.33
อื่นๆ	3	2.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ เช่น สียีนส์ สีตามแฟชั่น

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีใน โทนนีส์สันสไตเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 64.67 รองลงมาคือ โทนนีส์ดำ คิดเป็นร้อยละ 63.33 และ โทนนีส์อ่อนๆ คิดเป็นร้อยละ 60.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	8	5.33
5,001-7,500 บาท	22	14.67
7,501-10,000 บาท	28	18.67
10,001-12,500 บาท	21	14.00
12,501-15,000 บาท	8	5.33
15,001-17,500 บาท	10	6.67
17,501-20,000 บาท	7	4.67
20,001 บาทขึ้นไป	46	30.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.67 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 7,501-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.67 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001-7,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชั้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย

ต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชั้น	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	26	17.33
101-130 บาท	60	40.00
131-160 บาท	29	19.33
161-190 บาท	9	6.00
191-220 บาท	14	9.33
221 บาทขึ้นไป	12	8.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่มีต้นทุนเฉลี่ยต่อชั้นที่ราคา 101-130 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่มีต้นทุนเฉลี่ยต่อชั้นที่ราคา 131-160 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.33 เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่มีต้นทุนเฉลี่ยต่อชั้นที่ราคา 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของการตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายโดยเฉลี่ยต่อตัว (%)

ราคาขายโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีโดยเฉลี่ย (%)	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ต่ำกว่า 50%	61	40.67
51-75%	43	28.67
76-100%	43	28.67
101-125%	1	0.67
126-150%	1	0.67
151-175%	1	0.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ซื้อมาโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 50% คิดเป็นร้อยละ 40.67 รองลงมาคือ 51-75% กับ 76-100% อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 28.67 และ 101-125% 126-150% และ 151-175% อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนร้านค้าส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ราย)

จำนวนร้านค้าส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีโดยเฉลี่ยต่อครั้ง (ราย)	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1 ราย	12	8.00
2 ราย	19	12.67
3 ราย	33	22.00
4 ราย	18	12.00
5 ราย	11	7.33
6 ราย	7	4.67
7 ราย	5	3.33
8 ราย	3	2.00
9 ราย	0	0.00
10 รายขึ้นไป	42	28.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายจากร้านค้าส่งโดยเฉลี่ยต่อครั้งจำนวน 10 รายขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.00 และ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.674 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย

แหล่งข้อมูล	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ป้ายโฆษณา	3	2.00
ใบปลิว	4	2.67
ร้านค้าส่งเข้ามาติดต่อเองโดยตรง	19	12.67
ลูกค้านำ	13	8.67
เพื่อน/แม่ค้านำ	47	31.33
เว็บไซต์	27	18.00
ไปเลือกหาเอง (รู้จักด้วยตัวเอง)	120	80.00
นิตยสารแฟชั่น	51	34.00
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: เว็บไซต์ เช่น www.goodle.com

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีโดยการไปเลือกหาเอง (รู้จักด้วยตนเอง) คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือรู้จักจากนิตยสารแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 34.00 และรู้จักจากเพื่อน/แม่ค้านำ คิดเป็นร้อยละ 31.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีด้วยตนเอง

เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีด้วยตนเอง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ไป	131	87.33
ไม่ไป	19	12.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 87.33 และไม่ได้เดินทางไปเลือกซื้อด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 12.67

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย

วิธีการเดินทาง	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
รถส่วนตัว	68	51.91
รถทัวร์	55	41.98
เครื่องบิน	6	4.58
รถไฟ	2	1.53
รถตู้ของผู้ค้าปลีกที่จัดไปซื้อโดยตรง	0	0.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	131	100.00

หมายเหตุ : จากตารางที่ 4.27 มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 131 รายที่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีด้วยตัวเอง

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 51.91 รองลงมาคือรถทัวร์ คิดเป็นร้อยละ 41.98 และเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 4.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายบ่อยที่สุด

แหล่งขายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ประตูน้ำ	102	68.00
โบ้เบ้	51	34.00
เดอะแพลตตินั่ม แฟชั่นมอลล์	93	62.00
ตลาดนัดสวนจตุจักร	33	22.00
ตลาดวโรรส (กาดหลวง เชียงใหม่)	22	14.67
ร้านขายปลีก-ส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	13	8.67
อื่นๆ	5	3.33

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ร้านขายปลีก-ส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เช่น เจ้าหล้าอาภรณ์ รัสแนสซี่ ร้านลาเบลล์ ร้านลาฟิรี่

: จากตารางที่ 4.27 มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 131 รายที่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีด้วยตัวเอง

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายที่ประตูน้ำ คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือเดอะแพลตตินั่ม แฟชั่นมอลล์ คิดเป็นร้อยละ 62.00 และ โบ้เบ้ คิดเป็นร้อยละ 34.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายจากร้านค้าส่ง (นอกเหนือจากการไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายด้วยตัวเอง)

วิธีการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
สั่งซื้อสินค้าทาง Internet	53	35.33
โทรสั่งซื้อสินค้ากับร้านค้าส่งโดยตรง	78	52.00
ซื้อผ่านคนกลางที่ซื้อมาเพื่อขายส่งต่อ	41	27.33
ซื้อผ่านทาง Face book	16	10.67
อื่นๆ	6	4.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ เช่น โปรแกรมทางโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ BB Chat, What App, Line เป็นต้น

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายด้วยตนเองนั้นส่วนใหญ่ใช้วิธีการโทรสั่งซื้อสินค้ากับร้านค้าส่งโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือใช้วิธีการสั่งซื้อสินค้าทาง Internet คิดเป็นร้อยละ 35.33 และใช้วิธีการซื้อผ่านคนกลางที่ซื้อมาเพื่อขายส่งต่ออีกทอดหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 27.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากร้านค้าส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย

เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ราคาเหมาะสม	105	70.00
สินค้าเหมือนกันแต่ขายราคาส่งถูกกว่า	31	20.67
คุณภาพในการตัดเย็บ	71	47.33
มีรูปแบบที่สวยงาม	85	56.67
มีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ	78	52.00
มีการให้สินเชื่อ/เครดิต	12	8.00
ความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่ง	36	24.00
รู้จักกับร้านค้าส่งเป็นการส่วนตัว	34	22.67
ร้านค้าส่งเป็นมิตร/เต็มใจให้บริการ	39	26.00
มีบริการส่งถึงที่	20	13.33
มีการลดราคาให้เมื่อซื้อในปริมาณมาก	55	36.67
มีการลดราคาให้เมื่อมีการซื้อเป็นประจำ	48	32.00
สามารถเดินทางไปได้ง่าย/สะดวก	31	20.67
สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้	50	33.33
สามารถสั่งซื้อได้หลายช่องทาง	18	12.00
อื่นๆ	1	0.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ เช่น มีแบบเฉพาะตัว ไม่ซ้ำกับรายอื่น

จากตารางที่ 4.24 พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เหตุผลด้านราคาเหมาะสมเป็นเหตุผลหลักในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 70.00

รองลงมาคือใช้เหตุผลด้านรูปแบบที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 56.67 และใช้เหตุผลด้านการที่มีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 52.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือก รูปแบบ/สี ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย

เหตุผลในการเลือก รูปแบบ/สี ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เลือกซื้อตามคู่แข่ง/ร้านรอบข้าง	6	4.00
ร้านค้าส่งแนะนำ	15	10.00
ลูกค้าแนะนำ/ถามถึงบ่อยๆ	61	40.67
เทรนด์/กระแสแฟชั่น	117	78.00
กระแสละครดารา-นักร้องที่กำลังนิยมขณะนั้น	53	35.33
ความชอบของตัวเอง	68	45.33
ตามเทศกาล	54	36.00
อื่นๆ	6	4.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ เช่น ดูจากความเป็นไปได้ว่าจะขายได้ตามกระแสตามฤดูกาลจากกลุ่มลูกค้า

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเทรนด์/กระแสแฟชั่นเป็นเหตุผลในการเลือกรูปแบบ/สีของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาคือความชอบของตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 45.33 และลูกค้าแนะนำ/ถามถึงบ่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 40.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการในการประมาณการความต้องการ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

วิธีการในการประมาณการความต้องการ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ประมาณการจากการเลือกซื้อของกลุ่มลูกค้าของร้านจากที่ผ่านมว่าลูกค้าเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ใหนง่ายและเร็ว ขายได้ก่อนหรือหมดเร็ว	98	65.33
ประมาณการจากกระแสของแฟชั่น เช่น หน้าร้อนเลือกซื้อผ้าที่ใส่สบาย ไม่ร้อน สีสดใส	32	21.33
ร้านค้าส่งแนะนำ เช่น แบบไหน/สีใด ที่ขายดีคนกลับมาซื้อเพื่อไปขายกันเยอะ	8	5.33
ประมาณการจากความชอบของตัวเอง เช่น ชอบแบบไหน สีใด ก็เลือกซื้อจำนวนมาก ไม่ค่อยแน่ใจก็เลือกซื้อมาน้อย ส่วนไม่ชอบก็ไม่เลือกซื้อมาเลย	12	8.00
อื่นๆ	0	0.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการในการประมาณการความต้องการ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยการประมาณการจากการเลือกซื้อของกลุ่มลูกค้าของร้านจากที่ผ่านมว่าลูกค้าเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ใหนง่ายและเร็ว ขายได้ก่อน หรือหมดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 65.33 รองลงมาคือประมาณการจากกระแสของแฟชั่น เช่น หน้าร้อนเลือกซื้อผ้าที่ใส่สบาย ไม่ร้อน สีสดใส คิดเป็นร้อยละ 21.33 และประมาณการจากความชอบของตัวเอง เช่น ชอบแบบไหน สีใด ก็เลือกซื้อจำนวนมาก ไม่ค่อยแน่ใจก็เลือกซื้อมาน้อย ส่วนไม่ชอบก็ไม่เลือกซื้อมาเลย คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า	95	63.33
สถานะทางเศรษฐกิจ	67	44.67
รูปแบบการดำเนินชีวิต/อาชีพของลูกค้า	44	29.33
เทรนด์ของแฟชั่นการแต่งกายของสตรี	87	58.00
สภาพอากาศ เช่น อากาศร้อน หนาวฝนตก	80	53.33
อื่นๆ	0	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกระดับความต้องการซื้อของลูกค้าเป็นปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.33 รองลงมาคือเทรนด์ของแฟชั่นการแต่งกายของสตรี คิดเป็นร้อยละ 58.00 และสภาพอากาศ เช่น อากาศร้อน หนาวฝนตก คิดเป็นร้อยละ 53.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

อิทธิพลที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
นโยบายของร้านเช่น การกำหนดราคาขาย	50	33.33
งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของในแต่ละครั้ง	95	63.33
ระบบการจัดการของร้านจำนวนวันที่ขายของ	43	28.67
การกำหนดความถี่ในการซื้อของ	38	25.33
อื่นๆ	4	2.67

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ เช่น ตามความต้องการ ซื้อตามความเหมาะสมกับปริมาณยอดขาย เช่น ช่วงไหนที่ขายได้มากก็เลือกซื้อมามากเพื่อให้สามารถขายได้มากขึ้นตาม

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการจัดซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย คืองบประมาณที่ใช้ในการซื้อของในแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.33 รองลงมาคือนโยบายของร้าน เช่น การกำหนดราคาขาย คิดเป็นร้อยละ 33.33 และระบบการจัดการของร้านจำนวนวันที่ขายของ คิดเป็นร้อยละ 28.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อเดือนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย

จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อเดือนที่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1 ครั้ง	17	11.33
2 ครั้ง	53	35.33
3 ครั้ง	46	30.67
4 ครั้ง	18	12.00
มากกว่า 4 ครั้ง	16	10.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 35.33 รองลงมา คือ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.67 และ 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายบ่อยที่สุด

วันในสัปดาห์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายบ่อยที่สุด	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
วันจันทร์	4	2.67
วันอังคาร	20	13.33
วันพุธ	13	8.67
วันพฤหัสบดี	4	2.67
วันศุกร์	13	8.67
วันเสาร์	36	24.00
วันอาทิตย์	9	6.00
แล้วแต่วันที่สะดวก	51	34.00
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายในวันที่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือวันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 24.00 และวันอังคาร คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
จ่ายเงินสด	144	96.00
บัตรเครดิต	2	1.33
ให้เครดิตชำระภายใน 3-5 วัน	0	0.00
ให้เครดิตชำระภายใน 6-7 วัน	0	0.00
ให้เครดิตชำระในหลัง 7 วัน	3	2.00
อื่นๆ	1	0.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระด้วยเงินสดในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 96.00 รองลงมาคือให้เครดิตชำระในหลัง 7 วัน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และชำระผ่านบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)		
รูปแบบสวยงาม ทันสมัย	0 (0.00)	0 (0.00)	17 (11.33)	54 (36.00)	79 (52.67)	4.41 (มาก)	1
รูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำ แบบใคร	0 (0.00)	1 (0.67)	36 (24.00)	45 (30.00)	68 (45.33)	4.20 (มาก)	3
มีรูปแบบให้เลือก หลากหลาย	0 (0.00)	0 (0.00)	28 (18.67)	63 (42.00)	59 (39.33)	4.21 (มาก)	2
เนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บ- ประดับตกแต่ง	0 (0.00)	3 (2.00)	37 (24.67)	58 (38.67)	52 (34.67)	4.06 (มาก)	6
คุณภาพของการตัดเย็บ	0 (0.00)	1 (0.67)	41 (27.33)	56 (37.33)	52 (34.67)	4.06 (มาก)	6
สีสันทันสวยงาม	0 (0.00)	1 (0.67)	30 (20.00)	61 (40.67)	58 (38.67)	4.17 (มาก)	4
ขนาดของเสื้อผ้า สามารถ ใส่ได้พอดีกับขนาดของ ลูกค้าที่มีความแตกต่างได้ หลากหลาย เช่น มีสมีอก สามารถยืด-ขยายได้	0 (0.00)	3 (2.00)	35 (23.33)	62 (41.33)	50 (33.33)	4.06 (มาก)	6
ลักษณะของเนื้อผ้า เช่น ความหนา-บาง การ ระบายความร้อน	0 (0.00)	2 (1.33)	37 (24.67)	66 (44.00)	45 (30.00)	4.03 (มาก)	7

ตารางที่ 4.32 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)		
อยู่ในกระแส เทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยม	0 (0.00)	1 (0.67)	29 (19.33)	59 (39.33)	61 (40.67)	4.13 (มาก)	5
สามารถใช้สวมใส่ได้หลายโอกาส	0 (0.00)	4 (2.67)	23 (15.33)	72 (48.00)	51 (34.00)	4.13 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						4.15 (มาก)	

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยย่อย มีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือรูปแบบสวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมาคือมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) และรูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)		
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	0 (0.00)	0 (0.00)	29 (19.33)	50 (33.33)	71 (47.33)	4.28 มาก	1
ราคาต่ำกว่าที่ซื้อจากผู้ขาย ส่งรายอื่น	1 (0.67)	5 (3.33)	48 (32.00)	52 (34.67)	44 (29.33)	3.89 มาก	3
ราคาขายคงที่ มีมาตรฐาน ไม่เปลี่ยนแปลงราคาขาย ส่งบ่อยๆ	0 (0.00)	4 (2.67)	33 (22.00)	67 (44.67)	46 (30.67)	4.03 มาก	2
มีการแจ้งราคาขายส่งให้ ทราบล่วงหน้าเมื่อมีการ เปลี่ยนแปลง	4 (2.67)	8 (5.33)	47 (31.33)	56 (37.33)	35 (23.33)	3.73 มาก	5
ราคาขายส่งไม่แตกต่างกับ ร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่น สตรีรายอื่น	1 (0.67)	3 (2.00)	47 (31.33)	61 (40.67)	38 (25.33)	3.88 มาก	4
มีส่วนลดเงินสด	12 (8.00)	14 (9.33)	38 (25.33)	50 (33.33)	36 (24.00)	3.56 มาก	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.90 (มาก)	

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยย่อย มีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือราคาขายคงที่ มีมาตรฐานไม่เปลี่ยนแปลงราคาขายส่งบ่อยๆ (ค่าเฉลี่ย 4.03) และราคาต่ำกว่าที่ซื้อจากผู้ขายส่งรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)		
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า	2 (1.33)	3 (2.00)	30 (20.00)	61 (40.67)	54 (36.00)	4.08 (มาก)	1
การกำหนดปริมาณการซื้อขั้นต่ำ สามารถตั้งซื้อสินค้าได้มาก-น้อยตามต้องการ	1 (0.67)	2 (1.33)	45 (30.00)	57 (38.00)	45 (30.00)	3.95 (มาก)	5
การตกแต่งหน้าร้านมีความสวยงาม น่าสนใจ	4 (2.67)	8 (5.33)	47 (31.33)	53 (35.33)	38 (25.33)	3.75 (มาก)	9
ร้านค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าส่งได้ง่ายและสะดวก	1 (0.67)	2 (1.33)	36 (24.00)	66 (44.00)	45 (30.00)	4.01 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.84 (มาก)	

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการมีบริการขนส่งสินค้าถึงร้าน ให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือส่งสินค้าถูกต้องตามแบบและตามจำนวนที่มีการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และร้านค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าส่งได้ง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)		
มีการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด ของแถม	6 (4.00)	6 (4.00)	58 (38.67)	47 (31.33)	33 (22.00)	3.63 (มาก)	5
ร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษ ในกรณีที่ซื้อประจำ	6 (4.00)	5 (3.33)	44 (29.33)	52 (34.67)	43 (28.67)	3.81 (มาก)	4
ร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษ ในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก	4 (2.67)	8 (5.33)	36 (24.00)	57 (38.00)	45 (30.00)	3.87 (มาก)	3
สามารถเปลี่ยนและคืน สินค้าได้เมื่อเสื้อผ้ามี ปัญหา ต่ำหนี	4 (2.67)	2 (1.33)	44 (29.33)	44 (29.33)	56 (37.33)	3.97 (มาก)	2
ให้บริการดี มีความเป็น กันเอง	1 (0.67)	2 (1.33)	27 (18.00)	59 (39.33)	61 (40.67)	4.18 (มาก)	1
เงื่อนไขการชำระเงิน เช่น เงินสด 30 วัน, 60 วัน, 90 วัน เป็นต้น	18 (12.00)	15 (10.00)	45 (30.00)	39 (26.00)	33 (22.00)	3.36 (ปานกลาง)	7
ส่งรูปสินค้าให้โดยผ่าน ทางหน้าเว็บไซต์ของทาง ร้านค้าส่ง	13 (8.67)	15 (10.00)	42 (28.00)	38 (25.33)	42 (28.00)	3.54 (มาก)	6
ส่งรูปสินค้าให้ดูโดยผ่าน ทาง facebook ของร้านค้า กับร้านค้าส่ง	15 (10.00)	23 (15.33)	43 (28.67)	44 (29.33)	25 (16.67)	3.27 (ปานกลาง)	8
ส่งรูปสินค้าให้ดูโดยผ่าน ทางโทรศัพท์มือถือ	16 (10.67)	21 (14.00)	47 (31.33)	38 (25.33)	28 (18.67)	3.27 (ปานกลาง)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.66 (มาก)	

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยมีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ให้บริการดีมีความเป็นกันเอง (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือสามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหาตำหนิ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)		
รูปแบบการดำเนินชีวิต/ อาชีพของลูกค้า	0 (0.00)	4 (2.67)	44 (29.33)	63 (42.00)	39 (26.00)	3.91 (มาก)	4
สภาพอากาศ รวมถึง เทศกาลต่างๆในช่วงเวลา นั้นๆ	0 (0.00)	4 (2.67)	38 (25.33)	60 (40.00)	48 (32.00)	4.01 (มาก)	2
กำลังซื้อ/ความสามารถใน การซื้อของลูกค้า จากการ ปรับขึ้น-ลดลงของฐาน เงินเดือนที่ได้	5 (3.33)	3 (2.00)	35 (23.33)	62 (41.33)	45 (30.00)	3.93 (มาก)	3
สถานะเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน สินค้า อุปโภค-บริโภคเป็นต้น	0 (0.00)	3 (2.00)	32 (21.33)	64 (42.67)	51 (34.00)	4.09 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม						3.99 (มาก)	

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมทุกปัจจัยย่อย มีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ

สภาวะเศรษฐกิจ เช่นราคาน้ำมัน สินค้าอุปโภค-บริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือสภาพอากาศ เช่น ฝนตกอากาศร้อน เย็น/หนาว รวมถึงเทศกาลต่างๆ ในช่วงเวลานั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และกำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้าจากการปรับขึ้น-ลดลงของฐานเงินเดือนที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านองค์กร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)		
ความน่าเชื่อถือของร้านค้า ส่ง สามารถไว้วางใจได้ เช่น การโอนเงินให้กับร้านค้า ส่งก่อนที่จะมีการส่ง สินค้ามายังร้านค้า	2 (1.33)	3 (2.00)	37 (24.67)	53 (35.33)	55 (36.67)	4.04 (มาก)	2
ทำเล ที่ตั้ง เป็นหลักแหล่ง มืออยู่จริง-สามารถ ตรวจสอบได้	0 (0.00)	1 (0.67)	33 (22.00)	54 (36.00)	62 (41.33)	4.18 (มาก)	1
นโยบายการกำหนดราคา ของร้านขายส่ง เช่น การ กำหนดราคาขายส่ง ตาม จำนวนการซื้อแบบ ขึ้นบันได การเลือกสีหรือ การซื้อแบบครบสี เป็นต้น	0 (0.00)	4 (2.67)	47 (31.33)	59 (39.33)	40 (26.67)	3.90 (มาก)	7
มีการกำหนดราคาขายส่ง- ปลีก ที่แตกต่างกันอย่าง เห็น ได้ชัด	2 (1.33)	5 (3.33)	34 (22.67)	66 (44.00)	43 (28.67)	3.95 (มาก)	5

ตารางที่ 4.37 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านองค์กร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด		
	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็น ร้อยละ)		
มีระบบการจัดการร้านที่ดี เช่น การรับออเดอร์ เป็นไปตามลำดับการ สั่งซื้อก่อน-หลัง	1 (0.67)	4 (2.67)	41 (27.33)	63 (42.00)	41 (27.33)	3.93 (มาก)	6
วัสดุที่ใช้ในการตัดเย็บมี คุณภาพ ฝีมือการตัดเย็บมี ความประณีต เรียบร้อย	0 (0.00)	5 (3.33)	45 (30.00)	51 (34.00)	49 (32.67)	3.96 (มาก)	4
ค่าเฉลี่ยรวม						3.99 (มาก)	

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านองค์กรทุกปัจจัยย่อย มีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือทำเลที่ตั้ง เป็นหลักแหล่งมืออยู่จริง-สามารถตรวจสอบได้ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่งสามารถไว้วางใจได้ เช่น การโอนเงินให้กับร้านค้าส่งก่อนที่จะมีการส่งสินค้ามายังร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) และนโยบายการขายของร้านค้าส่ง เช่น การกำหนดจำนวนขายสินค้าขั้นต่ำ 3 ตัว 6 ตัว รวมถึงรายละเอียดของการส่งสินค้า เช่น สามารถคละแบบกันได้ต้องสั่งแบบเดียวกันตามจำนวนขายส่งขั้นต่ำ ต้องครบสี/เลือกสีได้ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	อันดับที่
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		
	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)	จำนวน (คิดเป็นร้อยละ)		
ร้านค้าส่งมีบรรยากาศวาจาไพเราะอ่อนหวาน	0 (0.00)	0 (0.00)	31 (20.67)	60 (40.00)	59 (39.33)	4.19	3
ร้านค้ามีความคุ้นเคย/รู้จักกับร้านค้าส่ง	0 (0.00)	2 (1.33)	34 (22.67)	55 (36.67)	59 (39.33)	4.14 (มาก)	6
ร้านค้าส่งมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	0 (0.00)	1 (0.67)	29 (19.33)	59 (39.33)	61 (40.67)	4.20 (มาก)	2
ร้านค้าส่งมีความจริงใจเต็มใจขายและให้บริการส่งของ	0 (0.00)	2 (1.33)	24 (16.00)	59 (39.33)	65 (43.33)	4.25 (มาก)	1
ร้านค้าส่งมีบรรยากาศดี มีความเป็นกันเองกับร้านค้า	0 (0.00)	1 (0.67)	30 (20.00)	61 (40.67)	58 (38.67)	4.17 (มาก)	4
ร้านค้าส่งสนใจและแนะนำสินค้าให้กับร้านค้า เช่น ตัวไหนเป็นสินค้าที่ขายดี-ลงใหม่	1 (0.67)	2 (1.33)	32 (21.33)	58 (38.67)	57 (38.00)	4.12 (มาก)	7
มีการแจ้งให้ทราบถึงวันที่จะมีสินค้าตัวใหม่เข้า	0 (0.00)	4 (2.67)	31 (20.67)	54 (36.00)	61 (40.67)	4.15 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม						4.17 (มาก)	

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ปัจจัยย่อยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทุกปัจจัยย่อย มีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านค้าส่งมีความจริงใจและเต็มใจที่จะขาย หรือให้บริการส่งของ (ค่าเฉลี่ย 4.25)

รองลงมาคือร้านค้าส่งมีมนุษย์สัมพันธ์ดีเยี่ยมแถมแถมใส่ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และร้านค้าส่งมีปริญญาสุภาพ
วาจาไพเราะอ่อนหวาน (ค่าเฉลี่ย 4.19) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการประกอบอาชีพและการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนสถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีนอกจากการจำหน่ายที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

จำนวนสถานที่ที่จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีใน 1 สัปดาห์	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 13)		10,001-20,000 (n = 49)		20,001-30,000 (n = 20)		มากกว่า 30,000 (n = 35)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1 แห่ง	1	7.69	2	4.08	0	0.00	0	0.00
2 แห่ง	2	15.38	10	20.41	3	15.00	1	2.86
3 แห่ง	3	23.08	12	24.49	3	15.00	9	25.71
4 แห่ง	2	15.38	14	28.57	6	30.00	7	20.00
5 แห่ง	4	30.77	7	14.29	3	15.00	8	22.86
6 แห่ง	0	0.00	4	8.16	4	20.00	2	5.71
7 แห่ง	1	7.69	0	0.00	1	5.00	6	17.14
มากกว่า 7 แห่ง	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	5.71
รวม	13	100.00	49	100.00	20	100.00	35	100.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม 117 รายที่มีการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่อื่นอีก นอกเหนือจากการจำหน่ายที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต

: ผู้ตอบแบบสอบถาม 33 ราย จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตที่เดียวเท่านั้น

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีน้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวนสถานที่ที่เลือกไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีใน 1 สัปดาห์ 3 อันดับแรกคือเลือกไปจำหน่าย 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30.77 รองลงมาคือเลือกไปจำหน่าย 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 23.08 และเลือกไปจำหน่าย 2 กับ 4 แห่ง อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.38 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท มีจำนวนสถานที่ที่เลือกไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีใน 1 สัปดาห์ 3 อันดับแรกคือเลือกไปจำหน่าย 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาคือเลือกไปจำหน่าย 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.49 และเลือกไปจำหน่าย 2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.41 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท มีจำนวนสถานที่ที่เลือกไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีใน 1 สัปดาห์ 3 อันดับแรกคือเลือกไปจำหน่าย 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือเลือกไปจำหน่าย 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.00 และเลือกไปจำหน่าย 2, 3 และ 5 แห่ง อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท มีจำนวนสถานที่ที่เลือกไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีใน 1 สัปดาห์ 3 อันดับแรก คือเลือกไปจำหน่าย 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25.71 รองลงมาคือเลือกไปจำหน่าย 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 22.86 และเลือกไปจำหน่าย 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ จำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)								รวม	
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)			
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	11	50.00	10	14.93	3	12.00	3	8.33	27	18.00
1-2 ปี	5	22.73	25	37.31	6	24.00	9	25.00	45	30.00
3-4 ปี	3	13.64	23	34.33	13	52.00	15	41.67	54	36.00
5-6 ปี	1	4.55	5	7.46	2	8.00	5	13.89	13	8.67
7-8 ปี	1	4.55	1	1.49	1	4.00	0	0.00	3	2.00
9-10 ปี	1	4.55	3	4.48	0	0.00	4	11.11	8	5.33
รวม	22	100.00	67	100.00	25	100.00	36	100.00	150	100.00

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท 3 อันดับแรก คือระยะเวลาในการประกอบอาชีพ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.73 และระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.64 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท 3 อันดับแรก คือระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.31 รองลงมาคือระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 2-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.33 และระยะเวลาในการประกอบอาชีพน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.93 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท 3 อันดับแรก คือระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.00 และระยะเวลาในการประกอบน้อยกว่าอาชีพ 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท 3 อันดับแรก คือระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 และระยะเวลาในการประกอบอาชีพ 5-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ลักษณะของการดำเนินงาน หรือการเป็นเจ้าของ	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม								รวม	
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)			
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	11	50.00	28	41.79	11	44.00	16	44.44	66	44.00
คู่สามี-ภรรยา	7	31.82	31	46.27	12	48.00	19	52.78	69	46.00
หุ้นส่วน	4	18.18	8	11.94	2	8.00	1	2.78	15	10.00
รวม	22	100.00	67	100.00	25	100.00	36	100.00	150	100.00

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ส่วนใหญ่ลักษณะของการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีน้อยกว่า 10,000 บาท คือการเป็นเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือเป็นคู่สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 31.82 และเป็นหุ้นส่วนกัน คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ลักษณะของการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท คือเป็นคู่สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 46.27 รองลงมาคือเป็นเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 41.79 และเป็นหุ้นส่วนกัน คิดเป็นร้อยละ 11.94 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ลักษณะของการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท คือเป็นคู่สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือเป็นเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 44.00 และเป็นหุ้นส่วนกัน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ลักษณะของการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมากกว่า 30,000 บาท คือเป็นคู่สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 52.78 รองลงมาคือเป็นเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 44.44 และเป็นหุ้นส่วนกัน คิดเป็นร้อยละ 2.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)								รวม	
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)			
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม	15	68.18	41	61.19	15	60.00	17	47.22	88	58.67
หุ้นส่วน	1	4.55	0	0.00	1	4.00	1	2.78	3	2.00
รวมกัน	6	27.27	26	38.81	9	36.00	18	50.00	59	39.33
รวม	22	100.00	67	100.00	25	100.00	36	100.00	150	100.00

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีน้อยกว่า 10,000 บาท คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 68.18 รองลงมาคือมีการตัดสินใจร่วมกันกับหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 27.27 และหุ้นส่วนเป็นผู้ตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 4.55 ตามลำดับ

พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 61.19 และมีการตัดสินใจร่วมกันกับหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 38.81 ตามลำดับ

พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือมีการตัดสินใจร่วมกันกับหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และหุ้นส่วนเป็นผู้ตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมากกว่า 30,000 บาท คือการตัดสินใจร่วมกันกับหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 47.22 และหุ้นส่วนเป็นผู้ตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 2.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว	4	18.18	28	41.79	13	52.00	15	41.67
เสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด	12	54.55	33	49.25	12	48.00	21	58.33
เสื้อคลุม / แจ็คเก็ต / สูท	4	18.18	29	43.28	14	56.00	12	33.33
ชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส)	10	45.45	40	59.70	15	60.00	21	58.33
กระโปรงสั้น	6	27.27	29	43.28	12	48.00	10	27.78
กระโปรงยาว	3	13.64	6	8.96	5	20.00	8	22.22
กางเกงขาสั้น	12	54.55	32	47.76	17	68.00	17	47.22
กางเกงขายาว	3	13.64	13	19.40	6	24.00	10	27.78
เสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว	12	54.55	27	40.30	17	68.00	23	63.89
อื่นๆ	1	4.55	1	1.49	2	8.00	2	5.56

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีน้อยกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือเสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด กางเกงขาสั้น และเสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) คิดเป็นร้อยละ 44.45 และกระโปรงสั้น คิดเป็นร้อยละ 27.27 ตามลำดับ

ใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท เลือกซื้อประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) คิดเป็นร้อยละ 59.70 รองลงมาคือเสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด คิดเป็นร้อยละ 49.25 และกางเกงขาสั้น คิดเป็นร้อยละ 47.76 ตามลำดับ

ใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท เลือกซื้อประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือกางเกงขาสั้นกับเสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเสื้อคลุม/แจ็กเก็ต/สูท คิดเป็นร้อยละ 56.00 ตามลำดับ

ใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมากกว่า 30,001 บาท เลือกซื้อประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือเสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 63.89 รองลงมาคือเสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืดกับชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 58.33 และกางเกงขาสั้น คิดเป็นร้อยละ 47.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เรียบง่าย/ใส่สบาย	17	77.27	40	59.70	22	88.00	25	69.44
หวาน น่ารัก	11	50.00	32	47.76	10	40.00	20	55.56
เน้นสีล้วน	7	31.82	24	35.82	10	40.00	12	33.33
หรูหรา	4	18.18	17	25.37	7	28.00	12	33.33
แนวเกาหลี	5	22.73	23	34.33	9	36.00	7	19.44
แนววินเทจ	3	13.64	15	22.39	3	12.00	10	27.78
แนวร็อกเกอร์	1	4.55	5	7.46	3	12.00	5	13.89
เซอร์ๆ	0	0.00	4	5.97	0	0.00	5	13.89
อื่นๆ	1	4.55	1	1.49	2	8.00	4	11.11

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือเรียบง่าย/ใส่สบาย คิดเป็นร้อยละ 77.28 รองลงมาคือหวาน น่ารัก คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเน้นสีล้วน คิดเป็นร้อยละ 31.82 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท เลือกซื้อรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือเรียบง่าย/ใส่สบาย คิดเป็นร้อยละ 59.70 รองลงมาคือหวาน น่ารัก คิดเป็นร้อยละ 47.76 และเน้นสีล้วน คิดเป็นร้อยละ 35.82 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท เลือกซื้อรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือเรียบง่าย/ใส่สบาย คิดเป็นร้อยละ 88.00 รองลงมาคือหวาน น่ารักกับเน้นสีล้วน อย่างละเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 40.00 และแนวเกาหลี คิดเป็นร้อยละ 36.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท เลือกซื้อรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือเรียบง่าย/ใส่สบาย คิดเป็นร้อยละ 69.44 รองลงมาคือหวาน น่ารัก คิดเป็นร้อยละ 55.56 และเน้นสีล้วนกับหรูหรา อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ประเภทเนื้อผ้า	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ผ้าชีฟอง	16	72.73	48	71.64	18	72.00	22	61.11
ผ้าคอตตอน	14	63.64	47	70.15	22	88.00	24	66.67
ผ้ายัด/สแปนเด็กซ์	13	59.09	47	70.15	15	60.00	29	80.56
ผ้าซาติน	6	27.27	19	28.36	11	44.00	13	36.11
ยีนส์	2	9.09	23	34.33	11	44.00	17	47.22
อื่นๆ	0	0.00	1	1.49	1	4.00	2	5.56

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อประเภทเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือผ้าชีฟอง คิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมาคือผ้าคอตตอน คิดเป็นร้อยละ 63.64 และผ้ายัด/สเปนเด็กซ์ คิดเป็นร้อยละ 59.09 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท เลือกซื้อประเภทเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือผ้าชีฟอง คิดเป็นร้อยละ 71.64 รองลงมาคือผ้าคอตตอนกับผ้ายัด/สเปนเด็กซ์ อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 70.15 และยีนส์ คิดเป็นร้อยละ 34.33 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท เลือกซื้อประเภทเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือผ้าคอตตอน คิดเป็นร้อยละ 88.00 รองลงมาคือผ้าชีฟอง คิดเป็นร้อยละ 72.00 และผ้ายัด/สเปนเด็กซ์ คิดเป็นร้อยละ 60.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท เลือกซื้อประเภทเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือผ้ายัด/สเปนเด็กซ์ คิดเป็นร้อยละ 80.56 รองลงมาคือผ้าคอตตอน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และผ้าชีฟอง คิดเป็นร้อยละ 61.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของโทนีสื่อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

โทนีสื่อผ้าแฟชั่นสตรี	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
โทนีสื่ออื่นๆ	12	54.55	39	58.21	15	60.00	25	69.44
โทนีสื่อสั้นคลุมไหล่	3	13.64	14	20.90	7	28.00	18	50.00
โทนีสื่อสั้นสดใส	12	54.55	46	68.66	17	68.00	22	61.11
โทนีสื่อยาว	3	13.64	20	29.85	6	24.00	13	36.11
โทนีสื่อดำ	8	36.36	47	70.15	17	68.00	23	63.89
อื่นๆ	0	0.00	1	1.49	2	8.00	0	0.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อโทนสีของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือโทนสีอ่อนๆกับโทนสีสดใส อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือโทนสีดำ คิดเป็นร้อยละ 36.36 และโทนสีจืดจางและโทนสีขาว คิดเป็นร้อยละ 13.64 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท เลือกซื้อโทนสีของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือโทนสีดำ คิดเป็นร้อยละ 70.15 รองลงมาคือโทนสีสดใส คิดเป็นร้อยละ 68.66 และโทนสีอ่อนๆ คิดเป็นร้อยละ 58.21 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท เลือกซื้อโทนสีของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือ โทนสีดำกับโทนสีสดใส อย่างละเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 68.00 รองลงมาคือโทนสีอ่อนๆ คิดเป็นร้อยละ 60.00 และโทนสีสนจืดจาง คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท เลือกซื้อโทนสีของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือโทนสีอ่อนๆ คิดเป็นร้อยละ 69.44 รองลงมาคือโทนสีดำคิดเป็นร้อยละ 63.89 และโทนสีสดใส คิดเป็นร้อยละ 61.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชิ้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เฉลี่ยต่อชิ้น	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	5	22.73	9	13.43	6	24.00	6	16.67
101-130 บาท	8	36.36	35	52.24	5	20.00	12	33.33
131-160 บาท	4	18.18	12	17.91	9	36.00	4	11.11
161-190 บาท	2	9.09	2	2.99	2	8.00	3	8.33
191-220 บาท	2	9.09	5	7.46	0	0.00	7	19.44
มากกว่า 221 บาท	1	4.55	4	5.97	3	12.00	4	11.11

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท เลือกซื้อต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชิ้นเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือราคา 101-130 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ ราคาน้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.73 และราคา 131-160 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท เลือกซื้อต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชิ้นเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือราคา 101-130 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.24 รองลงมาคือราคา 131-160 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.91 และราคาน้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.43 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท เลือกซื้อต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชิ้นเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือราคา 131-160 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือราคาน้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.00 และราคา 101-130 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท เลือกซื้อต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชิ้นเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือราคา 101-130 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือราคา 191-220 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.44 และราคาน้อยกว่า 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของการตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมาโดยเฉลี่ย (%) จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ราคาขายโดยบวกเพิ่มจากต้นทุน	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
น้อยกว่า 50%	14	63.64	20	29.85	12	48.00	15	41.67
51-75%	6	27.27	22	32.84	5	20.00	10	27.78
76-100%	2	9.09	25	37.31	8	32.00	8	22.22
101-125%	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	2.78
126-150%	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	2.78
151-175%	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	2.78

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท ตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคา ต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมาโดยเฉลี่ย (%) 3 อันดับแรกคือ บวกเพิ่มจากราคาต้นทุนน้อยกว่า 50% คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมาคือบวกเพิ่มจากราคาต้นทุน 51-75% คิดเป็นร้อยละ 27.27 และบวกเพิ่มจากราคาต้นทุน 76-100% คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่าย เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท ตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมาโดยเฉลี่ย (%) 3 อันดับแรกคือ บวกเพิ่มจากราคาต้นทุน 76-100% คิดเป็นร้อยละ 37.37 รองลงมาคือบวกเพิ่มจากราคาต้นทุน 51-75% คิดเป็นร้อยละ 32.84 และบวก เพิ่มจากราคาต้นทุน น้อยกว่า 50% คิดเป็นร้อยละ 29.85 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่าย เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท ตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมาโดยเฉลี่ย (%) 3 อันดับแรกคือ บวกเพิ่มจากราคาต้นทุน น้อยกว่า 50% คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือบวกเพิ่มจากราคาต้นทุน 76-100% คิดเป็นร้อยละ 32.00 และบวก เพิ่มจากราคาต้นทุน 51-75% คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่าย เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท ตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมาโดยเฉลี่ย (%) 3 อันดับแรกคือ บวกเพิ่มจากราคาต้นทุน น้อยกว่า 50% คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือบวกเพิ่มจากราคาต้นทุน 51-75% คิดเป็นร้อยละ 27.78 และบวก เพิ่มจากราคาต้นทุน 76-100% คิดเป็นร้อยละ 22.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

แหล่งข้อมูล	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ป้ายโฆษณา	1	4.55	2	2.99	0	0.00	0	0.00
ใบปลิว	0	0.00	2	2.99	2	8.00	0	0.00
ร้านค้าส่งเข้ามาติดต่อโดยตรง	4	18.18	5	7.46	7	28.00	3	8.33
ลูกค้าแนะนำ	1	4.55	10	14.93	2	8.00	0	0.00
เพื่อน/แม่ค้าแนะนำ	6	27.27	21	31.34	10	40.00	10	27.78
เว็บไซต์	4	18.18	14	20.90	5	20.00	4	11.11
ไปเลือกหาเอง	18	81.82	53	79.10	20	80.00	29	80.56
นิตยสารแฟชั่น	2	9.09	27	40.30	11	44.00	11	30.56

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 3 อันดับแรกคือ ไปเลือกหาเอง คิดเป็นร้อยละ 81.82 รองลงมาคือเพื่อน/แม่ค้าแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 27.27 และร้านค้าส่งเข้ามาติดต่อโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 3 อันดับแรกคือ ไปเลือกหาเอง คิดเป็นร้อยละ 79.10 รองลงมาคือนิตยสารแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 40.30 และเพื่อน/แม่ค้าแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 31.34 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 3 อันดับแรกคือ ไปเลือกหาเอง คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือนิตยสารแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 44.00 และเพื่อน/แม่ค้าแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 3 อันดับแรกคือ ไปเลือกหาเอง คิดเป็นร้อยละ 80.56 รองลงมาคือนิตยสารแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 30.56 และเพื่อน/แม่ค้าแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 27.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ไปเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายบ่อยที่สุด จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

แหล่งขายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ประตูน้ำ	11	50.00	47	70.15	18	72.00	26	72.22
โบ๊เบ๊	7	31.82	32	47.76	9	36.00	3	8.33
เดอะ แพลตตินั่ม แฟชั่นมอลล์	10	45.45	42	62.69	14	56.00	27	75.00
ตลาดนัดสวนจตุจักร	3	13.64	14	20.90	5	20.00	11	30.56
ตลาดวโรรส (กาดหลวง เชียงใหม่)	4	18.18	6	8.96	2	8.00	10	27.78
ร้านขายปลีก-ส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	3	13.64	4	5.97	1	4.00	5	13.89

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจาก แหล่งค้าส่งที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ประตูนํ้า คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือเดอะ แพลตตินั่ม แฟชั่นมอลล์ คิดเป็นร้อยละ 45.45 และโบ้เบ้ คิดเป็นร้อยละ 31.82 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่าย เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งค้าส่งที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก คือประตูนํ้า คิดเป็นร้อยละ 70.15 รองลงมาคือ เดอะ แพลตตินั่ม แฟชั่นมอลล์ คิดเป็น ร้อยละ 62.69 และโบ้เบ้ คิดเป็นร้อยละ 47.76 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่าย เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งค้าส่งที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก คือ ประตูนํ้า คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมาคือเดอะ แพลตตินั่ม แฟชั่นมอลล์ คิดเป็น ร้อยละ 56.00 และโบ้เบ้ คิดเป็นร้อยละ 36.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่าย เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งค้าส่งที่บ่อยที่สุด 3 อันดับแรก คือเดอะ แพลตตินั่ม แฟชั่นมอลล์ คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมาคือประตูนํ้า คิดเป็น ร้อยละ 72.22 และตลาดนัดสวนจตุจักร คิดเป็นร้อยละ 30.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

เหตุผลในการเลือก รูปแบบ/สี ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	จำนวน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
เลือกซื้อตามคู่แข่ง/ร้านรอบข้าง	4	18.18	1	1.49	0	0.00	1	2.79
ร้านค้าส่งแนะนำ	1	4.55	11	16.42	1	4.00	2	5.56
ลูกค้าแนะนำ/ถามถึงบ่อยๆ	8	36.36	32	47.76	9	36.00	12	33.33
เทรนด์/กระแสแฟชั่น	15	68.18	53	79.10	23	92.00	26	72.22
กระแสละคร ดารา-นักร้องที่กำลังนิยมขณะนั้น	9	40.91	24	35.82	7	28.00	13	36.11
ความชอบส่วนตัวผู้ขายเอง	12	54.55	22	32.84	13	52.00	21	58.33
ตามเทศกาล	5	22.73	25	37.31	8	32.00	16	44.44
อื่นๆ	1	4.55	1	1.49	3	12.00	1	2.78

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 3 อันดับแรกคือ เทรนด์/กระแสแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 68.18 รองลงมาคือ ความชอบของตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 54.55 และกระแสครี ดารา-นักร้องที่กำลังนิยมขณะนั้น คิดเป็นร้อยละ 40.91 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 3 อันดับแรกคือ เทรนด์/กระแสแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 79.10 รองลงมาคือลูกค้าแนะนำ/ถามถึงบ่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 47.76 และตามเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 37.31 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 3 อันดับแรกคือ เทรนด์/กระแสแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 92.00 รองลงมาคือความชอบของตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 52.00 และลูกค้าแนะนำ/ถามถึงบ่อยๆ คิดเป็นร้อยละ 36.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท มีเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 3 อันดับแรกคือ เทรนด์/กระแสแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 72.22 รองลงมาคือความชอบของตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 58.33 และตามเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 44.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า	11	50.00	44	65.67	15	60.00	25	69.44
สถานะทางเศรษฐกิจ	10	45.45	31	46.27	11	44.00	15	41.67
รูปแบบการดำเนินชีวิต/อาชีพของลูกค้า	6	27.27	17	25.37	10	40.00	11	30.56
เทรนด์ของแฟชั่นการแต่งกายของผู้หญิง	13	59.09	39	58.21	16	64.00	19	52.78
สภาพอากาศ เช่น อากาศร้อน /หนาว/ฝนตก	10	45.45	33	49.25	14	56.00	23	63.89

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท มีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ เทรนด์ของแฟชั่นการแต่งกายของผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 59.09 รองลงมาคือระดับความต้องการซื้อของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 50.00 และสภาวะทางเศรษฐกิจกับสภาพอากาศ เช่น อากาศร้อน หนาว ฝนตก อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 45.45 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท มีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 65.67 รองลงมาคือเทรนด์ของแฟชั่นการแต่งกายของผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 58.21 และสภาพอากาศ เช่น อากาศร้อน หนาว ฝนตก คิดเป็นร้อยละ 49.25 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท 3 มีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ เทรนด์ของแฟชั่นการแต่งกายของผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือระดับความต้องการซื้อของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 60.00 และสภาพอากาศ เช่น อากาศร้อน หนาว ฝนตก คิดเป็นร้อยละ 56.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท 3 มีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 69.44 รองลงมาคือสภาพอากาศ เช่น อากาศร้อน หนาว ฝนตก คิดเป็นร้อยละ 63.89 และเทรนด์ของแฟชั่นการแต่งกายของผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 52.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อจากร้านค้าส่งที่แหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

เหตุผลในการเลือก	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ราคาเหมาะสม	16	72.73	47	70.15	19	76.00	23	63.89
สินค้าเหมือนกันแต่ขายราคาส่งถูกกว่า	9	40.91	35	52.24	9	36.00	18	50.00
มีรูปแบบที่สวยงาม	14	63.64	33	49.25	14	56.00	24	66.67
มีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ	9	40.91	32	47.76	14	56.00	23	63.89
มีการให้สินเชื่อ/เครดิต	0	0.00	5	7.46	4	16.00	3	8.33
ความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่ง	4	18.18	23	34.33	5	20.00	4	11.11
รู้จักกับร้านค้าส่งเป็นการส่วนตัว	3	13.64	14	20.90	9	36.00	8	22.22
ร้านค้าส่งเป็นมิตร/เต็มใจให้บริการ	6	27.27	16	23.88	10	40.00	7	19.44
มีบริการส่งถึงที่	0	0.00	14	20.90	4	16.00	2	5.56
มีการลดราคาให้เมื่อซื้อในปริมาณมาก	9	40.91	29	43.28	9	36.00	8	22.22
มีการลดราคาให้เมื่อมีการซื้อเป็นประจำ	6	27.27	30	44.78	10	40.00	2	5.56
สามารถเดินทางไปได้ง่าย/สะดวก	8	36.36	9	13.43	5	20.00	9	25.00
สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้	6	27.27	22	32.84	9	36.00	13	36.11
สามารถสั่งซื้อได้หลายช่องทาง	1	4.55	10	14.97	4	16.00	3	8.33

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท ใช้เหตุผลในการเลือกซื้อจากร้านค้าส่งที่แหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 72.73 รองลงมาคือมีรูปแบบที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 63.64 และสินค้าเหมือนกันแต่ขายราคาส่งถูกกว่ามีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการกับการลดราคาให้เมื่อซื้อในปริมาณมาก อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 40.91 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท ใช้เหตุผลในการเลือกซื้อจากร้านค้าส่งที่แหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 70.15 รองลงมาคือสินค้าเหมือนกันแต่ขายราคาส่งถูกกว่า คิดเป็นร้อยละ 52.24 และมีรูปแบบที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 49.25 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท ใช้เหตุผลในการเลือกซื้อจากร้านค้าส่งที่แหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือมีรูปแบบที่สวยงามกับมีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และร้านค้าส่งเป็นมิตร/เต็มใจให้บริการ และมีการลดราคาให้เมื่อมีการซื้อเป็นประจำ อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,001 บาท ใช้เหตุผลในการเลือกซื้อจากร้านค้าส่งที่แหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรกคือ มีรูปแบบที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือราคาเหมาะสมกับมีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 63.89 และสินค้าเหมือนกันแต่ขายราคาส่งถูกกว่าคิดเป็นร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการในการประมาณการความต้องการซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

วิธีการในการประมาณการความต้องการ (สี/รูปแบบ)	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ประมาณการจากการซื้อของลูกค้า ว่าเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ไหนหมดเร็ว	11	50.00	48	71.64	16	64.00	23	63.89
ประมาณการจากกระแสของแฟชั่น เช่น ไม้อร้อน สีสดใส	6	27.27	12	17.91	4	16.00	10	27.78
ร้านค้าส่งแนะนำ เช่น แบบ/สีใด ดี คนกลับมาซื้อเพื่อไปขายกันเยอะ	1	4.55	5	7.46	2	8.00	0	0.00
ประมาณการจากความชอบของตัวเอง เช่น ชอบแบบ ไหน สีใด ก็เลือกซื้อจำนวนมาก ไม่ค่อยแน่ใจก็เลือกซื้อมาน้อย ส่วนไม่ชอบก็ไม่เลือกซื้อมาเลย	4	18.18	2	2.99	3	12.00	3	8.33

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน เฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท มีวิธีในการประมาณการความต้องการซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 3 อันดับแรกคือ การประมาณการจากการเลือกซื้อของกลุ่มลูกค้าของร้านจากที่ผ่านมามีลูกค้าเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ใหนง่ายและเร็ว ขายได้ก่อน หรือหมดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือประมาณการจากกระแสของแฟชั่น เช่น หน้าร้อนเลือกซื้อผ้าที่ใส่สบาย ไม่ร้อน สีสดใส คิดเป็นร้อยละ 27.27 และประมาณการจากความชอบของตัวเอง เช่น ชอบแบบไหน สีใด ก็เลือกซื้อจำนวนมาก ไม่ค่อยแน่ใจก็เลือกซื้อมาน้อย ส่วนไม่ชอบก็ไม่เลือกซื้อมาเลย คิดเป็นร้อยละ 18.18 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท มีวิธีในการประมาณการความต้องการซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 3 อันดับแรกคือ การประมาณการจากการเลือกซื้อของกลุ่มลูกค้าของร้านจากที่ผ่านมามีลูกค้าเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ใหนง่ายและเร็ว ขายได้ก่อน หรือหมดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 71.64 รองลงมาคือประมาณการจากกระแสของแฟชั่น เช่น หน้าร้อนเลือกซื้อผ้าที่ใส่สบาย ไม่ร้อน สีสดใส คิดเป็นร้อยละ 17.91 และร้านค้าส่งแนะนำ เช่น แบบไหน/สีใด ที่ขายดี คนกลับมาซื้อเพื่อไปขายกันเยอะ คิดเป็นร้อยละ 7.46 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท มีวิธีในการประมาณการความต้องการซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 3 อันดับแรกคือ การประมาณการจากการเลือกซื้อของกลุ่มลูกค้าของร้านจากที่ผ่านมามีลูกค้าเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ใหนง่ายและเร็ว ขายได้ก่อน หรือหมดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือประมาณการจากกระแสของแฟชั่น เช่น หน้าร้อนเลือกซื้อผ้าที่ใส่สบาย ไม่ร้อน สีสดใส คิดเป็นร้อยละ 16.00 และประมาณการจากความชอบของตัวเอง เช่น ชอบแบบไหน สีใด ก็เลือกซื้อจำนวนมาก ไม่ค่อยแน่ใจก็เลือกซื้อมาน้อย ส่วนไม่ชอบก็ไม่เลือกซื้อมาเลย คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,001 บาท มีวิธีในการประมาณการความต้องการซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า 3 อันดับแรกคือ การประมาณการจากการเลือกซื้อของกลุ่มลูกค้าของร้านจากที่ผ่านมามีลูกค้าเลือกซื้อ สี/

รูปแบบ/ขนาด ไหนง่ายและเร็ว ขายได้ก่อน หรือหมดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 63.89 รองลงมาคือ ประสิทธิภาพการกระแสของแพชั่น เช่น หน้าร้อนเลือกซื้อผ้าที่ใส่สบาย ไม่ร้อน สีสดใส คิดเป็น ร้อยละ27.78 และประสิทธิภาพจากความชอบของตัวเอง เช่น ชอบแบบไหน สีใด ก็เลือกซื้อมา จำนวนมาก ไม่ค่อยแน่ใจก็เลือกซื้อมาน้อย ส่วนไม่ชอบก็ไม่เลือกซื้อมาเลย คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ปัจจัยภายในอิทธิพลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)							
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
นโยบายของร้าน เช่นการกำหนดราคาขาย	9	40.91	28	41.79	9	36.00	4	11.11
งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของในแต่ละครั้ง	14	63.64	37	55.22	15	60.00	29	80.56
ระบบการจัดการของร้านจำนวนวันที่ขายของ	5	22.73	20	29.85	8	32.00	10	27.78
การกำหนดความถี่ในการซื้อของ	5	22.73	17	25.37	6	24.00	10	27.78

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท 3 อันดับแรกคือ งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของในแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.64 รองลงมาคือนโยบายของร้าน เช่น การกำหนดราคาขาย คิดเป็นร้อยละ 40.91 และระบบการจัดการของร้านจำนวนวันที่ขายของกับการกำหนดความถี่ในการซื้อของ อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 22.73 ตามลำดับ

พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท 3 อันดับแรกคือ งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของในแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.22 รองลงมาคือนโยบายของร้าน เช่น การกำหนดราคาขาย คิดเป็นร้อยละ 41.79 และระบบการจัดการของร้านจำนวนวันที่ขายของ คิดเป็นร้อยละ 29.85 ตามลำดับ

พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท 3 อันดับแรกคือ งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของในแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือนโยบายของร้าน เช่น การกำหนดราคาขาย คิดเป็นร้อยละ 36.00 และระบบการจัดการของร้านจำนวนวันที่ขายของ คิดเป็นร้อยละ 32.00 ตามลำดับ

พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท 3 อันดับแรกคือ งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของในแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 80.56 รองลงมาคือระบบการจัดการของร้านจำนวนวันที่ขายของกับการกำหนดความถี่ในการซื้อของ อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 27.78 และนโยบายของร้าน เช่น การกำหนดราคาขาย คิดเป็นร้อยละ 11.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

จำนวนครั้ง เฉลี่ยต่อเดือน ที่ไปเลือกซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (บาท)									
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)		10,001-20,000 (n = 67)		20,001-30,000 (n = 25)		มากกว่า 30,000 (n = 36)		รวม	
	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1 ครั้ง	5	22.73	3	4.48	4	16.00	5	13.89	17	11.33
2 ครั้ง	7	31.82	28	41.79	6	24.00	12	33.33	53	35.33
3 ครั้ง	6	27.27	25	37.31	8	32.00	7	19.44	46	30.67
4 ครั้ง	2	9.09	7	10.45	1	4.00	8	22.22	18	12.00
>4 ครั้ง	2	9.09	4	5.97	6	24.00	4	11.11	16	10.67
รวม	22	100.00	67	100.00	25	100.00	36	100.00	150	100.00

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี น้อยกว่า 10,000 บาท เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.27 และ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.73 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.79 รองลงมาคือ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.31 และ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.45 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 20,001-30,000 บาท เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายเฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ 3 ครั้งกับมากกว่า 4 ครั้ง อย่างละเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มากกว่า 30,000 บาท เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.22 และ 3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 19.44 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)	10,001- 20,000 (n = 67)	20,001- 30,000 (n = 25)	มากกว่า 30,000 (n = 36)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบสวยงาม ทันสมัย	4.59 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.32 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)
รูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)	4.12 (มาก)	4.44 (มาก)
มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย	4.18 (มาก)	4.12 (มาก)	4.16 (มาก)	4.44 (มาก)
เนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บ-ประดับตกแต่ง	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	4.32 (มาก)
คุณภาพของการตัดเย็บ	4.05 (มาก)	4.03 (มาก)	3.88 (มาก)	4.30 (มาก)
สีสันทันสมัย	4.32 (มาก)	4.03 (มาก)	4.08 (มาก)	4.40 (มาก)
ขนาดของเสื้อผ้าสามารถใส่ได้พอดีกับ ขนาดของลูก้าที่มีความแตกต่างได้ หลากหลาย เช่นมีส้อมีอกสามารถยืด- ขยายได้	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	4.04 (มาก)	4.24 (มาก)

ตารางที่ 4.57 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)	10,001- 20,000 (n = 67)	20,001- 30,000 (n = 25)	มากกว่า 30,000 (n = 36)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ลักษณะของเนื้อผ้า เช่นความหนา-บาง การระบายความร้อน	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)	3.88 (มาก)	4.31 (มาก)
อยู่ในกระแสเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยม	4.05 (มาก)	4.24 (มาก)	3.96 (มาก)	4.43 (มาก)
สามารถใช้สวมใส่ได้หลายโอกาส	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)	3.96 (มาก)	4.43 (มาก)

จากตารางที่ 4.57 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมากที่สุด และมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รูปแบบสวยงาม ทันสมัย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาคือสี สันสวยงาม ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) และรูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใครกับมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รูปแบบสวยงาม ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาคืออยู่ในกระแสเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยม (ค่าเฉลี่ย 4.24) และรูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใครกับมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รูปแบบสวยงาม ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 4.16) และรูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร (ค่าเฉลี่ย 4.12) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,001 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมากที่สุด และมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ด้านรูปแบบสวยงาม ทันสมัย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ รูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใครกับมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย อย่างละเท่ากัน ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.44) และอยู่ในกระแสเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมกับสามารถใช้สวมใส่ได้หลายโอกาส ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.43) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.58 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)	10,001- 20,000 (n = 67)	20,001- 30,000 (n = 25)	มากกว่า 30,000 (n = 36)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.36 (มาก)	4.12 (มาก)	4.20 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
ราคาต่ำกว่าที่ซื้อจากผู้ขายส่งรายอื่น	3.82 (มาก)	3.88 (มาก)	3.80 (มาก)	4.04 (มาก)
ราคาขายคงที่ มีมาตรฐานไม่เปลี่ยนแปลง ราคาขายส่งบ่อยๆ	3.95 (มาก)	3.99 (มาก)	3.88 (มาก)	4.30 (มาก)
มีการแจ้งราคาขายส่งให้ทราบล่วงหน้า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง	3.73 (มาก)	3.76 (มาก)	3.52 (มาก)	3.86 (มาก)
ราคาขายส่งไม่แตกต่างกับร้านค้าส่ง เสื้อผ้าแฟชั่นสตรีรายอื่น	3.86 (มาก)	3.90 (มาก)	3.68 (มาก)	4.02 (มาก)
มีส่วนลดเงินสด	3.55 (มาก)	3.61 (มาก)	3.60 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.58 ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านราคาในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมาคือราคาขายคงที่ มีมาตรฐานไม่เปลี่ยนแปลงราคาขายส่งบ่อยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และราคาขายส่งไม่แตกต่างกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.86) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านราคาในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือราคาขายคงที่ มีมาตรฐานไม่เปลี่ยนแปลงราคาขายส่งบ่อยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และราคาขายส่งไม่แตกต่างกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านราคาในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมาคือราคาขายคงที่ มีมาตรฐานไม่เปลี่ยนแปลงราคาขายส่งบ่อยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.88) และราคาต่ำกว่าที่ซื้อจากผู้ขายส่งรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,001 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มาก และปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาคือราคาขายคงที่ มีมาตรฐานไม่เปลี่ยนแปลงราคาขายส่งบ่อยๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.30) และราคาต่ำกว่าที่ซื้อจากผู้ขายส่งรายอื่น ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.59 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)	10,001- 20,000 (n = 67)	20,001- 30,000 (n = 25)	มากกว่า 30,000 (n = 36)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการขนส่งสินค้าถึงร้าน	3.36 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)	3.08 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว/ตรงเวลานัดหมาย	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	3.56 (มาก)	3.74 (มาก)
สถานที่จำหน่ายของร้านค้าส่งห่าง-สะดวกในการเดินทาง	4.09 (มาก)	3.90 (มาก)	4.04 (มาก)	3.77 (มาก)
สามารถสั่งซื้อได้ทางโทรศัพท์/โทรสาร อินเทอร์เน็ต (มีแคตตาล็อก-รูป ให้ สามารถสั่งซื้อได้โดยไม่ต้องไปเลือก ซื้อเอง)	3.55 (มาก)	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)
มีที่จอดรถสะดวกสบาย	3.55 (มาก)	3.79 (มาก)	3.52 (มาก)	3.67 (มาก)
มีการออกไปส่งสินค้าและใบเสร็จรับเงิน ชัดเจน ถูกต้อง	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
ส่งสินค้าถูกต้องตามแบบและตามจำนวน ที่มีการสั่งซื้อ	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	3.88 (มาก)	4.07 (มาก)
สามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	4.15 (มาก)
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ ของร้านค้า	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
การกำหนดปริมาณการซื้อขั้นต่ำสามารถ สั่งซื้อสินค้าได้มาก-น้อยตามต้องการ	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	4.12 (มาก)

ตารางที่ 4.59 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)	10,001- 20,000 (n = 67)	20,001- 30,000 (n = 25)	มากกว่า 30,000 (n = 36)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ส่งสินค้าถูกต้องตามแบบและตามจำนวน ที่มีการสั่งซื้อ	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	3.88 (มาก)	4.07 (มาก)
สามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา	3.95 (มาก)	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	4.15 (มาก)
มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ ของร้านค้า	3.95 (มาก)	3.94 (มาก)	4.00 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
การกำหนดปริมาณการซื้อขั้นต่ำสามารถ สั่งซื้อสินค้าได้มาก-น้อยตามต้องการ	3.86 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	4.12 (มาก)
การตกแต่งหน้าร้านมีความสวยงาม น่าสนใจ	3.50 (มาก)	3.84 (มาก)	3.68 (มาก)	3.85 (มาก)
ร้านค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าส่งได้ง่าย และสะดวก	3.73 (มาก)	4.04 (มาก)	3.96 (มาก)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 4.59 ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก และปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือส่งสินค้าถูกต้องตามแบบและตามจำนวนที่มีการสั่งซื้อ ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือสถานที่จำหน่ายของร้านค้าส่งหาง่าย-สะดวกในการเดินทาง ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ

สามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลาที่มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ส่งสินค้าถูกต้องตามแบบและตามจำนวนที่มีการสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมาคือร้านค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าส่งได้ง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้ากับการกำหนดปริมาณการซื้อขั้นต่ำสามารถสั่งซื้อสินค้าได้มาก-น้อยตามต้องการ อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก และปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือสถานที่จำหน่ายของร้านค้าส่งหาได้ง่าย-สะดวกในการเดินทาง ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และร้านค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าส่งได้ง่ายและสะดวก ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมากที่สุดและมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) รองลงมาคือร้านค้าสามารถติดต่อกับร้านค้าส่งได้ง่ายและสะดวก ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) และสามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลา ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.60 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)	10,001- 20,000 (n = 67)	20,001- 30,000 (n = 25)	มากกว่า 30,000 (n = 36)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆเช่น การให้ส่วนลด ของแถม	4.00 (มาก)	3.64 (มาก)	3.64 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)
ร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อประจำ	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)
ร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก	3.91 (มาก)	3.81 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)
สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหาตำหนิ	3.82 (มาก)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)	4.27 (มาก)
ให้บริการดีมีความเป็นกันเอง	4.05 (มาก)	4.10 (มาก)	4.04 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)
เงื่อนไขการชำระเงิน เช่นเงินสด 30 วัน, 60 วัน, 90 วัน เป็นต้น	3.64 (มาก)	3.51 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)
ส่งรูปสินค้าให้โดยผ่านทางหน้าเว็บไซต์ของทางร้านค้าส่ง	3.41 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.60 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
ส่งรูปสินค้าให้ดูโดยผ่านทาง facebook ของร้านค้ากับร้านค้าส่ง	3.09 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ส่งรูปสินค้าให้ดูโดยผ่านทางโทรศัพท์มือถือ	3.00 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)

จากตารางที่ 4.60 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก และปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือให้บริการดีมีความเป็นกันเอง ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมาคือมีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้ส่วนลด ของแถม ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการดีมีความเป็นกันเองในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก และปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือให้บริการดีมีความเป็นกันเอง ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมาคือสามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหาตำหนิ ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการดีมีความเป็นกันเองในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก และปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือให้บริการดีมีความเป็นกันเอง ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาคือร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อประจำ ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก ให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,001 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการดีมีความเป็นกันเองในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มาก และปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ให้บริการดีมีความเป็นกันเอง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.51) รองลงมาคือสามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหาตำหนิ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.27) และร้านค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.61 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยตลาดองค์กรด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)	10,001- 20,000 (n = 67)	20,001- 30,000 (n = 25)	มากกว่า 30,000 (n = 36)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบการดำเนินชีวิต/อาชีพของลูกค้ำทำให้มีความต้องการรูปแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างกันไป เช่น พนักงานออฟฟิศ บุคคลที่ทำงานตอนกลางคืน เป็นต้น	3.73 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	4.32 (มาก)
สภาพอากาศ เช่น ฝนตกอากาศร้อน เย็น/หนาว รวมถึงเทศกาลต่างๆ ในช่วงเวลานั้นๆ เป็นต้น	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	4.28 (มาก)	4.31 (มาก)
กำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้ำจากการปรับขึ้น-ลดลงของฐานเงินเดือนที่ได้รับ	3.77 (มาก)	3.81 (มาก)	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)
สถานะเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน สินค้าอุปโภค-บริโภค เป็นต้น	4.27 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)

จากตารางที่ 4.61 ปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานะเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน สินค้าอุปโภค-บริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมาคือสภาพอากาศ เช่น ฝนตกอากาศร้อน เย็น/หนาว รวมถึงเทศกาลต่างๆ ในช่วงเวลานั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และกำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้ำจากการปรับขึ้น-ลดลงของฐานเงินเดือนที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือสภาวะเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน สินค้าอุปโภค-บริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือกำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้าจากการปรับขึ้น-ลดลงของฐานเงินเดือนที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และรูปแบบการดำเนินชีวิต/อาชีพของลูกค้าทำให้มีความต้องการรูปแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างกันไป เช่น พนักงานออฟฟิศบุคคลที่ทำงานตอนกลางคืน กับสภาพอากาศ เช่น ฝนตกอากาศร้อน เย็น/หนาว รวมถึงเทศกาลต่างๆ ในช่วงเวลานั้นๆ อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อมในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือสภาวะเศรษฐกิจ เช่น สภาพอากาศ เช่น ฝนตกอากาศร้อน เย็น/หนาว รวมถึงเทศกาลต่างๆ ในช่วงเวลานั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมาคือกำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้าจากการปรับขึ้น-ลดลงของฐานเงินเดือนที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.16) และสภาวะเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน สินค้าอุปโภค-บริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,001 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือรูปแบบการดำเนินชีวิต/อาชีพของลูกค้าทำให้มีความต้องการรูปแบบเสื้อผ้าที่แตกต่างกันไป เช่น พนักงานออฟฟิศบุคคลที่ทำงานตอนกลางคืน (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือสภาพอากาศ เช่น ฝนตกอากาศร้อน เย็น/หนาว รวมถึงเทศกาลต่างๆ ในช่วงเวลานั้นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และสภาวะเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน สินค้าอุปโภค-บริโภค (ค่าเฉลี่ย 4.20) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.62 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อบังจัญตลาองค์กรด้านปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยภายในองค์กร	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)	10,001- 20,000 (n = 67)	20,001- 30,000 (n = 25)	มากกว่า 30,000 (n = 36)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่งสามารถไว้วางใจได้ เช่น การโอนเงินให้กับร้านค้าส่งก่อนที่จะมีการส่งสินค้ามายังร้านค้า	4.14 (มาก)	3.93 (มาก)	4.04 (มาก)	4.26 (มาก)
ทำเลที่ตั้ง เป็นหลักแหล่งมีอยู่จริงสามารถตรวจสอบได้	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.40 (มาก)	4.47 (มาก)
นโยบายการขายของร้านค้าส่ง เช่น การกำหนดจำนวนขายสินค้าขั้นต่ำ 3 ตัว 6 ตัวรวมถึงรายละเอียดของการตั้งสินค้า เช่น สามารถละแบบกันได้ต้องสั่งแบบเดียวกันตามจำนวนขายส่งขั้นต่ำ ต้องครบสี/เลือกสีได้ เป็นต้น	4.14 (มาก)	3.90 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)
นโยบายการกำหนดราคาของร้านขายส่ง เช่น การกำหนดราคาขายส่ง ตามจำนวนการซื้อแบบขึ้นบันไดการเลือกสีหรือการซื้อแบบครบสี เป็นต้น	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.92 (มาก)	4.07 (มาก)
มีการกำหนดราคาขายส่ง-ปลีก ที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด	3.86 (มาก)	3.96 (มาก)	4.12 (มาก)	3.88 (มาก)
มีระบบการจัดการร้านที่ดี เช่น การรับออเดอร์เป็นไปตามลำดับการสั่งซื้อก่อน-หลัง	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)	3.96 (มาก)	3.87 (มาก)
วัสดุที่ใช้ในการตัดเย็บมีคุณภาพฝีมือการตัดเย็บมีความประณีตเรียบร้อย	3.91 (มาก)	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)	4.22 (มาก)

จากตารางที่ 4.62 ปัจจัยย่อยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านภายในองค์กรในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่งสามารถไว้วางใจได้ เช่น การโอนเงินให้กับร้านค้าส่งก่อนที่จะมีการส่งสินค้ามายังร้านค้ากับนโยบายการขายของร้านค้าส่ง เช่น การกำหนดจำนวนขายสินค้าขั้นต่ำ 3 ตัว 6 ตัว รวมถึงรายละเอียดของการส่งสินค้า เช่น สามารถเคลแบบกันได้ต้องสั่งแบบเดียวกันตามจำนวนขายส่งขั้นต่ำ ต้องครบสี/เลือกสีได้ อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือทำเลที่ตั้ง เป็นหลักแหล่งมืออยู่จริง สามารถตรวจสอบได้ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีระบบการจัดการร้านที่ดี เช่น การรับออเดอร์เป็นไปตามลำดับการสั่งซื้อก่อน-หลัง (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านภายในองค์กรในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือทำเลที่ตั้ง เป็นหลักแหล่งมืออยู่จริง สามารถตรวจสอบได้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาคือมีการกำหนดราคาขายส่ง-ปลีก ที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด (ค่าเฉลี่ย 3.96) และความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่งสามารถไว้วางใจได้ เช่น การโอนเงินให้กับร้านค้าส่งก่อนที่จะมีการส่งสินค้ามายังร้านค้ากับมีระบบการจัดการร้านที่ดี เช่น การรับออเดอร์เป็นไปตามลำดับการสั่งซื้อก่อน-หลัง อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านภายในองค์กรในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือทำเลที่ตั้ง เป็นหลักแหล่งมืออยู่จริง สามารถตรวจสอบได้ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือมีการกำหนดราคาขายส่ง-ปลีก ที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด (ค่าเฉลี่ย 4.12) และนโยบายการขายของร้านค้าส่ง เช่น การกำหนดจำนวนขายสินค้าขั้นต่ำ 3 ตัว 6 ตัว รวมถึงรายละเอียดของการส่งสินค้า เช่น สามารถเคลแบบกันได้ต้องสั่งแบบเดียวกันตามจำนวนขายส่งขั้นต่ำ ต้องครบสี/เลือกสีได้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านภายในองค์กรในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือทำเลที่ตั้ง เป็นหลักแหล่งมืออยู่จริง สามารถตรวจสอบได้ (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือมีความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่งสามารถไว้วางใจได้ เช่น การ

โอนเงินให้กับร้านค้าส่งก่อนที่จะมีการส่งสินค้ามายังร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.26) และวัสดุที่ใช้ในการตัดเย็บมีคุณภาพฝีมือการตัดเย็บมีความประณีตเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อบัณฑิตลาดองค์กรด้านปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 (n = 22)	10,001- 20,000 (n = 67)	20,001- 30,000 (n = 25)	มากกว่า 30,000 (n = 36)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ร้านค้าส่งมีกิริยาสุภาพจาไพเราะ อ่อนหวาน	4.27 (มาก)	4.03 (มาก)	4.28 (มาก)	4.39 (มาก)
ร้านค้ามีความคุ้นเคยรู้จักกับร้านค้าส่ง	4.27 (มาก)	3.99 (มาก)	4.36 (มาก)	4.21 (มาก)
ร้านค้าส่งมีมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส	4.18 (มาก)	4.09 (มาก)	4.36 (มาก)	4.31 (มาก)
ร้านค้าส่งมีความจริงใจและเต็มใจที่จะขาย หรือให้บริการส่งของ	4.32 (มาก)	4.09 (มาก)	4.40 (มาก)	4.39 (มาก)
ร้านค้าส่งมีธรรมาศยดีมีความเป็นกันเองกับ ร้านค้า	4.18 (มาก)	4.06 (มาก)	4.28 (มาก)	4.34 (มาก)
ให้ความสนใจมีการแนะนำสินค้าให้กับ ร้านค้า เช่น ตัวไหนเป็นสินค้าที่ขายดี สินค้าลงใหม่	3.86 (มาก)	4.04 (มาก)	4.28 (มาก)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 4.63 ปัจจัยย่อยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านค้าส่งมีความจริงใจและเต็มใจที่

จะขายหรือให้บริการส่งของ (ค่าเฉลี่ย 4.32) รองลงมาคือร้านค้าส่งมีกิริยาสุภาพวาจาไพเราะ อ่อนหวานกับร้านค้ามีความคุ้นเคย/รู้จักกับร้านค้าส่ง อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.27) และร้านค้าส่งมีมนุษย์สัมพันธ์ดีเยี่ยมเข้มแข็งไมสกับร้านค้าส่งมีอหยาศยดีมีความเป็นกันเองกับร้านค้า อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือมีการแจ้งให้ทราบถึงวันที่จะมีสินค้าตัวใหม่เข้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือร้านค้าส่งมีมนุษย์สัมพันธ์ดีเยี่ยมเข้มแข็งไมสกับร้านค้าส่งมีความจริงใจและเต็มใจที่จะขายหรือให้บริการส่งของ อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และร้านค้าส่งมีอหยาศยดีมีความเป็นกันเองกับร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านค้าส่งมีความจริงใจและเต็มใจที่จะขาย หรือให้บริการส่งของ (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมาคือมีร้านค้ามีความคุ้นเคย/รู้จักกับร้านค้าส่งกับร้านค้าส่งมีมนุษย์สัมพันธ์ดีเยี่ยมเข้มแข็งไมส อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.36) และร้านค้าส่งมีกิริยาสุภาพวาจาไพเราะอ่อนหวานร้านค้าส่งมีอหยาศยดีมีความเป็นกันเองกับร้านค้ากับความสนใจมีการแนะนำสินค้าให้กับร้านค้า เช่น ตัวไหนเป็นสินค้าที่ขายดี สินค้าลงใหม่ อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) ตามลำดับ

ให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในการเลือกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือร้านค้าส่งมีกิริยาสุภาพวาจาไพเราะอ่อนหวานกับร้านค้าส่งมีความจริงใจและเต็มใจที่จะขายหรือให้บริการส่งของ อย่างละเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.39) รองลงมาคือมีการแจ้งให้ทราบถึงวันที่จะมีสินค้าตัวใหม่เข้า (ค่าเฉลี่ย 4.38) และร้านค้าส่งมีอหยาศยดีมีความเป็นกันเองกับร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 4.34) ตามลำดับ

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งขายส่งแต่ละแห่งของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ตารางที่ 4.64 แสดงเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งค้าส่งแต่ละแห่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลที่เลือกซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	โบ้แบ้		เดอะ แพลตตินั่ม แฟชั่นมอลล์		ตลาดนัด สวนจตุจักร		ตลาดวโรรส		ร้านขายส่งเสื้อผ้าฯ ในเชียงใหม่		ประตูน้ำ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ราคาเหมาะสม	37	14.12	66	14.29	25	14.71	17	15.60	10	16.95	73	14.17
สินค้าเหมือนกันแต่ขายราคาส่งถูกกว่า	9	3.44	19	4.11	8	4.71	8	7.34	1	1.69	25	4.85
คุณภาพในการตัดเย็บ	26	9.92	50	10.82	23	13.53	10	9.17	5	8.47	51	9.90
มีรูปแบบที่สวยงาม	30	11.45	58	12.55	20	11.76	17	15.60	8	13.56	62	12.04
มีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ	27	10.32	51	11.04	21	12.35	13	11.93	7	11.86	61	11.84
มีการให้สินเชื่อ/เครดิต	6	2.29	9	1.95	2	1.18	0	0.00	2	3.39	8	1.55
ความน่าเชื่อถือของผู้ค้าส่ง	14	5.34	25	5.41	11	6.47	0	0.00	0	0.00	28	5.44
รู้จักกับผู้ค้าส่งเป็นการส่วนตัว	14	5.34	22	4.76	3	1.76	5	4.59	3	5.08	22	4.27
ผู้ค้าส่งเป็นมิตร/เต็มใจให้บริการ	14	5.34	24	5.19	12	7.06	8	7.34	5	8.47	28	5.44
มีบริการส่งถึงที่	9	3.44	14	3.03	3	1.76	1	0.92	1	1.69	13	2.52
มีการลดราคาให้เมื่อซื้อในปริมาณมาก	20	7.63	34	7.36	11	6.47	6	5.50	7	11.86	39	7.57
มีการลดราคาให้เมื่อมีการซื้อเป็นประจำ	26	9.92	34	7.36	7	4.12	3	2.75	3	5.08	34	6.60
สามารถเดินทางไปได้ง่าย/สะดวก	7	2.67	16	3.46	6	3.53	9	8.26	4	6.78	21	4.08

ตารางที่ 4.64 (ต่อ) แสดงเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งค้าส่งแต่ละแห่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

เหตุผลที่เลือกซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	โบ๊เบ๊		เดอะ แพลตตินัม แฟชั่นมอลล์		ตลาดนัด สวนจตุจักร		ตลาดวโรรส		ร้านขายส่งเสื้อผ้าฯ ในเชียงใหม่		ประตูน้ำ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้	19	7.25	33	7.14	11	6.47	12	11.01	3	5.08	39	7.57
สามารถสั่งซื้อได้หลายช่องทาง	4	1.53	7	1.52	7	4.12	0	0.00	0	0.00	11	2.14
รวม	262	100.00	462	100.00	170	100.00	109	100.00	59	100.00	515	100.00

จากตารางที่ 4.64 เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี จำแนกตามแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีแต่ละแห่ง พบว่า

ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีเหตุผล 3 อันดับแรก ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งขายส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ โบบี้ คือ ราคาเหมาะสม ร้อยละ 14.12 รองลงมาคือ มีรูปแบบที่สวยงาม ร้อยละ 11.45 และมีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ ร้อยละ 10.32 ตามลำดับ

ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีเหตุผล 3 อันดับแรก ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งขายส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ เดอะ แพลตตินั่มแฟชั่นมอลล์ คือ ราคาเหมาะสม ร้อยละ 14.29 รองลงมาคือ มีรูปแบบที่สวยงาม ร้อยละ 12.55 และมีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ ร้อยละ 10.82 ตามลำดับ

ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีเหตุผล 3 อันดับแรก ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งขายส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ตลาดนัดสวนจตุจักร คือ ราคาเหมาะสม ร้อยละ 14.71 รองลงมาคือ คุณภาพในการตัดเย็บ ร้อยละ 13.53 และมีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ ร้อยละ 12.35 ตามลำดับ

ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีเหตุผล 3 อันดับแรก ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งขายส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ตลาดวโรรส (ภาคหลวง เชียงใหม่) คือ ราคาเหมาะสม และรูปแบบที่สวยงาม อย่างละเท่ากัน ร้อยละ 15.60 รองลงมาคือ มีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ ร้อยละ 11.93 และสามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้ ร้อยละ 11.01 ตามลำดับ

ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีเหตุผล 3 อันดับแรก ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งขายส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ร้านขายส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี คือ ราคาเหมาะสม ร้อยละ 16.95 รองลงมาคือ มีรูปแบบที่สวยงาม ร้อยละ 13.56 และมีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ ร้อยละ 11.86 ตามลำดับ

ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีเหตุผล 3 อันดับแรก ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งขายส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ประตูน้ำ คือ ราคาเหมาะสม ร้อยละ 14.17 รองลงมาคือ มีรูปแบบที่สวยงาม ร้อยละ 12.04 และมีแบบให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ ร้อยละ 11.84 ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ปัญหาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.65 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์	59	39.33
ด้านราคา	22	14.67
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	7	4.67
ด้านการส่งเสริมการตลาด	7	4.67
ด้านสภาพแวดล้อม	43	28.67
ด้านองค์กร	8	5.33
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	4	2.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย 3 อันดับแรก คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รูปแบบหรือการออกแบบที่ซ้ำซาก ทัวไป ไม่มีความแตกต่าง คุณภาพการตัดเย็บหรือวัสดุที่ใช้ไม่ดี โทนสีหรือลวดลายไม่สวยงาม ไม่สามารถใช้สวมใส่ได้หลากหลายโอกาส ไม่ตามกระแสแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 39.33

2. ด้านสภาพแวดล้อม เช่น รูปแบบการดำเนินชีวิต/อาชีพของลูกค้ำ ที่แตกต่างกันไป ทำให้มีความต้องการที่แตกต่างกันไป กำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้ำต่ำลงจากการปรับลดลงของฐานเงินเดือนที่ได้รับ สภาวะเศรษฐกิจ เช่น การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน ราคาสินค้าอุปโภค-บริโภค คิดเป็นร้อยละ 28.67

3. ด้านราคา เช่น ราคาไม่แน่นอนปรับเปลี่ยนราคาบ่อยครั้ง ไม่สามารถต่อรองราคาได้ ไม่มีส่วนลดในกรณีที่ซื้อในปริมาณมากหรือซื้อบ่อยครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.67