

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	4
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	5
ทฤษฎีสวนประสมการตลาด	8
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
ขอบเขตการศึกษา	13
วิธีการศึกษา	14
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
การวิเคราะห์ข้อมูล	14
สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล	15
ระยะเวลาในการดำเนินงาน	16
บทที่ 4 ผลการศึกษา	17
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	22
ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่	35

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เครื่องแต่งกายมือสองของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่จำแนก ตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	43
ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง	83
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	85
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	86
สรุปผลการศึกษา	86
อภิปรายผล	98
ข้อค้นพบ	102
ข้อเสนอแนะ	103
บรรณานุกรม	106
ภาคผนวก	107
ประวัติผู้เขียน	116

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	19
2 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	19
3 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส	20
4 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	20
5 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	21
6 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	21
7 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ สินค้ามือสองที่เคยซื้อ	22
8 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของ สินค้ามือสองที่ซื้อบ่อยที่สุด	22
9 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนของ เครื่องแต่งกายมือสองที่ซื้อในแต่ละครั้ง	23
10 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อ สินค้าที่ไม่มีตราฮือ	23
11 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ ตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง	24
12 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มี ส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	24
13 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อ เครื่องแต่งกายมือสอง	25
14 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลา ของเดือนในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง	25
15 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลา	

ของวันในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง	26
16 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะร้านจำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสอง	27
18 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งจำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสอง	27
19 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับเครื่องแต่งกายมือสอง	28
20 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทราบเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายเครื่องแต่งกายมือสอง	29
21 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณในการซื้อต่อครั้ง	30
22 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือของเครื่องแต่งกายมือสองที่เลือกซื้อ	31
23 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ของเครื่องแต่งกายมือสองแต่ละประเภทที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามยี่ห้อ	32
24 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	35
25 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	37
26 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	39
27 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	41
28 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามเพศ	43

42	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอาชีพ	71
----	---	----

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
43	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามอาชีพ	73
44	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	75
45	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	77
46	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	80
47	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	81
48	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อ เครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่	84
49	ตารางแสดง 10 อันดับแรกของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อเครื่องแต่งกายมือสองในอำเภอเมืองเชียงใหม่	88
50	ตารางแสดง 5 อันดับแรกของปัญหาที่พบในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายมือสอง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	97