

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ ผู้ปกครอง รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำแนกตามระดับการศึกษาที่เรียน



ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาที่เรียน

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	100	33.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย	100	33.00
อุดมศึกษา	100	34.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 1 นักเรียนและนักศึกษาตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 300 คน โดยแบ่งเป็น ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) คิดเป็นร้อยละ 33.00 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 33.00 ระดับอุดมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 34.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

อาชีพผู้ปกครอง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	32	10.40
รัฐวิสาหกิจ	21	7.00
พนักงานเอกชน	23	8.00
ธุรกิจส่วนตัว	39	13.00
ค้าขาย	58	19.00
เกษตรกร	97	32.00
รับจ้างทั่วไป	28	10.00
อื่นๆ	2	0.60
รวม	300	100.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบ อื่นๆ จำนวน 2 คน

ได้แก่ ผู้ช่วยพยาบาล จำนวน 2 คน



จากตารางที่ 2 พบว่า อาชีพผู้ปกครองของนักเรียนและนักศึกษา คือ ด้านเกษตรกรรมมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 19.00 และธุรกิจส่วนตัว กับอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง

รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง (ต่อเดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 4,000 บาท	134	45.00
4,001-6,000 บาท	91	30.30
6,001-8,000 บาท	22	7.00
8,001-10,000 บาท	39	13.00
10,001-12,000 บาท	14	4.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า นักเรียนและนักศึกษามี รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง (ต่อเดือน) คือ ไม่เกิน 4,000 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ 4,001-6,000 คิดเป็นร้อยละ 30.30 และ 8,001-10,000 คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ (แนวการแต่งตัว)

รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เรียบง่าย	180	60.00
หวาน น่ารัก	101	33.67
เน้นสีส้น	52	17.33
หรูหรา	15	5.00
เกาหลี	27	9.00
วินเทจ	48	16.00
เซอร์ ๆ	71	23.67
อื่น ๆ	11	3.67

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ จำนวน 11 คน ได้แก่ แล้วยแต่โอกาส จำนวน 8 คน ขึ้นอยู่ความต้องการใส่ในแต่ละช่วงเวลา จำนวน 3 คน

จากตารางที่ 4 พบว่า รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อของนักเรียนและนักศึกษาคือ แบบเรียบง่าย มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือแบบ หวาน น่ารัก คิดเป็นร้อยละ 33.67 และแบบ เซอร์ ๆ คิดเป็นร้อยละ 23.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโทนสีที่ซื้อเป็นประจำ

โทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทนสีอ่อน ๆ	167	55.67
โทนสีสั่นดูฉลาด	65	21.67
โทนสีขาว	85	28.33
โทนสีดำ	78	26.00
โทนสีน้ำตาล	67	22.33
อื่น ๆ	7	2.33

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ จำนวน 7 คน ได้แก่ โทนสีชมพู จำนวน 2 คน โทนสีน้ำเงิน จำนวน 1 คน

โทนสีใดก็ได้ 4 คน

จากตารางที่ 5 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โทนสีอ่อน ๆ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.67 รองลงมา คือ โทนสีขาวคิดเป็นร้อยละ 28.33 และโทนสีดำ คิดเป็นร้อยละ 26.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญของตราี่ห้อที่มีต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ความสำคัญของต่อตราี่ห้อต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีความสำคัญ	24	8.00
ไม่มีความสำคัญ	276	92.00
รวม	300	100.0

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบมีความสำคัญ จำนวน 24 คน ได้แก่ ตราี่ห้อ

Mac จำนวน 3 คน Wrangler จำนวน 2 คน Levi จำนวน 2 คน adidas จำนวน 3 คน

Disney จำนวน 7 คน Body Grove จำนวน 3 คน A2Z จำนวน 4 คน

จากตารางที่ 6 พบว่า ตราี่ห้อที่มีความสำคัญต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.00 และไม่มีความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 92.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 300 บาท	84	28.00
301-600 บาท	119	40.00
601-900 บาท	51	17.00
901-1,200 บาท	21	7.00
1,201-1,500 บาท	17	5.00
มากกว่า 1,501 บาท	8	3.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า นักเรียนและนักศึกษามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น คือ 301-600 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ น้อยกว่า 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00 และ 601-900 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น และ ความถี่ในการซื้อ

ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น	ความถี่ในการซื้อ					
	ซื้อเป็นประจำ		ซื้อเป็นครั้งคราว		ไม่เคยซื้อ	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด	102 (34.00)	1	186 (62.00)	3	12 (4.00)	9
กางเกงขาสั้น/กางเกงยูกติก	38 (12.67)	4	239 (79.67)	1	23 (7.67)	8
เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว	61 (20.33)	3	197 (65.67)	2	42 (14.00)	6
กระโปรงสั้น	23 (7.67)	7	109 (36.33)	8	168 (56.00)	2
กระโปรงยาว	19 (6.3)	8	120 (40.00)	7	161 (53.67)	3
ชุดกีฬา	12 (4.00)	9	80 (26.67)	9	208 (69.33)	1
เสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว/เกาะอก	27 (9)	6	145 (48.33)	6	128 (42.67)	4
ชุดกระโปรง/กางเกง ติดกัน	37 (12.33)	5	161 (53.67)	5	102 (34.00)	5
กางเกงขาสั้น	92 (30.67)	2	178 (59.33)	4	30 (10.00)	7
อื่น ๆ	0 (0.00)	10	0 (0.00)	10	0 (0.00)	10

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาซื้อเป็นประจำ คือ เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ กางเกงขาสั้น คิดเป็นร้อยละ 30.67 และ เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว คิดเป็นร้อยละ 20.33 ตามลำดับ

ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาซื้อเป็นครั้งคราว คือ กางเกงขายาว/กางเกงบุดีกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.67 รองลงมาคือ เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว คิดเป็นร้อยละ 65.67 และเสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด คิดเป็นร้อยละ 62.00 ตามลำดับ

ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาไม่เคยซื้อ คือ ชุดกีฬา มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 69.33 รองลงมาคือ กระโปรงสั้น คิดเป็นร้อยละ 56.00 และกระโปรงยาว คิดเป็นร้อยละ 53.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อชิ้นที่ซื้อ

ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อชิ้นที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ราคา ต่ำกว่า 99 บาท	11	3.67
ราคา 100-199 บาท	133	44.33
ราคา 200-299 บาท	85	28.00
ราคา 300-399 บาท	33	11.00
ราคา 400-599 บาท	22	8.00
ราคา มากกว่า 500 บาท	16	5.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นราคาเฉลี่ยต่อชิ้น คือ ราคา 100-199 บาท มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 44.33 รองลงมาคือ ราคา 200-299 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00 และ ราคา 300-399 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยครั้งละกี่ชิ้น

จำนวนการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยครั้งละกี่ชิ้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ชิ้น	72	24.00
2 ชิ้น	164	55.00
3 ชิ้น	50	16.00
4 ชิ้น	4	1.40
5 ชิ้น	8	3.00
มากกว่า 5 ชิ้น	2	0.60
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ย จำนวน 2 ชิ้นต่อครั้ง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 24.00 และจำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้ง

เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อตามเพื่อน	62	20.67
ซื้อตามคารา นักร้อง บุคคลที่นิยม	47	15.67
ซื้อตามเทศกาล	119	39.67
ซื้อตามแฟชั่น	122	40.67
ซื้อตามความชอบและรสนิยม	195	65.00
ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทางท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ	206	68.67
มีการลดราคา	203	67.67
เบื่อเสื้อผ้าแฟชั่นเดิมที่มี	64	21.33
มีเงินเหลือใช้	80	26.67
มีบุคคลอื่นจ่ายเงินค่าเสื้อผ้าแฟชั่นให้	79	26.33
อื่น ๆ	3	1.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ จำนวน 3 คน คือ ซื้อเพราะเป็นของขวัญที่ระลึก ของฝาก

จากตารางที่ 11 พบว่า นักเรียนและนักศึกษามีเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งคือ ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 68.67 รองลงมาคือ มีการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 67.67 และซื้อตามความชอบและรสนิยมคิดเป็นร้อยละ 65.00 ตามลำดับ



ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	279	93.00
พ่อแม่	95	31.67
เพื่อน	128	42.67
ญาติพี่น้อง	30	10.00
คนรัก/แฟน	100	33.33
พนักงานขาย	59	19.67
ดารา นักร้อง บุคคลที่นิยมชื่นชอบ	39	13.00
อื่น ๆ	1	0.33

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ มีจำนวน 1 คน คือ นักข่าว

จากตารางที่ 12 พบว่า นักเรียนและนักศึกษา ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้วยตนเองมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 93.00 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 42.67 และคนรัก/แฟน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคاراتที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่น

คاراتที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อัม พัชราภา	105	35.00
แพนเค้ก	88	29.33
ชมพู่ อารยา	100	33.33
คริส หอวัง	64	21.33
ญาญา อุรัสยา	106	35.33
เบนซ์ พรชิตา	8	2.67
ใหม่ ดาวิกา	32	10.33
อื่น ๆ	54	18.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ มีจำนวน 54 คน ได้แก่ แต่งตามแบบของตนเอง จำนวน 43 คน คิมเบอร์รี่ จำนวน 2 คน ยิปโซ จำนวน 3 คน พะแพง จำนวน 1 คน แก้ว FFK จำนวน 2 คน คา Endophine จำนวน 2 คน มากี่ ราสี จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 13 พบว่า นักเรียนและนักศึกษา มีคاراتที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นคือ ญาญา อุรัสยา มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.33 รองลงมาคือ อัม พัชราภา คิดเป็นร้อยละ 35.00 และ ชมพู่ อารยา คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของเดือน

ช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้นเดือน	60	20.00
กลางเดือน	34	11.33
ปลายเดือน	66	22.00
วันหยุดสุดสัปดาห์	125	41.67
อื่น ๆ	15	5.00
รวม	300	100.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบ อื่นๆ จำนวน 36 คน

ได้แก่ ไม่นั่นนอน จำนวน 4 คน แล้วแต่กำลังซื้อ จำนวน 6 คน แล้วแต่อารมณ์ จำนวน 5 คน

จากตารางที่ 14 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ ปลายเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และต้นเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสัปดาห์

วันในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์	9	3.00
วันอังคาร	5	1.67
วันพุธ	2	0.67
วันพฤหัสบดี	22	7.33
วันศุกร์	7	2.33
วันเสาร์	25	8.33
วันอาทิตย์	59	19.67
แล้วแต่วันว่าง/สะดวก	171	57.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด คือ แล้วแต่วันว่าง/สะดวก มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาคือวันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 19.67 และวันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือน

จำนวนครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	101	33.70
2 ครั้ง	106	35.30
3 ครั้ง	60	20.00
4 ครั้ง	22	7.30
มากกว่า 4 ครั้ง	11	3.70
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่า นักเรียนและนักศึกษา ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ย จำนวน 2 ครั้งต่อเดือน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.30 รองลงมาคือ จำนวน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.70 และจำนวน 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

สถานที่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กาดกองต้า (ถนนคนเดิน)	47	15.67
ตลาดนัดคลองถม	43	14.33
ตลาดอัสวิน	78	26.00
ห้างสรรพสินค้า	50	16.67
ร้านค้าแฟชั่นทั่วไป	74	24.67
ซื้อทาง Internet	7	2.33
อื่น ๆ	1	0.33
รวม	300	100.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบอื่นๆ จำนวน 1 คน คือ หน้าสถานศึกษา

จากตารางที่ 17 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด คือ ตลาด อัสวิน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมาคือ ร้านค้าแฟชั่นทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 24.67 และ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 63.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น

แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน	171	57.00
ละครโทรทัศน์	65	21.67
นิตยสารแฟชั่น	160	53.33
ป้ายคัดเอาท์โฆษณา	23	7.67
ไบปลิว/โบชัวร์	26	8.67
อินเทอร์เน็ต	154	51.33
พนักงานขายเสื้อผ้าแฟชั่น	80	26.67
เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง	217	72.33
ข่าวบันเทิง/แฟชั่น	85	28.33
อื่น ๆ	8	2.67

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ มีจำนวน 8 คน คือ แคตตาล็อกขายตรง

จากตารางที่ 18 พบว่า นักเรียนและนักศึกษา ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น คือ เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 72.33 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 57.00 และ นิตยสารแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 53.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น

เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สวมใส่สบาย	236	78.67
แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ	173	57.67
ลวดลายสีสันทนถูกใจ	132	44.00
ราคาถูก/มีการลดราคา	157	52.33
มีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก	64	21.33
สะดวกและรวดเร็วในการซื้อ	88	29.33
เหมาะสมกับรูปร่าง	186	62.00
ลองได้/คืนได้	103	34.33
เป็นรูปแบบแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยม	67	22.33
อื่น ๆ	1	0.33

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ มีจำนวน 1 คน คือ สามารถ Mix ได้หลากหลายรูปแบบ

จากตารางที่ 19 พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น ของนักเรียน และนักศึกษา คือ สวมใส่สบาย มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 78.67 รองลงมาคือ เหมาะสมกับรูปร่าง คิดเป็นร้อยละ 62.00 และแบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 57.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการวางแผนในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

การวางแผนในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า	115	38.00
วางแผนการซื้อล่วงหน้าทุกครั้ง	64	22.00
วางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง	121	40.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 20 พบว่า นักเรียนและนักศึกษา วางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือไม่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 38.00 และวางแผนการซื้อล่วงหน้าทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.00

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่พอใจ	99	33.00
เทียบราคาร้านอื่นก่อนตัดสินใจ	152	50.67
ต้องมีการลองเสื้อผ้าแฟชั่นก่อนซื้อทุกครั้ง	49	16.33
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 21 พบว่า นักเรียนและนักศึกษา จะเทียบราคากับร้านอื่นก่อนตัดสินใจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.67 รองลงมาคือ ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 33.00 และต้องมีการลองเสื้อผ้าแฟชั่นก่อนซื้อทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.33

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นมาสวมใส่เป็นครั้งแรก

ความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นมาสวมใส่เป็นครั้งแรก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจ/ชอบมาก	94	31.00
พอใจ/ชอบ	169	56.00
ไม่แน่ใจว่าพอใจ/ชอบหรือไม่	31	11.00
ไม่พอใจ/ไม่ชอบ	4	1.33
อื่น ๆ	2	0.67
รวม	300	100.00

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบ อื่น ๆ มีจำนวน 2 คน คือ ไม่พอใจหรือไม่ชอบเป็นบางครั้ง

จากตารางที่ 22 พบว่า นักเรียนและนักศึกษามีความรู้สึกภายหลังการซื้อและนำเสื้อผ้ามาสวมใส่ครั้งแรกคือ พอใจ/ชอบ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือพอใจ/ชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 31.00 และไม่แน่ใจว่าพอใจ/ชอบหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักเรียนและ
นักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และข้อเสนอแนะของผู้ตอบ
แบบสอบถาม

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการ
ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น					คะแนน เฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
เนื้อผ้าที่ตัดเย็บมีคุณภาพ	96 (32.00)	144 (48.00)	55 (18.33)	4 (1.33)	1 (0.33)	4.10 (มาก)	4
สีทันสวยงาม	98 (32.67)	144 (48.00)	55 (18.33)	3 (1.00)	0 (0.00)	4.12 (มาก)	3
รูปแบบสวยงาม ทันสมัย	97 (32.33)	159 (53.00)	40 (13.33)	3 (1.00)	1 (0.33)	4.16 (มาก)	2
ไม่เสียรูปทรงหลังซัก	101 (33.67)	119 (39.67)	65 (21.67)	15 (5.00)	0 (0.00)	4.02 (มาก)	6
ดูแลรักษาง่าย	97 (32.33)	150 (50.00)	47 (15.67)	5 (1.67)	1 (0.33)	4.12 (มาก)	3
ใช้ได้หลายโอกาส	123 (41.00)	132 (44.00)	41 (13.67)	4 (1.33)	0 (0.00)	4.25 (มาก)	1
ชื่อเสียงของตราสินค้า	68 (22.67)	102 (34.00)	95 (31.67)	27 (9.00)	8 (2.67)	3.65 (มาก)	8
มีรูปแบบให้เลือก หลากหลาย	89 (29.67)	141 (47.00)	62 (20.67)	8 (2.67)	0 (0.00)	4.04 (มาก)	5

ตารางที่ 23 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีรูปแบบที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำแบบใคร	92 (30.67)	116 (38.67)	82 (27.33)	8 (2.67)	2 (0.67)	3.96 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						4.04 (มาก)	

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ใช้ได้หลายโอกาส มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.25) รองลงมาคือ รูปแบบสวยงาม ทันสมัย มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.16) และ ดูแลรักษาง่าย กับสีทนสวยงาม มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาถูก	115 (38.33)	111 (37.00)	64 (21.33)	10 (3.33)	0 (0.00)	4.10 (มาก)	2
ราคาเหมาะสมกับตราสินค้า	103 (34.33)	132 (44.00)	57 (19.00)	7 (2.33)	1 (0.33)	4.10 (มาก)	2
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	103 (34.33)	140 (46.67)	46 (15.33)	9 (3.00)	2 (0.57)	4.11 (มาก)	1
สามารถต่อรองราคาได้	108 (36.00)	116 (38.67)	61 (20.33)	10 (3.33)	5 (1.67)	4.04 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						4.08 (มาก)	

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11) รองลงมาคือ ราคาถูก และราคาเหมาะสมกับตราสินค้า มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.10) และ สามารถต่อรองราคาได้ มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน	80 (26.67)	131 (43.67)	79 (26.33)	8 (2.67)	2 (0.67)	3.93 (มาก)	2
บรรยากาศภายในร้าน	81 (27.00)	121 (40.33)	86 (28.67)	12 (4.00)	0 (0.00)	3.90 (มาก)	4
สถานที่จัดจำหน่ายหาง่าย	84 (28.00)	144 (48.00)	64 (21.33)	8 (2.67)	0 (0.00)	4.01 (มาก)	1
มีที่จอดรถสะดวก	77 (25.67)	124 (41.33)	77 (25.67)	20 (6.67)	2 (0.67)	3.85 (มาก)	5
สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง	74 (24.67)	133 (44.33)	85 (28.33)	7 (2.33)	1 (0.33)	3.91 (มาก)	3
ใกล้ที่พักอาศัย	62 (20.67)	105 (35.00)	95 (31.67)	29 (9.67)	9 (3.00)	3.61 (มาก)	6
ซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตได้	50 (16.67)	95 (31.67)	87 (29.00)	44 (14.67)	24 (8.00)	3.34 (ปานกลาง)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.79 (มาก)	

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.79) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายหาง่าย มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.01) รองลงมาคือ มีการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน มีอิทธิพลต่อการ

ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.93) และ สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.91)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ระดับที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
มีการลดราคา	118 (39.33)	111 (37.00)	58 (19.33)	10 (3.33)	3 (1.00)	4.10 (มาก)	1
มีบริการให้ลองสวมใส่	110 (36.67)	115 (38.33)	58 (19.33)	14 (4.67)	3 (1.00)	4.05 (มาก)	2
มีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ	120 (40.00)	101 (33.67)	55 (18.33)	19 (6.33)	5 (1.67)	4.04 (มาก)	3
มีบริการบัตรเครดิต	50 (16.67)	92 (30.67)	85 (28.33)	54 (18.00)	19 (6.33)	3.33 (ปานกลาง)	7
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	50 (16.67)	111 (37.00)	87 (29.00)	39 (13.00)	13 (4.33)	3.49 (ปานกลาง)	6
การบริการของพนักงานขาย	98 (32.67)	88 (29.33)	80 (26.67)	24 (8.00)	10 (3.33)	3.80 (มาก)	4
พนักงานขายมีรูปร่างหน้าตาดี อารมณ์ดี	68 (22.67)	117 (39.00)	80 (26.67)	27 (9.00)	8 (2.67)	3.70 (มาก)	5
สามารถเปลี่ยนคืน ได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหา	139 (46.33)	88 (29.33)	47 (15.67)	21 (7.00)	5 (1.67)	3.12 (ปานกลาง)	8
ค่าเฉลี่ยรวม						3.70 (มาก)	

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.70) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการลดราคา มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.10) รองลงมาคือ มีบริการให้ลองสวมใส่ มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.05) และ มีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก

อันดับที่	ปัจจัยที่มีผลต่อซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1	ใช้ได้หลายโอกาส	ผลิตภัณฑ์	4.25	มาก
2	รูปแบบสวยงามทันสมัย	ผลิตภัณฑ์	4.16	มาก
3	สีทันสมัยงาม	ผลิตภัณฑ์	4.12	มาก
4	ดูแลรักษาง่าย	ผลิตภัณฑ์	4.12	มาก
5	สามารถเปลี่ยนคืนได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหา	การส่งเสริมการตลาด	4.12	มาก
6	มีป้ายบอกราคาชัดเจน	ราคา	4.11	มาก
7	ราคาถูก	ราคา	4.10	มาก
8	มีการลดราคา	การส่งเสริมการตลาด	4.10	มาก
9	เนื้อผ้าที่ตัดเย็บมีคุณภาพ	ผลิตภัณฑ์	4.10	มาก
10	ราคาเหมาะสมกับตราสินค้า	ราคา	4.10	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปาง โดย เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ใช้ได้หลายโอกาส ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.25) รองลงมาคือ รูปแบบสวยงามทันสมัย ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.16) และมีสีทันสมัยงาม ดูแลรักษาง่าย ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กับสามารถเปลี่ยนคืนได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหา ซึ่งเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12)

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิตและการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับนักเรียนและนักศึกษา ดังนี้

1. จำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
2. ควรมีคำแนะนำการใส่เสื้อผ้าให้กับลูกค้า เช่นดูจาก รูปร่าง หน้าตา สีผิว
3. ผลิตสินค้าที่ไม่ขัดต่อวัฒนธรรมไทย
4. ควรตัดเย็บให้เหมาะสมกับสภาพอากาศ
5. อยากรได้เสื้อผ้าที่ราคาถูก ๆ หาซื้อง่าย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำแนกตามระดับการศึกษาที่เรียน

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
เรียบง่าย	56 (56.00)	1	69 (69.00)	1	55 (55.00)	1
หวาน น่ารัก	36 (36.00)	2	29 (29.00)	2	36 (36.00)	2
เน้นสีส้ม	16 (16.00)	4	21 (21.00)	4	15 (15.00)	4
หรูหรา	4 (4.00)	8	7 (7.00)	6	4 (4.00)	8
เกาหลี	11 (11.00)	6	8 (8.00)	5	8 (8.00)	6
วินเทจ	12 (12.00)	5	25 (25.00)	3	11 (11.00)	5
เซอร์รี่	24 (24.00)	3	29 (29.00)	2	18 (18.00)	3
อื่น ๆ	6 (6.00)	7	0 (0.00)	7	5 (5.00)	7

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ ได้แก่ แล้วยแต่โอกาส จำนวน 8 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. จำนวน 2 คน และระดับอุดมศึกษา จำนวน 4 คน เลือกขึ้นอยู่กับความต้องการได้ในแต่ละช่วงเวลา จำนวน 3 คน เป็นกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. จำนวน 1 คน และระดับอุดมศึกษา จำนวน 2 คน

จากตารางที่ 28 พบว่า ระดับปวช. ส่วนใหญ่รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ คือ แบบเรียบง่าย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ แบบหวาน น่ารัก คิดเป็นร้อยละ 36.00 และแบบเซอร์ ๆ คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ คือ แบบเรียบง่าย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.00 รองลงมาคือ แบบหวาน น่ารัก และเซอร์ ๆ คิดเป็นร้อยละ 29.00 และแบบวินเทจ คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ คือ แบบเรียบง่าย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ แบบหวาน น่ารัก คิดเป็นร้อยละ 36.00 และแบบเซอร์ ๆ คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละ โทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

โทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
โทนสีอ่อนๆ	54 (54.00)	1	63 (63.00)	1	50 (50.00)	1
โทนสีสันดูฉลาด	23 (23.00)	4	18 (18.00)	5	24 (24.00)	2
โทนขาว	26 (26.00)	3	39 (39.00)	2	20 (20.00)	3
โทนดำ	29 (29.00)	2	31 (31.00)	3	18 (18.00)	4
โทนน้ำตาล	20 (20.00)	5	29 (29.00)	4	18 (18.00)	4
อื่น ๆ	4 (4.00)	6	2 (2.00)	6	1 (1.00)	5

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ ได้แก่ โทนีสัมพู จำนวน 2 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย เลือกโทนีสีน้ำเงิน จำนวน 1 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. โทนีสีโดก็ได้ 4 คนเป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. จำนวน 3 คน และระดับอุดมศึกษา 1 คน

จากตารางที่ 29 พบว่า ระดับปวช. ส่วนใหญ่โทนีสีเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ คือ โทนีสีอ่อนๆมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือ โทนีสีดำ คิดเป็นร้อยละ 29.00 และโทนีสีขาว คิดเป็นร้อยละ 26.00 ตามลำดับ

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่โทนีสีเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ คือ โทนีสีอ่อนๆมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาคือ โทนีสีขาว คิดเป็นร้อยละ 39.00 และโทนีสีดำ คิดเป็นร้อยละ 31.00 ตามลำดับ

ระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่โทนีสีเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ คือ โทนีสีอ่อนๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ โทนีสีสันดูฉลาด คิดเป็นร้อยละ 24.00 และโทนีสีขาว คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละความสำคัญของตรายี่ห้อต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ความสำคัญของตรายี่ห้อต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ระดับการศึกษา		
	ปวช.	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อุดมศึกษา
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
มีความสำคัญ	7 (7.00)	14 (14.00)	3 (3.00)
ไม่มีความสำคัญ	93 (93.00)	86 (86.00)	97 (97.00)
รวม	100 (100.00)	100 (100.00)	100 (100.00)

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบมีความสำคัญ จำนวน 24 คน ได้แก่

Mac จำนวน 3 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. จำนวน 1 คน และระดับอุดมศึกษา จำนวน 2 คน Wrangler จำนวน 2 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. Levi จำนวน 2 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย adidas จำนวน 3 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย Disney จำนวน 7 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ

มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 4 คน และระดับ ปวช. จำนวน 3 คน Body Grove จำนวน 3 คน
เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 2 คน และระดับ ปวช. จำนวน 1 คน
A2Z จำนวน 4 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 3 คน และ
ระดับอุดมศึกษา จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 30 พบว่า ความสำคัญของตราयीหือต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของ ระดับ
ปวช. คือ มีความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 7.00 และไม่มีความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 93.00

ความสำคัญของตราयीหือต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คือ
มีความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 14.00 และไม่มีความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 86.00

ความสำคัญของตราयीหือต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของ ระดับอุดมศึกษา คือ มี
ความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 3.00 และไม่มีความสำคัญ คิดเป็นร้อยละ 97.00

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบ
แบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่น	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
น้อยกว่า 300 บาท	38 (38.00)	1	30 (30.00)	2	16 (16.00)	3
301-600 บาท	29 (29.00)	2	42 (42.00)	1	48 (48.00)	1
601-900 บาท	13 (13.00)	3	19 (19.00)	3	19 (19.00)	2
901-1,200 บาท	9 (9.00)	4	5 (5.00)	4	7 (7.00)	5
1,201-1,500 บาท	6 (6.00)	5	3 (3.00)	5	8 (8.00)	4
มากกว่า 1,501 บาท	5 (5.00)	6	1 (1.00)	6	2 (2.00)	6
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

จากตารางที่ 31 พบว่า ระดับปวช. มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น น้อยกว่า 300 บาทต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ ระหว่าง 301-600 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และระหว่าง 601-900 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ระหว่าง 301-600 บาทต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ น้อยกว่า 300 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และระหว่าง 601-900 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

ระดับอุดมศึกษา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ระหว่าง 301-600 บาทต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ ระหว่าง 601-900 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.00 และน้อยกว่า 300 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละตามประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นและความถี่ในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ปวช.

ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น ของนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช.	ความถี่ในการซื้อ					
	ซื้อเป็นประจำ		ซื้อเป็นครั้งคราว		ไม่เคยซื้อ	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด	37 (37.00)	1	55 (55.00)	5	8 (8.00)	8
กางเกงขาสั้น/กางเกงบุดีก	16 (16.00)	4	76 (76.00)	1	8 (8.00)	8
เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว	17 (17.00)	3	66 (66.00)	2	17 (17.00)	6
กระโปรงสั้น	4 (4.00)	7	48 (48.00)	6	48 (48.00)	3
กระโปรงยาว	7 (7.00)	6	41 (41.00)	7	52 (52.00)	2
ชุดกีฬา	2 (2.00)	8	27 (27.00)	8	71 (71.00)	1
เสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว/เกาะอก	8 (8.00)	5	56 (56.00)	4	36 (36.00)	4

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละตามประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นและความถี่ในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ปวช.

ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น ของนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช.	ความถี่ในการซื้อ					
	ซื้อเป็นประจำ		ซื้อเป็นครั้งคราว		ไม่เคยซื้อ	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
ชุดกระโปรง/กางเกง ติดกัน	8 (8.00)	5	66 (66.00)	2	26 (26.00)	5
กางเกงขาสั้น	30 (30.00)	2	61 (61.00)	3	9 (9.00)	7
อื่น ๆ	0 (0.00)	9	0 (0.00)	9	0 (0.00)	9

จากตารางที่ 32 พบว่า ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. ซื้อเป็นประจำ คือ เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือ กางเกงขาสั้น คิดเป็นร้อยละ 30.00 และ เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. ซื้อเป็นครั้งคราว คือ กางเกงขายาว/กางเกงบูติก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือ เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว และชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน คิดเป็นร้อยละ 66.00 ตามลำดับ

ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. ไม่เคยซื้อ คือ ชุดกีฬา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาคือ กระโปรงยาว คิดเป็นร้อยละ 52.00 และกระโปรงสั้น คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละตามประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นและความถี่ในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย

ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น ของนักเรียนและนักศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย	ความถี่ในการซื้อ					
	ซื้อเป็นประจำ		ซื้อเป็นครั้งคราว		ไม่เคยซื้อ	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
เสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด	24 (24.00)	1	73 (73.00)	3	3 (3.00)	9
กางเกงขาสั้น/กางเกงยูกิต	8 (8.00)	4	82 (82.00)	1	10 (10.00)	7
เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว	19 (19.00)	2	74 (74.00)	2	7 (7.00)	8
กระโปรงสั้น	1 (1.00)	7	22 (22.00)	9	77 (77.00)	1
กระโปรงยาว	7 (7.00)	5	26 (26.00)	8	67 (67.00)	2
ชุดกีฬา	5 (5.00)	6	30 (30.00)	7	65 (65.00)	3
เสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว/เกาะอก	5 (5.00)	6	39 (39.00)	6	56 (56.00)	4
ชุดกระโปรง/กางเกง ติดกัน	15 (15.00)	3	42 (42.00)	5	43 (43.00)	5
กางเกงขาสั้น	24 (24.00)	1	60 (60.00)	4	16 (16.00)	6
อื่นๆ	0 (0.00)	8	0 (0.00)	10	0 (0.00)	10

จากตารางที่ 33 พบว่า ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลายซื้อเป็นประจำ คือ เสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด และกางเกงขาสั้น มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมาคือ เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาวคิดเป็นร้อยละ 19.00 และชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย ซื้อเป็นครั้งคราว

คือ กางเกงขาสั้น/กางเกงบูติก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว คิดเป็นร้อยละ 74.00 และเสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด คิดเป็นร้อยละ 73.00 ตามลำดับ

ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย ไม่เคยซื้อ คือ กระโปรงสั้น มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 77.00 รองลงมาคือ กระโปรงยาว คิดเป็นร้อยละ 67.00 และ ชุดกีฬา คิดเป็นร้อยละ 65.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละตามประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นและความถี่ในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ อุดมศึกษา

ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น ของนักเรียนและนักศึกษา ระดับ อุดมศึกษา	ความถี่ในการซื้อ					
	ซื้อเป็นประจำ		ซื้อเป็นครั้งคราว		ไม่เคยซื้อ	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
เสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด	41 (41.00)	1	58 (58.00)	2	1 (1.00)	8
กางเกงขาสั้น/กางเกงบูติก	14 (14.00)	5	81 (81.00)	1	5 (5.00)	7
เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว	25 (25.00)	3	57 (57.00)	3	18 (18.00)	6
กระโปรงสั้น	18 (18.00)	4	39 (39.00)	6	43 (43.00)	2
กระโปรงยาว	5 (5.00)	6	53 (53.00)	4	42 (42.00)	3
ชุดกีฬา	5 (5.00)	6	23 (23.00)	7	72 (72.00)	1
เสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว/เกาะอก	14 (14.00)	5	50 (50.00)	5	36 (36.00)	4
ชุดกระโปรง/กางเกง ติดกัน	14 (14.00)	5	53 (53.00)	4	33 (33.00)	5
กางเกงขาสั้น	38 (38.00)	2	57 (57.00)	3	5 (5.00)	7

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละตามประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นและความถี่ในการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ อุดมศึกษา

ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น ของนักเรียนและนักศึกษา ระดับ อุดมศึกษา	ความถี่ในการซื้อ					
	ซื้อเป็นประจำ		ซื้อเป็นครั้งคราว		ไม่เคยซื้อ	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
อื่น ๆ	0 (0.00)	7	0 (0.00)	8	0 (0.00)	9

จากตารางที่ 34 พบว่า ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาระดับ อุดมศึกษา ซื้อเป็นประจำ คือ เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ กางเกงขาสั้น คิดเป็นร้อยละ 38.00 และ เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ขาว คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ

ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาระดับ อุดมศึกษา ซื้อเป็นครั้งคราว คือ กางเกงขายาว/กางเกงบูติก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.00 รองลงมาคือ เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด คิดเป็นร้อยละ 58.00 และเสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ขาว และ กางเกงขาสั้น คิดเป็นร้อยละ 57.00 ตามลำดับ

ประเภทเสื้อผ้าที่นักเรียนและนักศึกษาระดับ อุดมศึกษา ไม่เคยซื้อ คือ ชุดกีฬา มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมาคือ กระโปรงสั้น คิดเป็นร้อยละ 43.00 และกระโปรงยาว คิดเป็นร้อยละ 42.00 ตามลำดับ



ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อชิ้นที่ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อชิ้นที่ซื้อ	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับ ที่
ราคา ต่ำกว่า 99 บาท	3 (3.00)	5	6 (6.00)	4	2 (2.00)	5
ราคา 100-199 บาท	49 (49.00)	1	43 (43.00)	1	41 (41.00)	1
ราคา 200-299 บาท	29 (29.00)	2	33 (33.00)	2	23 (23.00)	2
ราคา 300-399 บาท	5 (5.00)	4	10 (10.00)	3	18 (18.00)	3
ราคา 400-599 บาท	5 (5.00)	4	3 (3.00)	6	14 (14.00)	4
ราคา มากกว่า 500 บาท	9 (9.00)	3	5 (5.00)	5	2 (2.00)	5
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

จากตารางที่ 35 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีราคาอยู่
ระหว่าง 100-199 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 200-299 บาท
คิดเป็นร้อยละ 29.00 และราคามากกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีราคาอยู่
ระหว่าง 100-199 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 200-299 บาท
คิดเป็นร้อยละ 33.00 และราคาระหว่าง 300-399 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับระดับอุดมศึกษา ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีราคาอยู่ระหว่าง 100-199 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ ราคาระหว่าง 200-299 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ ราคาระหว่าง 300-399 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อเฉลี่ยต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
1 ชิ้น	32 (32.00)	2	11 (11.00)	3	29 (29.00)	2
2 ชิ้น	51 (51.00)	1	64 (64.00)	1	49 (49.00)	1
3 ชิ้น	12 (12.00)	3	21 (21.00)	2	17 (17.00)	3
4 ชิ้น	2 (2.00)	5	1 (1.00)	5	1 (1.00)	5
5 ชิ้น	3 (3.00)	4	3 (3.00)	4	2 (2.00)	4
มากกว่า 5 ชิ้น	0 (0.00)	6	0 (0.00)	6	2 (2.00)	4
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

จากตารางที่ 36 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยแต่ละครั้งจำนวน 2 ชิ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 32.00 และ จำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยแต่ละครั้งจำนวน 2 ชิ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ จำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 21.00 และ จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับระดับอุดมศึกษา ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยแต่ละครั้งจำนวน 2 ชิ้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ จำนวน 1 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 29.00 และ จำนวน 3 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
ซื้อตามเพื่อน	23 (23.00)	8	10 (10.00)	10	29 (29.00)	7
ซื้อตามดารา นักร้อง บุคคลที่นิยม	12 (12.00)	9	16 (16.00)	7	19 (19.00)	9
ซื้อตามเทศกาล	40 (40.00)	5	43 (43.00)	4	36 (36.00)	4
ซื้อตามแฟชั่น	45 (45.00)	4	41 (41.00)	5	36 (36.00)	4
ซื้อตามความชอบและรสนิยม	53 (53.00)	3	74 (74.00)	2	68 (68.00)	2
ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ	58 (58.00)	2	82 (82.00)	1	66 (66.00)	3
มีการลดราคา	70 (70.00)	1	63 (63.00)	3	70 (70.00)	1

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
เบื่อเสื้อผ้าแฟชั่นเดิมที่มี	21 (21.00)	8	12 (12.00)	9	31 (31.00)	5
มีเงินเหลือใช้	35 (35.00)	6	15 (15.00)	8	30 (30.00)	6
มีบุคคลอื่นจ่ายเงินค่าเสื้อผ้าแฟชั่นให้	33 (33.00)	7	21 (21.00)	6	25 (25.00)	8
อื่นๆ	2 (2.00)	10	0 (0.00)	10	1 (1.00)	10

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่นๆ จำนวน 3 คน คือ ซื้อเพราะเป็นของที่ระลึก ของฝาก เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. และระดับอุดมศึกษา

จากตารางที่ 37 พบว่า เหตุผลที่นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง คือ มีการลดราคา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 58.00 และซื้อตามความชอบและรสนิยม คิดเป็นร้อยละ 53.00 ตามลำดับ

เหตุผลที่นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง คือ ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ ซื้อตามความชอบและรสนิยม คิดเป็นร้อยละ 74.00 และมีการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 63.00 ตามลำดับ

เหตุผลที่นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง คือ มีการลดราคา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ซื้อตามความชอบและรสนิยม

คิดเป็นร้อยละ 68.00 และ ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 66.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมากที่สุด	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
ตัดสินใจด้วยตนเอง	88 (88.00)	1	94 (94.00)	1	97 (97.00)	1
พ่อแม่	33 (33.00)	4	43 (43.00)	2	19 (19.00)	5
เพื่อน	52 (52.00)	2	36 (36.00)	3	40 (40.00)	3
ญาติพี่น้อง	11 (11.00)	6	13 (13.00)	6	6 (6.00)	6
คนรัก/แฟน	39 (39.00)	3	14 (14.00)	5	47 (47.00)	2
พนักงานขาย	23 (23.00)	5	13 (13.00)	6	23 (23.00)	4
ดารา นักร้อง บุคคลที่นิยมชื่นชอบ	11 (11.00)	6	22 (22.00)	4	6 (6.00)	6
อื่น ๆ	1 (1.00)	7	0 (0.00)	7	0 (0.00)	7

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ จำนวน 1 คน คือ นักข่าว เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช.

จากตารางที่ 38 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.00 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 52.00 และคนรัก/แฟน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.00 รองลงมาคือ พ่อแม่ คิดเป็นร้อยละ 43.00 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 36.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 97.00 รองลงมาคือ คนรัก/แฟน คิดเป็นร้อยละ 47.00 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของตารางที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่เป็นต้นแบบในการ แต่งตัวแฟชั่น	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
อ้อม พัชราภา	40 (88.00)	1	34 (94.00)	2	31 (97.00)	3
แพนเค้ก	35 (33.00)	3	26 (43.00)	4	27 (19.00)	4
ชมพู อารยา	37 (52.00)	2	22 (36.00)	5	41 (40.00)	1
คริส หอวัง	19 (11.00)	5	29 (13.00)	3	16 (6.00)	6
ญาญ่า อุรัสยา	34 (39.00)	4	35 (14.00)	1	37 (47.00)	2
เบนซ์ พรชิตา	3 (23.00)	7	0 (13.00)	7	5 (23.00)	7

ตารางที่ 39 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของคาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

คาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่น	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
ใหม่ คาวีกา	1 (11.00)	8	10 (22.00)	6	20 (6.00)	5
อื่น ๆ	16 (1.00)	6	22 (0.00)	5	16 (0.00)	6

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ มีจำนวน 54 คน ได้แก่ แต่งตามแบบของตนเอง จำนวน 43 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษา ระดับ ปวช. จำนวน 12 คน ระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 18 คน และระดับอุดมศึกษา จำนวน 13 คน คิมเบอร์รี่ จำนวน 2 คน คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ยิบโซ จำนวน 3 คน คือระดับ ปวช. จำนวน 2 คน และระดับ อุดมศึกษา จำนวน 1 คน พะแพง จำนวน 1 คน คือ ระดับอุดมศึกษา แก้ว FFK จำนวน 2 คน คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คา Endophine จำนวน 2 คน คือระดับ ปวช. จำนวน 1 คน และระดับอุดมศึกษา 1 คน มากี่ ราสี จำนวน 1 คน คือ ระดับปวช.

จากตารางที่ 39 พบว่า คาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. คือ อัม พัชราภา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ ชมพู่ อารยา คิดเป็นร้อยละ 37.00 และ แพนเค้ก คิดเป็นร้อยละ 35.00 ตามลำดับ

คาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คือ ฉญาญา อูร์สยา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ อัม พัชราภา คิดเป็นร้อยละ 34.00 และคริส หอวัง คิดเป็นร้อยละ 29.00 ตามลำดับ

คาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา คือ ชมพู่ อารยา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือ ฉญาญา อูร์สยา คิดเป็นร้อยละ 37.00 และ อัม พัชราภา คิดเป็นร้อยละ 31.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาของเดือนที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ช่วงเวลาของเดือนที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
ต้นเดือน	21 (21.00)	3	10 (10.00)	4	29 (29.00)	2
กลางเดือน	14 (14.00)	4	13 (13.00)	3	7 (7.00)	4
ปลายเดือน	22 (22.00)	2	23 (23.00)	2	21 (21.00)	3
วันหยุดสุดสัปดาห์	32 (32.00)	1	51 (51.00)	1	42 (42.00)	1
อื่น ๆ	11 (11.00)	5	3 (3.00)	5	1 (1.00)	5
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบ อื่นๆ จำนวน 15 คน

ได้แก่ ไม่น่าอน จำนวน 4 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. จำนวน 3 คน และระดับอุดมศึกษา จำนวน 1 คน แล้วแต่กำลังซื้อ จำนวน 6 คน คือ ระดับ ปวช. จำนวน 4 คน และระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 2 คน แล้วแต่อากรมณ์ จำนวน 5 คน คือ ระดับ ปวช. จำนวน 5 คน และระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 40 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในช่วงวันหยุดสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ ช่วงปลายเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และช่วงต้นเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในช่วงวันหยุดสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ ช่วงปลายเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และ ช่วงกลางเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบอยที่สุดในช่วงวันหยุด สัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ ช่วงต้นเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และช่วงปลายเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบอยที่สุดของผู้ตอบ แบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

วันที่ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบอย ที่สุด	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
วันจันทร์	4 (4.00)	5	2 (2.00)	6	3 (3.00)	4
วันอังคาร	2 (2.00)	6	1 (1.00)	7	2 (2.00)	5
วันพุธ	0 (0.00)	7	1 (1.00)	7	1 (1.00)	6
วันพฤหัสบดี	8 (8.00)	4	6 (6.00)	4	8 (8.00)	3
วันศุกร์	4 (4.00)	5	3 (3.00)	5	0 (0.00)	7
วันเสาร์	9 (9.00)	3	13 (13.00)	2	3 (3.00)	4
วันอาทิตย์	20 (20.00)	2	11 (11.00)	3	28 (28.00)	2
แล้วแต่วันว่าง/สะดวก	53 (53.00)	1	63 (63.00)	1	55 (55.00)	1
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

จากตารางที่ 41 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในวันที่ว่าง/สะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือ วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในวันที่ว่าง/สะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมาคือ วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 13.00 และ วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในวันที่ว่าง/สะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 28.00 และ วันพฤหัสบดี คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

จำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือน	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
1 ครั้ง	37 (37.00)	1	29 (29.00)	2	35 (35.00)	1
2 ครั้ง	32 (32.00)	2	40 (40.00)	1	34 (34.00)	2
3 ครั้ง	21 (21.00)	3	16 (16.00)	3	23 (23.00)	3
4 ครั้ง	6 (6.00)	4	11 (11.00)	4	5 (5.00)	4
มากกว่า 4 ครั้ง	4 (4.00)	5	4 (4.00)	5	3 (3.00)	5
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

จากตารางที่ 42 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 32.00 และ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

สถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
กาดกองต้า (ถนนคนเดิน)	22 (22.00)	2	8 (8.00)	5	17 (17.00)	2
ตลาดนัดคลองถม	18 (18.00)	4	14 (14.00)	4	11 (11.00)	4
ตลาดอัสวิน	25 (25.00)	1	26 (26.00)	2	27 (27.00)	1
ห้างสรรพสินค้า	12 (12.00)	5	22 (22.00)	3	16 (16.00)	3
ร้านค้าแฟชั่นทั่วไป	19 (19.00)	3	28 (28.00)	1	27 (37.00)	1
ซื้อทาง Internet	3 (3.00)	6	2 (2.00)	6	2 (2.00)	5

ตารางที่ 43 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบอยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

สถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบอยที่สุด	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
อื่น ๆ	1 (1.00)	7	0 (0.00)	7	0 (0.00)	6
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบอื่นๆ จำนวน 1 คน คือ หน้าที่สถานศึกษา เป็นนักเรียนและนักศึกษาในระดับ ปวช.

จากตารางที่ 43 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบอยที่สุดคือตลาดอัสวิน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และร้านค้าแฟชั่นทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบอยที่สุดคือร้านค้าแฟชั่นทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ ตลาดอัสวิน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบอยที่สุดคือตลาดอัสวิน และร้านค้าแฟชั่นทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือ ถนนคนเดิน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น	ระดับการศึกษา					
	- ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
เพื่อน	60 (60.00)	2	50 (50.00)	3	61 (61.00)	3
ละครโทรทัศน์	32 (32.00)	5	19 (19.00)	7	14 (14.00)	7
นิตยสารแฟชั่น	54 (54.00)	3	57 (57.00)	2	49 (49.00)	4
ป้ายคัทเอาท์โฆษณา	9 (9.00)	7	6 (6.00)	9	8 (8.00)	8
โบปลิว/โบชัวร์	9 (9.00)	7	9 (9.00)	8	8 (8.00)	8
อินเทอร์เน็ต	45 (45.00)	4	42 (42.00)	4	67 (67.00)	2
พนักงานขายเสื้อผ้าแฟชั่น	28 (28.00)	6	20 (20.00)	6	32 (32.00)	5
เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง	71 (71.00)	1	70 (70.00)	1	76 (76.00)	1
ข่าวบันเทิง/แฟชั่น	28 (28.00)	6	33 (33.00)	5	24 (24.00)	6
อื่น ๆ	4 (4.00)	8	3 (3.00)	10	1 (1.00)	9

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ มีจำนวน 8 คน คือ แคตตาล็อกขายตรง เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. จำนวน 4 คน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 3 คน และ ระดับอุดมศึกษา จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 44 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นจากการเดินดูตามร้านเสื้อผ้าแฟชั่นเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาคือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และ นิตยสารแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 54.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นจากการเดินดูตามร้านเสื้อผ้าแฟชั่นเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ นิตยสารแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 57.00 และ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นจากการเดินดูตามร้านเสื้อผ้าแฟชั่นเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 67.00 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 61.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
สวมใส่สบาย	74 (74.00)	1	80 (80.00)	1	82 (82.00)	1
แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ	49 (49.00)	4	68 (68.00)	2	56 (56.00)	3
ลวดลายสีสันทันถูกใจ	40 (40.00)	5	49 (49.00)	5	43 (43.00)	5
ราคาถูก/มีการลดราคา	59 (59.00)	3	57 (57.00)	3	41 (41.00)	6
มิตราสินค้าที่เป็นที่รู้จัก	19 (19.00)	8	28 (28.00)	6	17 (17.00)	9
สะดวกและรวดเร็วในการซื้อ	33 (33.00)	6	15 (15.00)	9	40 (40.00)	7

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชั้นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชั้น	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
เหมาะสมกับรูปร่าง	62 (62.00)	2	56 (56.00)	4	68 (68.00)	2
ลองได้/คืนได้	40 (40.00)	5	19 (19.00)	8	44 (44.00)	4
เป็นรูปแบบแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยม	25 (25.00)	7	24 (24.00)	7	18 (18.00)	8
อื่น ๆ	0 (0.00)	9	1 (1.00)	10	0 (0.00)	10

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

อื่น ๆ มีจำนวน 1 คน คือ สามารถ Mix ได้หลากหลายรูปแบบ เป็นนักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

จากตารางที่ 45 พบว่า เหตุผลที่นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. เลือกซื้อเสื้อผ้าแต่ละชั้นคือ สวมใส่สบาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือ เหมาะสมกับรูปร่าง คิดเป็นร้อยละ 62.00 และ ราคาถูกมีการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 59.00 ตามลำดับ

เหตุผลที่นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เลือกซื้อเสื้อผ้าแต่ละชั้นคือ สวมใส่สบาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 68.00 และราคาถูกมีการลดราคา คิดเป็นร้อยละ 57.00 ตามลำดับ

เหตุผลที่นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา เลือกซื้อเสื้อผ้าแต่ละชั้นคือ สวมใส่สบาย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ เหมาะสมกับรูปร่าง คิดเป็นร้อยละ 68.00 และแบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 56.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของการวางแผนในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การวางแผนในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
ไม่มีการวางแผนการซื้อเสื้อผ้า	43 (43.00)	1	38 (38.00)	2	34 (34.00)	2
วางแผนการซื้อเสื้อผ้าทุกครั้ง	19 (19.00)	3	18 (18.00)	3	27 (27.00)	3
วางแผนการซื้อเสื้อผ้าเป็นบางครั้ง	38 (38.00)	2	44 (44.00)	1	39 (39.00)	1
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

จากตารางที่ 46 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. ไม่มีการวางแผนการซื้อเสื้อผ้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือวางแผนการซื้อเสื้อผ้าเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.00 และวางแผนการซื้อเสื้อผ้าเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย วางแผนการซื้อเสื้อผ้าเป็นบางครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ ไม่มีการวางแผนการซื้อเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 38.00 และวางแผนการซื้อเสื้อผ้าทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา วางแผนการซื้อเสื้อผ้าเป็นบางครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาคือ ไม่มีการวางแผนการซื้อเสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 34.00 และวางแผนการซื้อเสื้อผ้าทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ ถูกใจ	39 (39.00)	2	28 (28.00)	2	32 (32.00)	2
เทียบราคาร้านอื่นก่อนตัดสินใจ	49 (49.00)	1	58 (58.00)	1	45 (45.00)	1
ต้องมีการลองเสื้อผ้าแฟชั่นก่อน ซื้อทุกครั้ง	12 (12.00)	3	14 (14.00)	3	23 (23.00)	3
อื่นๆ	0 (0.00)	4	0 (0.00)	4	0 (0.00)	4
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

จากตารางที่ 47 พบว่า นักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. เทียบราคาร้านอื่นก่อนตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 39.00 และ ต้องมีการลองเสื้อผ้าแฟชั่นก่อนซื้อทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เทียบราคาร้านอื่นก่อนตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 28.00 และ ต้องมีการลองเสื้อผ้าแฟชั่นก่อนซื้อทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ

นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา เทียบราคาร้านอื่นก่อนตัดสินใจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมาคือ ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 32.00 และ ต้องมีการลองเสื้อผ้าแฟชั่นก่อนซื้อทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ระดับการศึกษา					
	ปวช.		มัธยมศึกษาตอนปลาย		อุดมศึกษา	
	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่	จำนวน (ร้อยละ)	อันดับที่
พอใจ/ชอบมาก	36 (36.00)	2	26 (26.00)	2	32 (32.00)	2
พอใจ/ชอบ	53 (53.00)	1	60 (60.00)	1	56 (56.00)	1
ไม่แน่ใจว่าพอใจ/ชอบหรือไม่	10 (10.00)	3	12 (12.00)	3	9 (9.00)	3
ไม่พอใจ/ไม่ชอบ	0 (0.00)	5	1 (1.00)	4	3 (3.00)	4
อื่น ๆ	1 (1.00)	4	1 (1.00)	4	0 (0.00)	5
รวม	100 (100.00)		100 (100.00)		100 (100.00)	

หมายเหตุ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน โดยเลือกตอบ อื่น ๆ มีจำนวน 2 คน

คือ ไม่พอใจหรือไม่ชอบเป็นบางครั้ง คือนักเรียนและนักศึกษาระดับ ปวช. จำนวน 1 คน และ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 48 พบว่า เมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อมาสวมใส่ในครั้งแรกของนักเรียนและนักศึกษาระดับปวช. คือ พอดี/ชอบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือ พอดี/ชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 36.00 และ ไม่แน่ใจว่าพอใจ/ชอบหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

เมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อมาสวมใส่ในครั้งแรกของนักเรียนและนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คือ พอดี/ชอบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ พอดี/ชอบมาก คิดเป็นร้อยละ 26.00 และ ไม่แน่ใจว่าพอใจ/ชอบหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

เมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อมาสวมใส่ในครั้งแรกของนักเรียนและนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษา คือ พอใจ/ชอบ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือ พอใจ/ชอบมาก
คิดเป็นร้อยละ 32.00 และ ไม่แน่ใจว่าพอใจ/ชอบหรือไม่ คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

