



248779

พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิง
ในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

กฤษฎณา คำเครื่อง

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2555

๐๐๐25574๐

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



248779

พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิง
ในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น



กฤษฎณา คำเครื่อง

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มีนาคม 2555

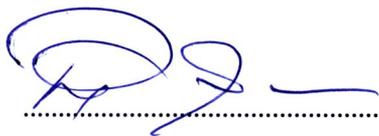
พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิง
ในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

กฤษฎณา คำเครื่อง

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

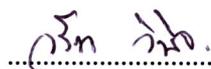
อาจารย์นิตยา วัฒนคุณ

.....

รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

.....กรรมการ

รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

.....กรรมการ

อาจารย์ ดร.วรัท วินิจ

20 มีนาคม 2555

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ ด้วยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสิงห์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขจนการศึกษาครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ อันเป็นพื้นฐานต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานทั้งในปัจจุบัน และอนาคต รวมทั้งเป็นแนวทางในการทำการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาและให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณบุคคลในครอบครัว เพื่อน ๆ และบุคคลอื่น ซึ่งผู้เขียนไม่ได้ระบุนามไว้ ณ ที่นี้ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจในการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ หากมีสิ่งขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขออภัยเป็นอย่างสูงในข้อบกพร่องและความผิดพลาดนั้น และผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้คงมีประโยชน์บ้างไม่มากก็น้อยสำหรับผู้ประกอบการ ผู้จัดจำหน่าย ตลอดจนผู้ที่สนใจที่จะศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นต่อไป

กฤษฎณา คำเครื่อง

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัด ลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
ผู้เขียน	นางสาวกฤษณา คำเครื่อง
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์อรรถร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

248779

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ประชากรที่ศึกษา คือ นักเรียนและนักศึกษาหญิง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน และสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ตามสัดส่วนของระดับการศึกษา ได้แก่ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับอุดมศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง ต่ำกว่า 4,000 ต่อเดือน รูปแบบเสื้อผ้าที่ซื้อคือแบบเรียบง่าย และมีโทนสีอ่อน ๆ และไม่ให้ความสำคัญกับตราี่ห้อ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นอยู่ระหว่าง 301-600 บาท ประเภทเสื้อผ้าที่นิยมซื้อเป็นประจำ คือ เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด กางเกงขายาว/กางเกงบูติก และเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่นิยมซื้อคือชุดกีฬา ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเฉลี่ยต่อชิ้น อยู่ระหว่าง ราคา 100-199 บาท จำนวนการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นครั้งละ 2 ชิ้น เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งคือ ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งจะตัดสินใจด้วยตนเอง ดาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นคือ ญาญ่า อุรัสยา ช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นคือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ วันที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นคือแล้วแต่วันว่าง/สะดวก จำนวนครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 2 ครั้งต่อเดือน สถานที่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นคือ ตลาดอัสวิน ข้อมูลข่าวสารที่ค้นหาเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น คือ เดินดูตามร้านเสื้อผ้าเอง เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้นคือ สวมใส่สบาย ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้ง มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง

248779

ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จะเทียบราคากับร้านอื่นก่อนตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นมาสวมใส่เป็นครั้งแรก คือ พอใจ/ชอบ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปาง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก คือ อันดับที่ 1 ใช้ได้หลากหลายโอกาส อันดับที่ 2 รูปแบบสวยงามทันสมัย อันดับที่ 3 สีทันสมัยสวยงาม อันดับที่ 4 ดูแลรักษาง่าย เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 5 สามารถเปลี่ยนคืนได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหา เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับที่ 6 มีป้ายราคาบอกชัดเจน อันดับที่ 7 ราคาถูก เป็นปัจจัยด้านราคา อันดับที่ 8 มีการลดราคา เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับที่ 9 เนื้อผ้าที่ตัดเย็บมีคุณภาพ เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 10 ราคาเหมาะสมกับตราสินค้า เป็นปัจจัยด้านราคา

Independent Study Title	Behavior of Female Students in Lampang Towards Buying Fashionable Clothes
Author	Miss Kitsana Kamkrueng
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associated Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

248779

This research was intended to study the behavior of female students of Lampang towards fashionable clothes buying. The populations were 300 female students which were sampled by quota according to education levels; Vocational Certificate, High School Certificate and Bachelor's Degree. The data was collected by questionnaires and then it was evaluated by descriptive statistics such as frequency, percentage and mean.

It was found that most female students of Lampang got monthly income from their parents which was lower than 4,000 Baht per month. The fashion style they like was easy, soft color and no brand. The average fashionable expense was between 301-600 Baht per month. Their favourite costume was T-shirt and trousers. They were not satisfied with sports wears. The satisfying price was between 101-200 Baht per piece. They usually bought 2 items each time. The reason for buying clothes depend on the necessity and occasions; buying for travelling or for events. They made decision for buying clothes by themselves and their idol is Yaya Urassaya. They liked to go shopping most on weekend or during their free or convenience time. They mostly bought clothes 2 times a month. The shopping place they used to buy the fashionable clothes was Assawin Market. They mostly received fashion information by visiting the clothing store. The reason for clothes buying each piece was comfortable. They mostly bought clothes with having shopping plan some time and compared the price with other stores before buying. When they wore the fashionable clothes for the first time, they were satisfied.

The marketing mix factors which influenced the fashionable clothes buying decisions of female students of Lampang overall ranked at the high level. The sequence was as follows ; product, price , place and promotion.

Sub factors that had the tenth priority in each marketing mix factors were as follows; The First of opportunities available, The Second of beautiful model, The third of beautiful color, The Fourth of easy for keeping for product factors. The Fifth of exchangeable in case of problems for promotion factors. The Sixth of clearly price tag, The Seventh of suitable price for price factors. The Eighth of discounted product for promotion factors. The Ninth of good quality of cutting for product factors. The Finally of suitable price for brand for price factor.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
วิธีการศึกษา	10
ระยะเวลาในการศึกษา	11
สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิง ในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	15
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อ พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและ ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	30

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงใน จังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำแนกตามระดับการศึกษาที่เรียน	37
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	65
สรุปผลการศึกษา	65
อภิปรายผลการศึกษา	69
ข้อค้นพบ	75
ข้อเสนอแนะ	76
บรรณานุกรม	79
ภาคผนวก	81
แบบสอบถาม	82
ประวัติผู้เขียน	88

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ตารางแสดงจำนวนนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางและจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำแนกตามระดับการศึกษา	13
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง	13
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง	14
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ (แนวการแต่งตัว)	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโทนสีที่ซื้อเป็นประจำ	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญของตรายี่ห้อที่มีต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นและความถี่ในการซื้อ	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อชิ้นที่ซื้อ	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยครั้งละกี่ชิ้น	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้ง	21
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	22
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคاراتที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่น	23

สารบัญญัตราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของเด็ก	24
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสัปดาห์	24
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือน	25
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	25
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น	26
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น	27
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการวางแผนในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	28
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	28
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นมาสวมใส่เป็นครั้งแรก	29
23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	30
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลของปัจจัยด้าน — การส่งเสริมทางการตลาด ต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
27 แสดงค่าเฉลี่ย ของระดับอิทธิพลที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก	35
28 แสดงจำนวนและร้อยละรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	37
29 แสดงจำนวนและร้อยละ โทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	38
30 แสดงจำนวนและร้อยละความสำคัญของตราที่หือต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	39
31 แสดงจำนวนและร้อยละค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	40
32 แสดงจำนวนและร้อยละตามประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นและความถี่ในการซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ปวช.	41
33 แสดงจำนวนและร้อยละตามประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นและความถี่ในการซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย	43
34 แสดงจำนวนและร้อยละตามประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นและความถี่ในการซื้อ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ อุดมศึกษา	44
35 แสดงจำนวนและร้อยละราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อชิ้นที่ซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	46
36 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อเฉลี่ยต่อครั้งของ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	47
37 แสดงจำนวนและร้อยละเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้งของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
38 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	50
39 แสดงจำนวนและร้อยละของคราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	51
40 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาของเดือนที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	53
41 แสดงจำนวนและร้อยละของวันที่ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	54
42 แสดงจำนวนและร้อยละจำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	55
43 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	56
44 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	58
45 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	59
46 แสดงจำนวนและร้อยละของการวางแผนในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	61
47 แสดงจำนวนและร้อยละของการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	62
48 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	63
49 แสดงปัจจัยในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	66
50 สรุปพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำแนกตามระดับการศึกษา	67