

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	น
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	15
ขอบเขตการศึกษา	15
วิธีการศึกษา	16
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	16
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	17
ระยะเวลาในการศึกษา	17
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้หญิงอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าในตลาดค้าปลีกแบบออนไลน์	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อผู้หญิงใน อำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์	42
ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบของผู้หญิงในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าใน ตลาดค้าปลีกแบบออนไลน์	50
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อเสื้อผ้าในตลาดค้าปลีกแบบออนไลน์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	56
ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าในตลาดค้าปลีก แบบออนไลน์	81
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	82
สรุปผลการศึกษา	82
อภิปรายผล	88
ข้อค้นพบ	91
ข้อเสนอแนะ	93
ข้อจำกัดในการวิจัย	96
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	98
แบบสอบถาม	99
ประวัติผู้เขียน	111

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	19
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	19
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	20
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	20
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	21
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือที่ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด	22
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของลูกค้า	22
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าต่อเดือน	23
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทช่องทางการซื้อ-ขายแบบออนไลน์ที่เคยรู้จัก	24
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทช่องทางการซื้อ-ขายแบบออนไลน์ที่เคยซื้อ	25
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีที่ทำให้รู้จักร้านค้าออนไลน์	26
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดที่ซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าผ่านช่องทางออนไลน์	27
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความถี่ในการเข้าชมสินค้าเสื้อผ้าผ่านร้านค้าออนไลน์	28
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าผ่านร้านค้าออนไลน์	29
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความพึงพอใจหลังจากที่ซื้อเสื้อผ้าออนไลน์และได้รับสินค้า	29
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่เคยซื้อผ่านร้านค้าแบบออนไลน์	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่เคยซื้อผ่านร้านค้าแบบออนไลน์น้อยที่สุด	31
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนในการซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าออนไลน์	32
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าผ่านร้านค้าออนไลน์	32
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าผ่านร้านค้าออนไลน์	33
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าผ่านร้านค้าออนไลน์	33
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจซื้อ	34
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาพถ่ายของเสื้อผ้าในร้านค้าออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบ	35
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้ามากที่สุด	36
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เหมาะสมในการซื้อสินค้าเริ่มตั้งแต่สั่งซื้อสินค้าจนกระทั่งได้รับสินค้า	37
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อสินค้าจากร้านเสื้อผ้าออนไลน์	38
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงินในการซื้อสินค้าจากร้านเสื้อผ้าออนไลน์ที่สะดวกมากที่สุด	39
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจโดยรวมในการซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์	40
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพึงพอใจการซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าแบบออนไลน์เปรียบเทียบกับ การซื้อเสื้อผ้าจากท้องตลาดทั่วไป	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ในอนาคต	30
31	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
32	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
33	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
34	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
35	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
36	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านการให้บริการส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
37	แสดงค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์	48
38	แสดงค่าเฉลี่ยแปลผลของ 10 ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์	49
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านสินค้า	50
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านราคา	51
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการจัดจำหน่าย	52
42	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการส่งเสริมการขาย	53
43	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	54
44	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบปัญหาด้านการให้บริการส่วนบุคคล	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
45	แสดงจำนวน และร้อยละของเครื่องมือที่ใช้เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	56
46	แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทของลูกค้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	57
47	แสดงจำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
48	แสดงจำนวน และร้อยละของช่องทางการซื้อ-ขายแบบออนไลน์ของสินค้าประเภท เสื้อผ้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	59
49	แสดงจำนวน และร้อยละของช่องทางการซื้อ-ขายแบบออนไลน์ของสินค้าประเภท เสื้อผ้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	60
50	แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการที่ทำให้รู้จักร้านค้าออนไลน์จำแนกตามรายได้ ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	61
51	แสดงจำนวน และร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดที่ซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าผ่าน ช่องทางออนไลน์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
52	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการเข้าชมสินค้าเสื้อผ้าผ่านร้านค้าออนไลน์ โดยเฉลี่ยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	63
53	แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการซื้อสินค้าเสื้อผ้าผ่านร้านค้าออนไลน์ โดยเฉลี่ยจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	64
54	แสดงจำนวน และร้อยละของความพึงพอใจหลังจากซื้อเสื้อผ้าออนไลน์และ ได้รับสินค้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	65
55	แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทเสื้อผ้าที่เคยซื้อผ่านร้านค้าออนไลน์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	66
56	แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทเสื้อผ้าที่เคยซื้อผ่านร้านค้าออนไลน์ บ่อยที่สุดจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
57	แสดงจำนวน และร้อยละของจำนวนชิ้นของเสื้อผ้าที่เคยซื้อผ่านร้านค้าออนไลน์ ต่อครั้งจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
58	แสดงจำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อเสื้อผ้าผ่านร้านค้าแบบออนไลน์แต่ละครั้งจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	69
59	แสดงจำนวน และร้อยละของเวลาในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านร้านค้าแบบออนไลน์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	70
60	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านร้านค้าแบบออนไลน์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	71
61	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่านร้านค้าแบบออนไลน์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	72
62	แสดงจำนวน และร้อยละของภาพถ่ายของเสื้อผ้าในร้านค้าออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	73
63	แสดงจำนวน และร้อยละของการส่งเสริมการตลาดของร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์ที่มีผลต่อการสั่งซื้อสินค้ามากที่สุดจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
64	แสดงจำนวน และร้อยละของระยะเวลาที่เหมาะสมตั้งแต่สั่งซื้อเสื้อผ้าออนไลน์จนกระทั่งได้รับสินค้าจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	75
65	แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการชำระเงินในการซื้อสินค้าจากร้านเสื้อผ้าออนไลน์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
66	แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการชำระเงินที่สะดวกที่สุดในการซื้อสินค้าจากร้านเสื้อผ้าออนไลน์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	77
67	แสดงจำนวน และร้อยละความพึงพอใจโดยรวมในการซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	78
68	แสดงจำนวน และร้อยละการเปรียบเทียบกับ การซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์กับการซื้อเสื้อผ้าจากท้องตลาดทั่วไปจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	79
69	แสดงจำนวน และร้อยละความคิดเห็นในการซื้อเสื้อผ้าแบบออนไลน์ในอนาคต	
	จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
70	แสดงข้อเสนอแนะจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะ	81
71	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับรายได้ต่อเดือน	86