

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ประวัติความเป็นมา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา	12
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา	14
3.4 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	15
3.5 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าบุรุษของผู้ตอบ	
แบบสอบถาม	19

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	40
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าบุรุษของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	46
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามอายุ	77
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามรายได้	85
ส่วนที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามรายได้	118
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	127
5.1 สรุปผลการศึกษา	127
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	138
5.3 ข้อค้นพบ	142
5.4 ข้อเสนอแนะ	144
5.5 ข้อจำกัดในการศึกษา	149
5.6 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	149
เอกสารอ้างอิง	150
ภาคผนวก	152
ประวัติผู้เขียน	162

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย 6Ws 1H เพื่อแสวงหาคำตอบ 7Os	5
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	17
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	17
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายรับต่อเดือน	18
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	19
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษในระยะเวลา 3 เดือน	20
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนชิ้นที่ซื้อในแต่ละครั้ง	21
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายที่ซื้อในแต่ละครั้ง	21
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษใหม่	22
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทเสื้อผ้าบุรุษที่ซื้อเป็นประจำ	23
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	24
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ	25
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	26
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่อัพเดทเทรนด์การแต่งกายใหม่ๆ	27

ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการหาข้อมูลและวางแผนการในการเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	28
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการไปซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	28
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	29
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะพนักงานขายที่ต้องการให้บริการท่าน	29
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความต้องการในการปฏิบัติตัวของพนักงานขายในขณะที่กำลังเลือกซื้อเสื้อผ้า	30
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อที่สวมใส่ไปทำงานติดต่อดูธุรกิจ	31
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อสำหรับสวมใส่แบบลำลอง	33
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อสำหรับสวมใส่ไปเที่ยว	35
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อสำหรับสวมใส่เพื่อเล่นกีฬาออกกำลังกาย	37
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อสำหรับใส่ในโอกาสพิเศษหรืองานเลี้ยงต่างๆ	38
ตารางที่ 4.25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	40
ตารางที่ 4.26	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	42
ตารางที่ 4.27	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	43
ตารางที่ 4.28	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยแปรผลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษ	44
ตารางที่ 4.29	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้าจำแนกตามอายุ	46
ตารางที่ 4.30	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่เลือกซื้อเสื้อผ้าในระยะเวลา 3 เดือนจำแนกตามอายุ	48

ตารางที่ 4.31	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนชิ้นที่ซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามอายุ	50
ตารางที่ 4.32	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนค่าใช้จ่ายที่ซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามอายุ	51
ตารางที่ 4.33	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนโอกาสในการเลือกซื้อเสื้อผ้าใหม่จำแนกตามอายุ	52
ตารางที่ 4.34	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนประเภทเสื้อผ้าบุรุษที่ซื้อเป็นประจำจำแนกตามอายุ	53
ตารางที่ 4.35	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนปัจจัยในการเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามอายุ	54
ตารางที่ 4.36	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนเหตุผลในการตัดสินใจซื้อจำแนกตามอายุ	55
ตารางที่ 4.37	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจำแนกตามอายุ	56
ตารางที่ 4.38	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนแหล่งข้อมูลที่อัพเดทเทรนด์การแต่งกายใหม่ๆจำแนกตามอายุ	57
ตารางที่ 4.39	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนการหาข้อมูลและวางแผนการในการเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามอายุ	59
ตารางที่ 4.40	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนลักษณะการไปซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามอายุ	60
ตารางที่ 4.41	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามอายุ	61
ตารางที่ 4.42	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนลักษณะพนักงานขายที่ต้องการให้บริการท่านจำแนกตามอายุ	62
ตารางที่ 4.43	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนความต้องการในการปฏิบัติตัวของพนักงานขายในขณะที่กำลังเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามอายุ	63
ตารางที่ 4.44	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อที่สวมใส่ไปทำงานติดต่อดูธุรกิจจำแนกตามอายุ	64
ตารางที่ 4.45	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อสำหรับสวมใส่แบบลำลองจำแนกตามอายุ	66
ตารางที่ 4.46	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อสำหรับสวมใส่ไปเที่ยวจำแนกตามอายุ	69

ตารางที่ 4.47	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อม้าสำหรับสวมใส่เพื่อเล่นกีฬาออกกำลังกายจำแนกตามอายุ	72
ตารางที่ 4.48	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อม้าสำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษหรืองานเลี้ยงต่างๆจำแนกตามอายุ	74
ตารางที่ 4.49	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้านูรุษจำแนกตามอายุ	77
ตารางที่ 4.50	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้านูรุษจำแนกตามอายุ	80
ตารางที่ 4.51	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้านูรุษจำแนกตามอายุ	81
ตารางที่ 4.52	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้านูรุษจำแนกตามอายุ	82
ตารางที่ 4.53	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามสถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้านูรุษจำแนกตามรายได้	85
ตารางที่ 4.54	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนครั้งที่เลือกซื้อเสื้อผ้านูรุษในระยะเวลา 3 เดือนจำแนกตามรายได้	87
ตารางที่ 4.55	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนชิ้นที่ซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามรายได้	89
ตารางที่ 4.56	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามค่าใช้จ่ายที่ซื้อในแต่ละครั้งจำแนกตามรายได้	90
ตารางที่ 4.57	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโอกาสในการเลือกซื้อเสื้อผ้านูรุษใหม่จำแนกตามรายได้	91
ตารางที่ 4.58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามประเภทเสื้อผ้านูรุษที่ซื้อเป็นประจำจำแนกตามรายได้	92
ตารางที่ 4.59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยในการเลือกซื้อเสื้อผ้านูรุษจำแนกตามรายได้	93
ตารางที่ 4.60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อจำแนกตามรายได้	95
ตารางที่ 4.61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจำแนกตามรายได้	96

ตารางที่ 4.62	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งข้อมูลที่อพยพเทรนการแต่งกายใหม่ๆจำแนกตามรายได้	98
ตารางที่ 4.63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามการหาข้อมูลและวางแผนการในการเลือกซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามรายได้	99
ตารางที่ 4.64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะการไปซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามรายได้	100
ตารางที่ 4.65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจำแนกตามรายได้	101
ตารางที่ 4.66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะพนักงานขายที่ต้องการให้บริการท่านจำแนกตามรายได้	102
ตารางที่ 4.67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามความต้องการในการปฏิบัติตัวของพนักงานขายในขณะที่กำลังเลือกซื้อเสื้อผ้าจำแนกตามรายได้	103
ตารางที่ 4.68	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อมีสำหรับสวมใส่ไปทำงานติดต่อธุรกิจจำแนกตามรายได้	104
ตารางที่ 4.69	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อมีสำหรับสวมใส่แบบลำลองจำแนกตามรายได้	107
ตารางที่ 4.70	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อมีสำหรับสวมใส่ไปเที่ยวจำแนกตามรายได้	110
ตารางที่ 4.71	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อมีสำหรับสวมใส่เพื่อเล่นกีฬาออกกำลังกายจำแนกตามรายได้	113
ตารางที่ 4.72	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนยี่ห้อมีสำหรับสวมใส่ในโอกาสพิเศษหรืองานเลี้ยงต่างๆจำแนกตามรายได้	115
ตารางที่ 4.73	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามรายได้	118
ตารางที่ 4.74	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามรายได้	121
ตารางที่ 4.75	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามรายได้	122
ตารางที่ 4.76	แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษจำแนกตามรายได้	124

ตารางที่ 5.1	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเกย์ในอันดับแรก	128
ตารางที่ 5.2	สรุปปัจจัยย่อย 10 อันดับสูงสุดของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	129
ตารางที่ 5.3	สรุปข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าบุรุษของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	130
ตารางที่ 5.4	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเกย์ในอันดับแรกจำแนกตามอายุ	133
ตารางที่ 5.5	สรุปข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าบุรุษของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	134
ตารางที่ 5.6	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบุรุษของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเกย์ในอันดับแรกจำแนกตามรายได้	137

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved