

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา
ที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี

นภัส อุทัยศรี

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัย

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ นภัส อุทัยศรี ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัย
บูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์



(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

อาจารย์ที่ปรึกษา

คณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์



(ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

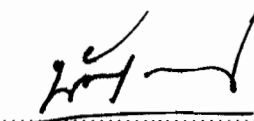
ประธาน



(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมย์)

กรรมการ

คณะกรรมการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

วันที่ ๒๓ เดือน สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๔

ประกาศคุณูปการ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ
สุนทรสมัยประธานหลักสูตรการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและ
การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางและถ่ายทอดวิชาความรู้ที่
เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ และให้ความรู้ความเข้าใจจนสามารถทำงานวิจัยเล่มนี้ได้สำเร็จ
ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร. สมบัติ ชำรงสินถาวร ประธาน
กรรมการที่ปรึกษางานนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไข
ข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความละเอียดถี่ถ้วน และเอาใจใส่เป็นอย่างดี ทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้
สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในภาควิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้
ความช่วยเหลือตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้ความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณคุณแม่ นางอารีย์ ประเสริฐวงษ์ ผู้ซึ่งให้ชีวิต ความรัก อบรมสั่งสอน
และพี่สาว นางวรรณิ ทองเกตู ที่เป็นแรงบันดาลใจให้มีวันนี้ คอยให้กำลังใจ มอบโอกาสใน
การศึกษาเป็นวิชาความรู้ติดตัวในปัจจุบัน

ขอกราบขอบพระคุณพี่สาว พี่ชาย น้อง ๆ และเพื่อน ๆ SME รุ่น7 และ รุ่น8 ทุกคนที่คอย
ห่วงใย ให้กำลังใจ และมีความปรารถนาดีให้กันเสมอมา รวมถึง ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้
ให้ความกรุณาและความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้
สำเร็จได้เป็นที่เรียบร้อย คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็น
เครื่องบูชาของบิดา มารดา บรรพบุรุษ ญาติพี่น้อง บุรคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะ
แนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

นภัส อุทัยศรี

51922745: สาขาวิชา : การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ; กจ.ม.

(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ/เสื้อผ้าแฟชั่น/นักเรียน/นักศึกษา/ชลบุรี

นักส อุทัยศรี: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี (THE FACTORS AFFECTING TO PURCHASE INTENTION OF FASHION CLOTHES OF UNIVERSITY STUDENTS IN CHONBURI PROVINCES). อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์: สมบัติ ช่างสีนถาวร, บช.ด., 53 หน้า. ปี พ.ศ. 2554.

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถาม และศึกษาจาก นิสิต มหาวิทยาลัยบูรพา นิสิตมหาวิทยาลัยศรีปทุม นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และนิสิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก จำนวน 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติ t-Test ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม กับตัวแปรตาม ใช้ค่าสถิติ F-test (ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม และใช้สถิติ Pearson Correlation ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า

1. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ได้แก่ นักศึกษาพึงพอใจเลือกซื้อรูปแบบทรงเสื้อผ้าแฟชั่นแบบพอดีตัว ปลายที่นิยมซื้อ คือเสื้อเปลา่ ไม่มีลวดลาย สีขาวและสีดำ เป็นสีที่คนนิยม กลุ่มตัวอย่างยอมจ่ายเงินในการซื้อเสื้อต่อตัวเป็นจำนวนเงิน 200 บาท ส่วนใหญ่นักศึกษาจะซื้อครั้งละ 2 ตัว มีค่าใช้จ่าย 200 บาทในแต่ละครั้ง มีความถี่ในการซื้ออยู่ที่ 1 ครั้ง/สัปดาห์ นักศึกษานิยมไปซื้อเสื้อในห้างสรรพสินค้า และมีลักษณะสถานที่แบบตกแต่งเรียบง่าย มีป้ายราคาทุกชนิดสินค้า
2. ผลการสำรวจทัศนคติของประชาชนที่มีต่อปัจจัยในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็น โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก

3. ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับปัจจัยการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์

ลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ สถานภาพทางเพศ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วน อายุ ระดับการศึกษา สถาบันการศึกษา ชั้นปีการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา

ลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ชั้นปีการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านราคา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วน อายุ สถานภาพทางเพศ ระดับการศึกษา สถาบันการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านราคา

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ สถานภาพทางเพศ ระดับการศึกษา ชั้นปีการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วน เพศ และ สถาบันการศึกษา ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ชั้นปีการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วน อายุ สถานภาพทางเพศ ระดับการศึกษา สถาบันการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

51922745: MAJORS: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES MANAGEMENT;MM
 KEY WORDS: FACTORS AFFECTING INTENTION TO PURCHASE/ FASHION/STUDENTS/
 CHONBURI

NAPAS UTHAISRI: THE FACTORS AFFECTING TO PURCHASE INTENTION OF
 FASHION CLOTHES OF UNIVERSITY STUDENTS IN CHONBURI PROVINCES. ADVISOS:
 SOMBAT THAMRONGSINTHAWORN, D.B.A. 53 P. 2011

The purpose of this research was to study of behavior and factors are affective to the intention of purchase a fashion clothes for the student of university in Chonburi. And analysis of correlation between the factors of the marketing mix and the intention of purchase a fashion clothes. The research instrument is a questionnaire as compose of three parts. The first is general information of the sample groups. The second is an intention to purchase a fashion clothes. And the third is satisfaction to purchase a fashion clothes.

The research under the four filed that is product, price, place and promotion. The sample groups analysis of the students in Burapha University, Sripatum University, Kasetsart University and Rajamangala University of Technology Tawan-ok whole of 200 persons. Used the statistics of analysis is frequency distribution, percentage, means and standard deviations. Used the T-test for the assumption of difference on two independent variable and dependent variable. Used the F-test or One Way Analysis Of Variance (ANOVA) or the analysis of one way variance. The assumption in difference of the variable over two groups and used the Pearson Correlation for analysis the relative of the two variables as interval or ratio scale of variable in this research approximated sig .05.

The result of the general information on respondents were female than male of 73.5%, aged between 18-23 years old of 41%, single status of 66%, the education for bachelor's degree at the most of 92% and 44% in order. Mostly of the groups sample studying at Burapha University of 59.5%, the occupation as students of 45%, average of income under 10,000 baht of 47%. The data of behavior to purchased a fashion clothes. The student has satisfied to purchase with the clothing fits and without the pattern. The popular colors are white and black. The price is 200 baht for one cloth and the mostly will be purchased two clothes at a time, the cost around 200 baht of each. The frequency of purchase is one time for a week at department store.

The result of attitude to factors in purchase a fashion clothes. The sample groups stress at the three factors in order of priority. 1) Product – the stress of factor is the durability of fabrics and pattern. 2) Price – the stress of factor is a low-priced. 3) Place – the stress of factor is the clearness of the product and place, the impression and attraction with the design. The promotion as a medium factor affected of the research for the discount and fitting clothes as influential too.

The result of assumption to the difference of the personal factor and the factor of purchase a fashion clothes.

1. The difference characteristic of sex and status are correlation with the attitude of the product to purchase a fashion clothes. But the difference factor of age, education, an educational institution, the level of education, occupation and income are not affected.

2. The difference characteristic of sex, the level of education and occupation are correlation with the attitude of the price to purchase a fashion clothes. But the difference factor of age, status, education, an educational institution and income are not affected.

3. The difference characteristic of age, status, the level of education, occupation and income are correlation with the attitude of the place to purchase a fashion clothes. But the difference factor of sex and an educational institution are not affected.

4. The difference characteristic of sex and the level of education are correlation with the attitude of the promotion to purchase a fashion clothes. But the difference factor of age, status, the level of education, an educational institution, occupation and income are not affected.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานของการวิจัย.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและประชากรศาสตร์.....	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคและความตั้งใจซื้อ ของผู้บริโภค.....	8
อุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่นในประเทศ.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	19
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	19
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
วิธีการรวบรวมข้อมูล.....	21
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	21

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	23
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	43
สรุปผลการศึกษา.....	43
อภิปรายผลการศึกษา.....	45
ข้อเสนอแนะ.....	46
บรรณานุกรม.....	47
ภาคผนวก.....	48
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	53

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	24
4-2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	24
4-3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ.....	25
4-4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	25
4-5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานบันการศึกษา.....	25
4-6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชั้นปีการศึกษา.....	26
4-7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลัก.....	26
4-8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	27
4-9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจเลือกซื้อรูปแบบ ทรงเสื้อผ้าแฟชั่น.....	27
4-10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจเลือกซื้อรูปแบบลายเสื้อผ้า แฟชั่น.....	28
4-11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจเลือกซื้อสีเสื้อผ้าแฟชั่น.....	28
4-12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจต่อราคา ในการเลือกซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่น 1 ตัว.....	29
4-13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	29
4-14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะสถานที่ในการเลือกซื้อเสื้อผ้า แฟชั่น.....	30
4-15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อในแต่ละครั้ง.....	31
4-16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณครั้งการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ภายใน 1 สัปดาห์.....	31
4-17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้า แฟชั่น ต่อ 1 ครั้ง.....	32
4-18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่าง ด้าน ผลสัมฤทธิ์.....	32
4-19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่าง ด้านราคา.....	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่าง ด้านด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	34
4-21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของ กลุ่มตัวอย่าง ด้านด้านการส่งเสริมการตลาด.....	35
4-22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อปัจจัยในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	35
4-23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านเพศ กับ ปัจจัยส่วนผสมทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	36
4-24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านอายุ กับ ปัจจัยส่วนผสมทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	37
4-25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านสถานภาพกับ ปัจจัยส่วนผสมทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	38
4-26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านระดับ การศึกษา กับ ปัจจัยส่วนผสมทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	38
4-27 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านสถาบัน การศึกษา กับ ปัจจัยส่วนผสมทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	39
4-28 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านชั้นปี การศึกษา กับ ปัจจัยส่วนผสมทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	40
4-29 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ด้านอาชีพ กับ ปัจจัยส่วนผสมทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	41
4-30 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการด้านรายได้ ต่อเดือน กับ ปัจจัยส่วนผสมทางการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น.....	42

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University