

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี กลุ่มประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้ค้าปลีกที่เป็นเจ้าของร้านจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 150 ร้านค้า โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก และประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยด้านบุคลลของผู้ตอบแบบสอบถาม)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.33 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.67 ศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.33 ไม่ประกอบอาชีพอื่นนอกเหนือจากการเปิดร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี คิดเป็นร้อยละ 42.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีนอกจากการจำหน่ายที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 78.00 คือ ใน 1 สัปดาห์ส่วนใหญ่มีการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 4 แห่ง รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือนเฉพาะจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.67 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.00 ลักษณะของการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของเป็นแบบคู่สามี-ภรรยา คิดเป็นร้อยละ 46.00 และผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายส่วนใหญ่ คือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง คิดเป็นร้อยละ 58.67

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่าย คือ ชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) ที่มีรูปแบบเรียบง่าย/ใส่สบาย เนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บคือเนื้อผ้าประเภทคอตตอน ที่มีโทนสีสันสดใส

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย (ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการเดินทาง) 20,001 บาทขึ้นไป ต้นทุนเฉลี่ยต่อชิ้นคือ ราคา 101-130 บาท มีการตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนที่ซื้อมาโดยเฉลี่ย ต่ำกว่า 50%

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายจากร้านค้าส่งโดยเฉลี่ยต่อครั้งจำนวน 10 รายขึ้นไป รู้จักกับร้านค้าส่งโดยการไปเลือกซื้อเอง ส่วนใหญ่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีด้วยตนเอง โดยรถส่วนตัว แหล่งค้าส่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ประตุน้ำบ่อยที่สุด ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีด้วยตนเองนั้น ได้ใช้วิธีการโทรสั่งซื้อสินค้ากับร้านค้าส่งโดยตรง เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีคือการพิจารณาจากราคาที่เหมาะสมเป็นหลัก และมีการเลือกซื้อโดยซื้อตามเทรนด์หรือกระแสแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยมในช่วงเวลานั้นๆ วิธีการประมาณการความต้องการ สี/รูปแบบ/ขนาด รวมถึงจำนวนของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแบบที่ซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า คือประมาณการจากการเลือกซื้อของกลุ่มลูกค้าของร้านจากที่ผ่านมามีการเลือกซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาดไหนที่ขายได้ก่อนหรือหมดเร็ว

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี คือระดับความต้องการซื้อของลูกค้า และมีปัจจัยด้านองค์กร คือซื้อตามงบประมาณที่ใช้ในการซื้อของแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง โดยนิยมเดินทางไปเลือกซื้อในวันที่สะดวก และส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระเงินด้วยเงินสดในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5.1 แสดงส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

อันดับ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด/ ปัจจัยด้านตลาดองค์กร	ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)	ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม
1	ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	4.17 (มาก)	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้ค้าส่งมีความจริงใจ และเต็มใจที่จะขาย หรือให้บริการส่งของ - ผู้ค้าส่งมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส - ผู้ค้าส่งมีกิริยาสุภาพ วาจาไพเราะอ่อนหวาน
2	ด้านผลิตภัณฑ์	4.15 (มาก)	<ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบสวยงาม ทันสมัย - มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย - มีรูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร
3	ด้านสภาพแวดล้อม	3.99 (มาก)	<ul style="list-style-type: none"> - สภาพเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน ราคาสินค้าอุปโภค-บริโภค - สภาพอากาศ เช่น ฝนตก อากาศร้อน/หนาว รวมถึงเทศกาลต่างๆในช่วงเวลานั้น เป็นต้น - กำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้า จากการ ปรับขึ้น-ลดลง ของฐานเงินเดือนที่ได้รับ
4	ด้านองค์กร	3.99 (มาก)	<ul style="list-style-type: none"> - ทำเลที่ตั้ง ของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเป็นหลัก แหล่ง มีอยู่จริง และมีความสะดวกในการเดินทาง - ความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี - นโยบายการขายของร้านค้า เช่นการกำหนดราคาขายส่ง รายละเอียดของการสั่งซื้อสินค้า เช่น สามารถส่งละแบบกัน /แบบเดียวกัน ครบสี/เลือกสีได้ ครบไซส์ จำนวนการซื้อขั้นต่ำที่จะได้ราคาขายส่ง

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) แสดงส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม

อันดับ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด/ ปัจจัยด้านตลาดองค์กร	ค่าเฉลี่ย รวม (แปลผล)	ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม
5	ด้านราคา	3.90 (มาก)	<ul style="list-style-type: none"> - ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า - มีราคาถูกกว่าที่ซื้อจากผู้ค้าส่งรายอื่น - ราคาขายคงที่ มีมาตรฐาน ไม่เปลี่ยนแปลงราคาขายส่งบ่อยๆ
6	ด้านการจัดจำหน่าย	3.84 (มาก)	<ul style="list-style-type: none"> - มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า - ส่งสินค้าได้ถูกต้องตามแบบและจำนวนที่มีการสั่งซื้อ - ร้านค้าสามารถติดต่อกับผู้ค้าส่งได้ง่ายและสะดวก
7	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.66 (มาก)	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการดีมีความเป็นกันเอง - สามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหา - ค่าหนี - ผู้ค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อในปริมาณมาก

ส่วนที่ 4 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการประกอบอาชีพและการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 5.2 สรุปข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของการประกอบอาชีพและการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกตามรายได้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะการประกอบอาชีพและการเลือกซื้อ	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 บาท (n=22)	10,001-20,000 บาท (n=67)	20,001-30,000 บาท (n=25)	มากกว่า 30,000 บาท (n=36)
จำนวนสถานที่ที่เลือกไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	5 แห่ง	4 แห่ง	4 แห่ง	3 แห่ง
ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	3-4 ปี
ลักษณะของการดำเนินงาน	เจ้าของคนเดียว	คู่สามี-ภรรยา	คู่สามี-ภรรยา	คู่สามี-ภรรยา
ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม	ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม	ตัวผู้ตอบแบบสอบถาม	ตัดสินใจร่วมกัน
ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	เสื้อยืด/ทีเชิ้ต กางเกงขาสั้น และ เสื้อแขนกุด/สายเดี่ยว	ชุดกระโปรง/ กางเกงติดกัน (เดรส)	กางเกงขาสั้น และเสื้อแขน กุด/สายเดี่ยว	เสื้อแขนกุด/ สายเดี่ยว
รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	เรียบง่าย/ใส่สบาย	เรียบง่าย/ใส่สบาย	เรียบง่าย/ใส่สบาย	เรียบง่าย/ใส่สบาย
ประเภทของเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บ	ผ้าชีฟอง	ผ้าชีฟอง	ผ้าคอตตอน	ผ้ายัด/สแปนเด็กซ์
โทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	โทนสีอ่อนๆและ โทนสีสดใส	โทนสีสดใส	โทนสีสดใส และ โทนสีดำ	โทนสีดำ
ต้นทุนเสื้อผ้าเฉลี่ยต่อชิ้น	101-130 บาท	101-130 บาท	131-160	101-130 บาท
การบวกราคาเพิ่มจากต้นทุน (%)	น้อยกว่า 50%	76-100%	น้อยกว่า 50%	น้อยกว่า 50%

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) สรุปข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของการประกอบอาชีพและการเลือกซื้อเสื้อผ้าชั้นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกตามรายได้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะการประกอบอาชีพและการเลือกซื้อ	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 บาท (n=22)	10,001-20,000 บาท (n=67)	20,001-30,000 บาท (n=25)	มากกว่า 30,000 บาท (n=36)
รู้จักกับผู้ค้าส่งจากแหล่งข้อมูล	ไปเลือกหาเอง (รู้จักด้วยตนเอง)	ไปเลือกหาเอง (รู้จักด้วยตนเอง)	ไปเลือกหาเอง (รู้จักด้วยตนเอง)	ไปเลือกหาเอง (รู้จักด้วยตนเอง)
แหล่งค้าส่งที่ไปเลือกซื้อ	ประตูน้ำ	ประตูน้ำ	ประตูน้ำ	เดอะ แพลตตินั่ม แฟชั่นมอลล์
เหตุผลในการเลือกซื้อรูปแบบ/สี	ซื้อตามเทรนด์/กระแสแฟชั่น	ซื้อตามเทรนด์/กระแสแฟชั่น	ซื้อตามเทรนด์/กระแสแฟชั่น	ซื้อตามเทรนด์/กระแสแฟชั่น
สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลหรือเป็นตัวกำหนดการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	เทรนด์แฟชั่นการแต่งกายของสตรี	ระดับความต้องการซื้อ	ระดับความต้องการซื้อ	ระดับความต้องการซื้อ
เหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีจากแหล่งค้าส่ง	มีราคาที่เหมาะสม	มีราคาที่เหมาะสม	มีราคาที่เหมาะสม	มีรูปแบบที่สวยงาม
วิธีประมาณการความต้องการของลูกค้า	ประมาณการจากการเลือกซื้อของลูกค้าที่ผ่านมา ลูกค้าซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ใหนง่ายและเร็ว	ประมาณการจากการเลือกซื้อของลูกค้าที่ผ่านมา ลูกค้าซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ใหนง่ายและเร็ว	ประมาณการจากการเลือกซื้อของลูกค้าที่ผ่านมา ลูกค้าซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ใหนง่ายและเร็ว	ประมาณการจากการเลือกซื้อของลูกค้าที่ผ่านมา ลูกค้าซื้อ สี/รูปแบบ/ขนาด ใหนง่ายและเร็ว
ปัจจัยภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของแต่ละครั้ง	งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของแต่ละครั้ง	งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของแต่ละครั้ง	งบประมาณที่ใช้ในการซื้อของแต่ละครั้ง
จำนวนครั้งที่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เฉลี่ยต่อเดือน	2 ครั้ง/เดือน	2 ครั้ง/เดือน	3 ครั้ง/เดือน	2 ครั้ง/เดือน

ส่วนที่ 5 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาด และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับตลาดองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 5.3 แสดงปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยตลาดองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 บาท (n=22)	10,001-20,000 บาท (n=67)	20,001-30,000 บาท (n=25)	มากกว่า 30,000 บาท (n=36)
ด้านผลิตภัณฑ์	รูปแบบสวยงามทันสมัย	รูปแบบสวยงามทันสมัย	รูปแบบสวยงามทันสมัย	รูปแบบสวยงามทันสมัย
ด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ส่งสินค้าได้ถูกต้องตามแบบและตามจำนวนที่มีการสั่งซื้อ	ส่งสินค้าได้ถูกต้องตามแบบและตามจำนวนที่มีการสั่งซื้อ	สถานที่จำหน่ายของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีหาง่าย-สะดวกในการเดินทาง	มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า
ด้านส่งเสริมการตลาด	ให้บริการที่ดีมีความเป็นกันเอง	ให้บริการที่ดีมีความเป็นกันเอง	ให้บริการที่ดีมีความเป็นกันเอง	ให้บริการที่ดีมีความเป็นกันเอง
ด้านสภาพแวดล้อม	สภาวะทางเศรษฐกิจ	สภาวะทางเศรษฐกิจ	สภาพอากาศ	รูปแบบการดำเนินชีวิต/อาชีพของลูกค้า
ด้านองค์กร	ความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีสามารถไว้วางใจได้ กับนโยบายของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี	ทำเลที่ตั้งของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีอยู่จริง กับมีความสะดวกในการเดินทาง	ทำเลที่ตั้งของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีอยู่จริง กับมีความสะดวกในการเดินทาง	ทำเลที่ตั้งของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีอยู่จริง กับมีความสะดวกในการเดินทาง

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดและปัจจัยตลาดองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัย	รายได้สุทธิเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)			
	น้อยกว่า 10,000 บาท (n=22)	10,001-20,000 บาท (n=67)	20,001-30,000 บาท (n=25)	มากกว่า 30,000 บาท (n=36)
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ผู้ค้าส่งมีความ จริงจังเต็มใจที่จะ ขายหรือให้บริการ ส่งของ	มีการแจ้งให้ ทราบถึงวันที่จะ มีสินค้าแบบ ใหม่เข้า	ผู้ค้าส่งมีความ จริงจังเต็มใจที่จะ ขายหรือ ให้บริการส่งของ	ผู้ค้าส่งมีความ จริงจังเต็มใจที่จะ ขายหรือ ให้บริการส่งของ กับผู้ค้าส่งมี ศิรียา-วาจาสุภาพ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษารายการส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี โดยการศึกษาตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และทฤษฎีตลาดองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี โดยทุกปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก พบว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัชรภรณ์ จิรภรณ์ สวัสดิ์ (2550) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของลูกค้า กรณีศึกษา: อาคารไบฮอก กรุงเทพมหานคร ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ตามลำดับ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชคจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดคือ ปัจจัยด้านราคา รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามคือ ผู้ค้าปลีกที่เดินทางไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเพื่อนำมาจำหน่ายจากเชียงใหม่ไปยังกรุงเทพฯ ดังนั้นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจึงมีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เพราะในบางโอกาสที่ไม่สามารถลงไปเลือกซื้อได้ด้วยตนเองนั้นจะต้องมีการโทรสั่งสินค้ากับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีโดยตรง โดยต้องโอนเงินไปก่อนที่จะได้รับของ และหากผู้ค้าส่งไม่เต็มใจที่จะขายหรือส่งสินค้ามาให้ก็ไม่สามารถซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งได้ ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามจึงให้ความสำคัญในปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสูงสุด และเมื่อจำแนกตามปัจจัยหลักส่วนประสมการตลาดและตลาดองค์กรแต่ละด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญสูงสุดคือ มีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศูนย์ข้อมูลเชิงลึกสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดค้าส่ง (ประตูน้ำ) ที่ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านรูปแบบ ความทันสมัยของเสื้อผ้าสูงสุด แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัชรภรณ์ จิรพันธ์ สวัสดิ์ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของลูกค้ากรณีศึกษา: อาคาร ไบฮก กรุงเทพมหานคร ที่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยย่อยที่ให้ระดับความสำคัญสูงสุดคือ ร้านค้ามีแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้เลือกมากมายหลากหลายรูปแบบ

ในเรื่องของข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ยังพบเพิ่มเติมอีกว่า ประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายมากที่สุดคือชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ อาทิตย์ มหาวนา (2552) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรีวัยทำงานในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อคือ เสื้อยืด

รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายมากที่สุดคือเรียบง่าย ใส่สบาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รชวิกิร สดาวร (2553) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้บริโภคในตลาดนัด ถนนคนเดินมิโชคพลาซ่า ที่พบว่ารูปแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อมากที่สุดคือเลือกซื้อที่สวมใส่สบาย

เนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายมากที่สุดคือผ้าคอตตอน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อาทิตย์ มหาวนา (2552) ศึกษาเรื่อง

พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรีวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าประเภทเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อคือ เนื้อผ้าคอตตอน

โทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายมากที่สุดคือ โทนสีทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อาทิตย์ มหาวนา (2552) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรีวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าโทนสีเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่คือ โทนสีที่มีความหลากหลาย ไม่ระบุสีใดสีหนึ่งโดยเฉพาะ

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญสูงสุดคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รชวิก รสธาร (2553) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเลือกซื้อและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้บริโภคในตลาดนัด ถนนคนเดินมีโชคพลาซ่า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญสูงสุดคือ กำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเสื้อผ้าสำเร็จรูป และสอดคล้องกับการศึกษาของ วัชรภรณ์ จิรภัณฑ์สวัสดิ์ (2550) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของลูกค้า ภูมิศึกษา: อาคารใบหยก กรุงเทพมหานคร ที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านราคามากที่สุด คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ตอบแบบสอบถาม ยังพบเพิ่มเติมอีกว่า ราคาต้นเสื้อทูนเฉลี่ยต่อชิ้นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อมาจำหน่ายคือ 101-130 บาทและมีการบวกราคาขายเพิ่มจากราคาต้นทุน น้อยกว่า 50% แสดงว่าราคาขายส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำหน่ายคือ ช่วงราคาที่ต่ำกว่า 151.50-195 บาท ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รชวิก รสธาร (2553) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการเลือกซื้อและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้บริโภคในตลาดนัด ถนนคนเดินมีโชคพลาซ่า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการกำหนดงบประมาณในการซื้อเสื้อครั้งละ 201-500 บาท

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญสูงสุดคือมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วัชรภรณ์ จิรภัณฑ์สวัสดิ์ (2550) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่อการ

ตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของลูกค้า กรณีศึกษา: อาคารใบหยก กรุงเทพมหานคร ที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเดินทางไป-กลับ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชคจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ด้านความสะดวกในการเดินทางไป-กลับ

ด้านการส่งเสริมการขาย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญสูงสุดคือ การให้บริการดี ความเป็นกันเองของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ วัชรภรณ์ จิรภัณฑ์ สวัสดิ์ (2550) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของลูกค้า กรณีศึกษา: อาคารใบหยก กรุงเทพมหานคร ที่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ผู้ขายมีการแนะนำเพื่อช่วยเหลือในการตัดสินใจและมีการรับประกันความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นการแสดงถึงการให้บริการดี ความเป็นกันเองของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเช่นกัน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของของศูนย์ข้อมูลเชิงลึกสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในตลาดค้าส่ง (ประจักษ์) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ มีการลดราคาเมื่อมีการซื้อในปริมาณมาก

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในระดับมาก ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดคือ ผู้ค้าส่งมีความจริงใจและเต็มใจที่จะขายหรือให้บริการส่งของ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รชวิกิร สดาวร (2553) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อและปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้บริโภคในตลาดนัด ถนนคนเดินมีโชคพลาซ่า คือ ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผู้ขายให้คำแนะนำเกี่ยวกับเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นการแสดงถึงความจริงใจและเต็มใจที่จะขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้กับผู้ซื้อ

ด้านสภาพแวดล้อม

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านสภาพแวดล้อม ในระดับมาก ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดคือ สภาพเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน ราคาสินค้าอุปโภค-บริโภค รองลงมาคือสภาพอากาศ เช่น ฝนตก อากาศร้อน/หนาว รวมถึงเทศกาลต่างๆในช่วงเวลานั้น เป็นต้น และกำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้า จากการปรับขึ้น-ลดลง ของฐานเงินเดือนที่ได้รับ ตามลำดับ

ด้านองค์กร

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านองค์กร ในระดับมาก ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญสูงสุดคือทำเลที่ตั้ง ของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเป็นหลักแหล่ง มีอยู่จริง และมีความสะดวกในการเดินทาง รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี และนโยบายการขายของร้านค้า เช่นการกำหนดราคาขายส่ง รายละเอียดของการส่งสินค้า เช่น สามารถส่งคณะแบบกัน /แบบเดียวกัน ครบสี/เลือกสีได้ครบไซส์ จำนวนการซื้อขั้นต่ำที่จะได้ราคาขายส่ง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัชรภรณ์ จิรวัฒน์สวัสดิ์ (2550) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของลูกค้า กรณีศึกษา: อาคารไบฮก กรุงเทพมหานคร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของร้านค้าส่งนั้นมีความในการเดินทางไป-กลับ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ลาวลีย์ เวชอภิกุล (2551) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชคจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ ด้านความสะดวกในการเดินทางไป-กลับ

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะของการดำเนินงานหรือการเป็นเจ้าของแบบคู่สามี-ภรรยา รองลงมาคือมีการดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียว และดำเนินงานแบบหุ้นส่วน ตามลำดับ และในเรื่องผู้มีส่วนร่วมในการจัดซื้อนั้น ผลการศึกษาพบว่า ตัวส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย รองลงมาคือมีการตัดสินใจร่วมกัน และหุ้นส่วนเป็นผู้ตัดสินใจ ตามลำดับ

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายประเภทชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) โดยเลือกรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายแบบเรียบง่าย/ใส่สบาย เลือกเนื้อผ้าที่ใช้ในการตัดเย็บเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพื่อนำมาจำหน่ายเป็นประเภทผ้าคอตตอน โทนสีล้วนสดใส

2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่าย (ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการเดินทาง) 20,001 บาทขึ้นไป มีต้นทุนราคาเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเฉลี่ยต่อชิ้น 101-130 บาท มีการตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ซื้อมาโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 50%

3. ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีตามเทรนด์หรือกระแสแฟชั่น มีวิธีการในการประมาณการความต้องการ สี/รูปแบบ/ขนาด ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

4. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่รูปแบบสวยงามทันสมัย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า การให้บริการดี มีความเป็นกันเอง และให้ความสำคัญกับร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่มีความจริงใจ เต็มใจที่จะขายหรือให้บริการส่งของ และมีความสะดวกในการเดินทาง

5. ผลการศึกษาที่ได้เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันเมื่อศึกษาในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

6. ความแตกต่างของรายได้ในแต่ละช่วงนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนสถานที่ที่ไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี

7. เหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในแต่ละแห่งของแหล่งค้าส่งเมื่อจำแนกตามแหล่งค้าส่งแล้ว พบว่าไม่มีความแตกต่างกันเมื่อศึกษาโดยภาพรวมของการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นจากแหล่งค้าส่งในภาพรวม

ข้อเสนอแนะ

จากการผลการศึกษาร่วมส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี มีข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ผู้ประกอบการสามารถนำข้อเสนอแนะไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ค้าปลีก

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ค้าปลีกเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีส่วนใหญ่เลือกซื้อประเภทของเสื้อผ้าประเภทชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) โดยเน้นรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายแบบเรียบง่าย/ใส่สบาย ที่มีโทนสีสดใส เมื่อผู้ค้าปลีกหรือผู้ที่สนใจประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีทราบถึงประเภท รูปแบบ และ โทนสีที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเพื่อนำมาจำหน่ายแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามยังมีเหตุผลในการเลือกรูปแบบ/สี คือซื้อตามเทรนด์และกระแสแฟชั่นที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนั้น ดังนั้นผู้ค้าปลีกหรือผู้ที่สนใจควรมีการหาข้อมูลของกระแสเทรนด์ แฟชั่นการแต่งตัว จากนิตยสารแฟชั่น โทรทัศน์ รวมถึงกระแสละคร นักแสดง-นักร้อง ที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนั้น ก็จะทำให้สามารถเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีได้ตามกระแสที่กำลังได้รับความนิยม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ประตูน้ำบ่อยที่สุด เนื่องจากเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่จำหน่ายที่แหล่งค้าส่ง ประตูน้ำ จะเป็นงานที่มีราคาส่งที่ไม่สูงมาก โดยราคาเริ่มต้นประมาณ 101-130 บาท มีรูปแบบที่มีความสวยงาม ส่วนใหญ่จะออกแบบตามเทรนด์-กระแสแฟชั่น มีแบบและประเภทให้เลือกหลากหลาย โดยประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่สามารถซื้อได้ที่แหล่งค้าส่ง ประตูน้ำ ได้แก่ ชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) เสื้อยืด/เสื้อยืดที่เชิ้ต เสื้อแขนงูดสายเดี่ยว เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว เสื้อคลุม/แจ็กเก็ต/สูท กระโปรงสั้น-ยาว และกางเกงขาสั้น-ยาว ผู้ค้าปลีกหรือผู้ที่สนใจสามารถไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ประตูน้ำที่เดียวก็สามารถเลือกซื้อได้หลากหลายรูปแบบและมีราคาส่งที่ไม่สูงมาก

เดอะแพลตตินั่ม แฟชั่น มอลล์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่เป็นอันดับที่ 2 ซึ่งแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีนี้ จะเป็นเสื้อผ้าที่มีคุณภาพดี มีรูปแบบที่เป็นลักษณะเฉพาะร้าน แต่มีราคาส่งเฉลี่ยต่อตัวที่สูงกว่า 130 บาท ซึ่งจะมีราคาส่งที่แพงกว่าที่ประตูน้ำ โดยมีประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่หลากหลายเหมือนกับประตูน้ำ แต่มีคุณภาพและราคาที่สูงกว่า

โบ๊เบ๊ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่เป็นอันดับที่ 3 ซึ่งแหล่งค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีนี้ จะเป็นเสื้อผ้าที่มีคุณภาพไม่ค่อยดี ส่วนใหญ่จะเป็นเสื้อยืด มีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน แต่มีราคาส่งเฉลี่ยต่อตัวที่ราคาตั้งแต่ไม่ถึง 100-130 บาท ซึ่งจะมีราคาส่งที่ถูกกว่าที่ประตูน้ำ แต่จะต้องซื้อครบสี หรือซื้อแบบยกโหล

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายที่มีต้นทุนเฉลี่ยต่อตัวราคา 101-130 บาท ตั้งราคาขายโดยบวกเพิ่มจากราคาต้นทุนน้อยกว่า 50 % ดังนั้น ผู้ค้าปลีกหรือผู้สนใจประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ควรมีการนำเอาความเหมาะสมของราคากับคุณภาพมาใช้ในการพิจารณาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายด้วย เช่น คุณภาพการตัดเย็บ คุณภาพของเนื้อผ้า ว่ามีคุณสมบัติการระบายที่ดีหรือไม่ มีการพิจารณาเรื่องสี ลวดลาย และการดูแลรักษา เป็นต้น และควรมองในภาพรวมของคุณภาพของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ว่ามีคุณภาพที่ดีเหมาะสมกับราคา เมื่อซื้อมาแล้วสามารถขายได้ง่าย และสามารถตั้งราคาขายได้ราคาสูง คือเลือกซื้อราคาต้นทุนสินค้าที่ใกล้เคียงกับคู่แข่งแต่สามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง และสามารถทำให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่ายและเชื่อมั่นว่าเป็นของที่มีคุณภาพเช่นกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า นอกจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีการไปจำหน่ายที่อื่นอีก โดยสถานที่ที่มีการจัดกิจกรรมถนนคนเดินหรือตลาดนัดกลางคืน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีสามารถไปจำหน่ายได้ในจังหวัดเชียงใหม่ในแต่ละวัน ดังนี้

- วันจันทร์ ได้แก่ ตลาดนัดกลางคืนมีโชค ถนนคนเดินแม่โจ้ มาลินพลาซ่า และตลาดนัดบึงสีดอนจัน เป็นต้น
- วันอังคาร ได้แก่ ตลาดนัดกลางคืนมีโชค ถนนคนเดินแม่โจ้ มาลินพลาซ่า และตลาดนัดบึงสีดอนจัน เป็นต้น
- วันพุธ ได้แก่ ตลาดนัดกาตฝรั่ง ตลาดนัดโลตัสคำเที่ยง กาตควายออยแม่โจ้ และมาลินพลาซ่า เป็นต้น
- วันพฤหัสบดี ได้แก่ ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ตลาดนัดกาตฝรั่ง ตลาดนัดโลตัสคำเที่ยง และมาลินพลาซ่า เป็นต้น
- วันศุกร์ ได้แก่ ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ตลาดนัดศรีล้านช้าง และมาลินพลาซ่า เป็นต้น
- วันเสาร์ ได้แก่ ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ถนนคนเดินวัวลาย ถนนคนเดินสันกำแพง ตลาดนัดศรีล้านช้าง และมาลินพลาซ่า เป็นต้น
- วันอาทิตย์ ได้แก่ ถนนคนเดินท่าแพ ถนนคนเดินต้นเปา มาลินพลาซ่า เป็นต้น

และมีสถานที่ที่สามารถไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในจังหวัดใกล้เคียงอีกด้วยคือ จังหวัดลำพูน เช่น ในวันอาทิตย์ ก็ไปจำหน่ายที่ถนนคนเดินลำพูน และตลาดนัดสันป่าฝ้าย เป็นต้น นอกจากการจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีในช่วงตอนเย็นแล้ว ผู้ค้าปลีกยังสามารถไปจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ตลาดนัดที่มีในช่วงเวลากลางวัน ได้อีกด้วย เช่น ตลาดนัดโรงพยาบาลนครพิงค์ ตลาดนัดทุ่งฟ้าบด เป็นต้น อีกทั้งยังในบางครั้งก็ยังมีกิจกรรมการออกงานเฉพาะกิจ เช่น งานสัปดาห์ห้องสมุด งานสัปดาห์วิทยาศาสตร์ ตามมหาวิทยาลัยต่างในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ให้บริการดีมีความเป็นกันเอง รองลงมาคือสามารถเปลี่ยนและคืนสินค้าได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหาตำหนิ และผู้ค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อในปริมาณมาก ตามลำดับ

สิ่งที่ผู้ค้าปลีกหรือผู้ที่สนใจประกอบอาชีพจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ควรพิจารณาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีนั้น ควรมีการถามร้านค้าส่งก่อนว่าในกรณีที่เสื้อผ้าที่ซื้อไปนั้นมีตำหนิหรือมีปัญหาสามารถเปลี่ยนได้หรือไม่ และในเบื้องต้นหากสามารถตรวจสอบเช็คความเรียบร้อยของเสื้อผ้าได้ ควรทำการตรวจสอบเช็คให้เรียบร้อย หากพบตำหนิก็จะทำให้สามารถเปลี่ยนได้อย่างทันที

ในเรื่องของการลดราคาให้ในปริมาณที่ซื้อในปริมาณมากนั้น ผู้ค้าปลีกหรือผู้ที่สนใจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีควรพิจารณา ว่าแบบที่ตัดสินใจซื้อในปริมาณมากเพื่อให้ได้ส่วนลดนั้นสามารถขายได้หรือไม่ หรือดูก่อนว่าเป็นแบบที่อยู่ในเทรนด์หรือกระแสแฟชั่นหรือไม่ เพราะในบางครั้งการให้ส่วนลดจากผู้ค้าส่ง บางครั้งอาจจะจะเป็นแบบที่ผู้ค้าส่งต้องการเคลียร์สต็อกหรือเป็นแบบเก่าที่ใกล้จะตกเทรนด์หรือไม่ค่อยได้รับความนิยม ดังนั้นก่อนที่ผู้ค้าปลีกหรือผู้สนใจจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีควรหาข้อมูลของเทรนด์-แฟชั่นเสื้อผ้าก่อนไปซื้อ ไม่ควรแค่คำนึงถึงส่วนลดที่ได้ หรือราคาที่ถูกลงกว่าคู่แข่งเท่านั้น และอีกกรณีหนึ่งที่ผู้ค้าส่งจะให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อในจำนวนมากนั้นจะต้องซื้อขั้นต่ำ 100 ตัวขึ้นไป ดังนั้นผู้ค้าปลีกหรือผู้สนใจ จะต้องมีการนำนโยบายด้านองค์กร เรื่องค่าใช้จ่ายในการซื้อของ จำนวนวันขายของ มาร่วมพิจารณาด้วย หากมีงบประมาณในการซื้อของจำนวนมาก และมีการจำหน่ายหลายแห่งก็อาจจะถามถึงส่วนลดจากผู้ค้าส่งเมื่อซื้อในปริมาณมากได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ค้าส่ง สามารถแบ่งเป็นปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก รูปแบบสวยงาม ทันสมัย รองลงมาคือมีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย และมีรูปแบบแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร ตามลำดับ

สิ่งที่ผู้ประกอบการค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ควรพิจารณาเป็นอันดับแรก ในด้านผลิตภัณฑ์ คือประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีที่ผู้ค้าปลีกควรเลือกนำมาจำหน่ายคือประเภทชุดกระโปรง/กางเกงติดกัน (เดรส) โดยเน้นรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายแบบเรียบง่าย/ใส่สบาย เมื่อทราบถึงประเภท รูปแบบที่ผู้ค้าปลีกต้องการแล้ว ผู้ประกอบการค้าส่งควรจะมีการทำวิจัยอย่างง่าย ๆ เช่น การสอบถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่ผู้ค้าปลีกต้องการ เช่น เรื่องของโทนสี การออกแบบ การตกแต่ง เนื้อผ้า รวมถึงรูปแบบของเสื้อผ้า นอกจากนั้นผู้ค้าส่งเองก็ควรจะมีการติดตามเทรนด์ กระแสความนิยม หรือแฟชั่น ในช่วงเวลานั้นๆ รวมด้วย เช่น การดูโทรทัศน์หรือละครที่กำลังได้รับความนิยม นักร้อง หรืออาจจะหาข้อมูลจากนิตยสารแฟชั่นประกอบด้วย เป็นต้น เพื่อที่จะทำให้สามารถตรงกับความต้องการของผู้ค้าปลีกในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเพื่อนำมาจำหน่าย

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า รองลงมาคือมีราคาถูกกว่าที่ซื้อจากผู้ค้าส่งรายอื่น และราคาขายคงที่ มีมาตรฐาน ไม่เปลี่ยนแปลงราคาขายส่งบ่อยๆ ตามลำดับ

ในด้านราคาผู้ค้าส่งควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ดังนั้นหากผู้ค้าส่งให้ความสนใจในเรื่องของคุณภาพไม่ว่าจะเป็นการเลือกเนื้อผ้า การตัดเย็บ ก็ทำให้สามารถขายในราคาสูงที่แพงขึ้น หรืออาจจะขายในราคาเดิมแต่สามารถขายได้ง่ายและเร็ว คือหากมีการตั้งราคาขายส่งที่เหมาะสมกับคุณภาพก็สามารถทำให้ผู้ค้าปลีกเลือกซื้อได้ หรือหากทำให้ผู้ค้าปลีกมองเห็นว่ามีคุณภาพที่เหนือกว่าราคาก็สามารถทำให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายและเร็วขึ้น ดังนั้นผู้ค้าส่งควรทำให้ผู้ค้าปลีกเห็นว่าสินค้าของเรามีคุณภาพที่ดี เมื่อซื้อเพื่อนำไปจำหน่ายแล้ว สามารถนำไปขายต่อได้ง่ายและได้ราคาดี โดยการชี้แจงถึงคุณภาพหรือเนื้องาน เช่น คุณภาพการตัดเย็บ รวมถึงการประดับตกแต่ง เนื้อผ้าไม่ย้วย-ไม่ย่น สีไม่ตก สามารถดูแลรักษาได้ง่าย และสามารถใส่ได้กับ

หลากหลายรูปร่าง เป็นต้น อีกทั้งยังในเรื่องของการตั้งราคาผู้ค้าส่งไม่ควรมีการเปลี่ยนราคาขายส่งบ่อยๆ ควรมีราคาขายคงที่มีมาตรฐานไม่เปลี่ยนแปลงราคาบ่อยครั้ง เพราะจะทำให้ผู้ค้าปลีกเกิดความรู้สึกไม่แน่นอนในเรื่องราคาขายของร้านร่วมด้วย อาจเป็นเหตุผลที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนร้านได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า รองลงมาคือส่งสินค้าได้ถูกต้องตามแบบและจำนวนที่มีการสั่งซื้อ และร้านค้าสามารถติดต่อกับผู้ค้าส่งได้ง่ายและสะดวก ตามลำดับ

ในเรื่องของมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้าเป็นเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญ เพราะหากสินค้าร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีมีปริมาณสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า เช่น ในเรื่องเกี่ยวกับการจัดการสต็อกหรือจำนวนของโทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี หากสีที่เหลือมีแต่สีที่ผู้ค้าปลีกไม่ต้องการก็ทำให้ผู้ค้าปลีกตัดสินใจไม่ซื้อได้ ดังนั้นในเรื่องของการจัดการเรื่องสี หรือวิธีการสั่งซื้อเกี่ยวกับการเลือกสีนั้น ผู้ค้าส่งควรมีการวางแผนในเรื่องของการกำหนดการเลือกสีให้เหมาะสมต่อการซื้อของผู้ค้าปลีกในแต่ละครั้ง โดยการนำนโยบายการขายของร้านมาใช้พิจารณาร่วมด้วย เช่น สามารถเลือกสีที่เป็นที่นิยม เช่น สีดำ ได้แต่ไม่สามารถเลือกซื้อได้มากกว่า 2 ตัว แต่ถ้าต้องการมากกว่า 2 ตัว จะต้องมีการสั่งให้ครบสีก่อนถึงจะซื้อสีที่นิยม 2 ตัวขึ้นไป ก็จะทำให้ร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีสามารถขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกำจัดสีที่ขายยากออกไปได้อีกด้วย

ในเรื่องของการส่งของนั้น ร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีควรให้ความสำคัญ และควรเช็คความถูกต้องตามแบบและตามจำนวนที่มีการสั่งซื้อ เพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด เพราะจะทำให้เสียเวลาทั้งผู้ค้าปลีกและร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเอง และยังเป็นการสร้างความเชื่อใจระหว่างผู้ค้าปลีกและร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีอีกด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือให้บริการดีมีความเป็นกันเอง รองลงมาคือสามารถ

เปลี่ยนและคืนสินค้าได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหา คำหนี และผู้ค้าส่งให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อในปริมาณมาก ตามลำดับ

ร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีควรให้บริการดีมีความเป็นกันเองกับผู้ค้าปลีก นอกจากนั้นควรให้มีการเปลี่ยนและคืนสินค้าได้ในกรณีที่พบว่าเสื้อผ้ามีปัญหาคำหนี เพราะในบางครั้งการเลือกซื้อที่แหล่งค้าส่งต้องการเลือกซื้อเสื้อผ้าหลายแบบ หลายตัว และหลายๆร้านหากจะให้ผู้ค้าปลีกเช็กทุกครั้งคงไม่สะดวก เมื่อผู้ค้าปลีกพบคำหนีร้านค้าส่งควรให้มีการเปลี่ยนและคืนสินค้าได้ เพราะหากไม่รับเปลี่ยนหรือคืนนั้นก็อาจจะทำให้ผู้ค้าปลีกตัดสินใจไปซื้อร้านอื่นที่สามารถเปลี่ยนได้ ก็จะทำให้ร้านค้าส่งหมดโอกาสที่จะขายสินค้าได้ ในขณะที่เดียวกันเบื้องต้นผู้ค้าส่งจะมีการเช็กคุณภาพของสินค้าร่วมด้วย เพื่อเป็นการลดปัญหาการเปลี่ยนคืนสินค้า

ควรมีการส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก และให้ส่วนลดพิเศษในกรณีที่ซื้อประจำ เป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ค้าปลีกซื้อเยอะขึ้น เช่น การกำหนดราคาแบบขั้นบันได เช่น เมื่อซื้อตั้งแต่ 100 ตัวขึ้นไปได้ส่วนลดอีกตัวละ 10 บาท หรือซื้อตั้งแต่ 100 ตัวขึ้นไปแถมให้ 5 ตัว เป็นต้น

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือสถานะเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน ราคาสินค้าอุปโภค-บริโภค รongลงมาคือสภาพอากาศ เช่น ฝนตก อากาศร้อน/หนาว รวมถึงเทศกาลต่างๆในช่วงเวลานั้น และกำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้า จากการปรับขึ้น-ลดลง ของฐานเงินเดือนที่ได้รับตามลำดับ

ปัจจัยสำคัญด้านสภาพแวดล้อมนั้นมีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ค้าปลีกคือสถานะเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมัน ราคาสินค้าอุปโภค-บริโภค ดังนั้นผู้ค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีควรมีการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจ กำลังซื้อ/ความสามารถในการซื้อของลูกค้าจากการปรับขึ้น-ลดลงของฐานเงินเดือนที่ได้รับตาม คือไม่ได้ปรับราคาส่งที่สูงมากจนเกินไป เพราะหากปรับราคาส่งขึ้น ก็จะส่งผลให้ผู้ค้าปลีกตั้งราคาขายที่สูงขึ้นตาม เมื่อกำลังซื้อของผู้บริโภคน้อยลงและเสื้อผ้าแฟชั่นสตรียังมีราคาที่สูงขึ้น ก็ส่งผลให้สามารถขายได้ยากและช้าลง ก็จะส่งผลมายังผู้ค้าส่งด้วย คือเมื่อผู้ค้าปลีกขายสินค้าได้ยากขึ้นก็มาซื้อสินค้ากับผู้ค้าส่งน้อยลง ดังนั้นในการปรับราคาควรมีการปรับให้พอสมน้ำสมเนื้อ เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนในตลาดค้าส่งเสื้อผ้า

ปัจจัยด้านองค์กร

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ทำเล-ที่ตั้ง ของร้านค้าส่งเป็นหลักแหล่ง มีอยู่จริง มีความสะดวกในการเดินทาง รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของร้านค้าส่ง เสื้อผ้าแฟชั่นสตรี และนโยบายการขายของร้านค้า เช่นการกำหนดราคาขายส่ง รายละเอียดของการส่งสินค้า เช่น สามารถส่งครบแบบกัน /แบบเดียวกัน ครบสี/เลือกสีได้ ครบไซส์ จำนวนการซื้อขั้นต่ำที่จะได้ราคาขายส่ง ตามลำดับ

ทำเล-ที่ตั้ง ของร้านค้าส่งก็เป็นเรื่องที่สำคัญ หากร้านค้าส่งมีเป็นหลักแหล่ง มีอยู่จริง และมีความสะดวกในการเดินทาง ง่าย ก็จะทำให้ผู้ค้าปลีกเลือกซื้อเนื่องจากสามารถเดินทางไปตัวเอง สะดวก และถ้าหากร้านค้ามีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่ ควรจะมีการแจ้งล่วงหน้าให้ทราบ เพื่อที่จะทำให้ผู้ค้าปลีกสามารถตามไปซื้อได้ถูก

ในบางครั้งการกำหนดนโยบายการขายของร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี เช่น การกำหนดจำนวนขายสินค้าขั้นต่ำ 3 ตัว 6 ตัวรวมถึงรายละเอียดของการส่งสินค้า เช่น สามารถส่งแบบกันได้ ก็เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ค้าส่งไม่เลือกซื้อ เนื่องจากในบางครั้งอาจจะชอบแค่เพียงบางสี ดังนั้นร้านค้าส่งเองควรมีการพิจารณาเบื้องต้นก่อนว่าสี รูปแบบที่เลือกมาสามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน และควรพิจารณาแล้วว่าหากให้ผู้ค้าปลีกเลือกซื้อตามนโยบายการกำหนดการขายของร้าน เช่น ต้องมีการสั่งซื้อแบบเดียวกัน 3 ตัวขึ้นไปนั้น มีสีให้เลือกหลากหลายหรือไม่ ไม่ใช่ว่ามีเพียงแค่สีเดียวแล้วต้องให้ซื้อทีเดียว 3 ตัว เป็นต้น ก็อาจทำให้ผู้ค้าปลีกไม่เลือกซื้อได้

ในเรื่องของการกำหนดราคาขายส่งควรมีการกำหนดราคาขายส่ง-ปลีก ที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด เช่น ราคาส่ง 3 ตัวๆละ 120 บาท แต่ถ้าซื้อ 1 ตัวราคา 250 บาท เป็นต้น เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างระหว่างลูกค้าปลีกกับลูกค้าส่ง เพราะถ้าหากมีการตั้งราคาขายส่งกับขายปลีกที่ไม่แตกต่างกันมาก ก็จะทำให้ลูกค้าปลีกหันมาซื้อส่งกัน ก็จะส่งผลกระทบต่อผู้ค้าปลีกได้

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีเพื่อนำมาจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือผู้ค้าส่งมีความจริงใจ และเต็มใจที่จะขาย หรือให้บริการส่งของ รองลงมาคือผู้ค้าส่งมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และผู้ค้าส่งมีกิริยาสุภาพ วาจาไพเราะอ่อนหวาน

เรื่องที่สำคัญที่ผู้ประกอบการค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ควรพิจารณาเป็นอันดับแรกคือ เรื่องของความจริงใจและเต็มใจที่จะขายหรือบริการ ควรมีความกระตือรือร้นหรือให้ความสนใจ เมื่อมีคนเข้าหรือสนใจที่จะซื้อสินค้า เพราะในบางครั้งผู้ประกอบการค้าปลีกอาจจะชอบรูปแบบ แต่อาจจะไม่ชอบสีหรือเนื้อผ้าหรือการตกแต่งบางอย่าง แต่หากผู้ค้าส่งให้ความสนใจหรือมีการ แนะนำถึงการนำไปใช้หรือนำไปประยุกต์ใช้ เช่น ถ้าไม่ชอบก็สามารถปรับเปลี่ยนหรือเอาออกได้ก็ อาจจะทำให้ผู้ค้าปลีกรู้สึกได้รับความสนใจหรือชอบในตัวค้าส่งที่มีความสนใจ เอาใจใส่ เพราะใน บางครั้งเหตุผลที่ผู้ค้าปลีกเลือกซื้อหรือไม่ซื้อสินค้านั้นตัวผู้ค้าส่งก็มีผล โดยอาจจะซื้อสินค้าเพราะ ชอบที่ตัวผู้ขายขายก็ได้ ดังนั้นตัวผู้ค้าส่งเองควรมีความยิ้มแย้ม แจ่มใส และมีใช้คำพูดที่อ่อนหวาน และมีน้ำเสียงที่นุ่มนวล

เรื่องของการขนส่งสินค้า ผู้ค้าส่งควรมีความเต็มใจที่มีบริการส่งสินค้าให้กับผู้ค้าปลีก เช่น การอำนวยความสะดวกให้กับผู้ค้าปลีกเกี่ยวกับรายชื่อบริษัทขนส่งที่มีความน่าเชื่อถือ ไว้ใจได้แนะนำผู้ค้าปลีก

ในกรณีที่ผู้ค้าปลีกยินดีหรือเต็มใจที่จะเป็นผู้ออกค่าขนส่งเองในเรื่องของการส่งสินค้าไม่ควรที่จะต้องกำหนดถึงจำนวนการสั่งซื้อขั้นต่ำ เพราะในบางเวลาที่ผู้ค้าปลีกไม่สะดวกที่จะเดินทางไปเลือกซื้อได้ด้วยตนเองก็อาจจะต้องมีรถสั่งซื้อ หากผู้ค้าส่งปฏิเสธที่จะส่งสินค้าก็ อาจจะสร้างความไม่ประทับใจในร้านค้าส่งเสื้อผ้าแฟชั่นสตรี ซึ่งอาจเป็นเหตุที่จะทำให้ผู้ค้าปลีกไม่กลับมาซื้อสินค้าที่ร้านอีกต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารoundต่อไป

1. การศึกษารoundนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เท่านั้น ในการศึกษารoundต่อไปควรทำการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างอื่น นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้น เพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีของผู้ค้าปลีกในพื้นที่อื่นๆ เช่น กลุ่มตัวอย่างที่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง เพื่อดูความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาด ระหว่างการออกไปหาลูกค้า คือกลุ่มผู้ค้าปลีกตามตลาดนัด กับการให้ลูกค้าเข้ามาหา คือกลุ่มที่มีหน้าร้านเป็นของตนเอง ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

2. ควรมีการศึกษาความต้องการของ หรือพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีควบคู่ไปด้วย เนื่องจากเป็นการศึกษาถึงเรื่องของแฟชั่น ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแล้วจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือนำไปต่อยอดให้ได้ประโยชน์สูงสุดนั้นจะต้องเป็นข้อมูลที่ทันต่อการ

เปลี่ยนแปลงของกระแสเทรนด์แฟชั่น หรือเป็นไปตามพฤติกรรมและความต้องการของผู้ที่เรากำลังต้องการศึกษา

3. เนื่องจากในอนาคตพฤติกรรมของผู้บริโภคและสินค้าแฟชั่นอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นควรทำการศึกษาแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมไปถึงแนวโน้มความนิยมของรูปแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคต้องการ

ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้ค้าปลีกที่ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ต ในการจัดกิจกรรมถนนคนเดินหรือตลาดนัดนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการเช่าพื้นที่เพื่อใช้ในการจัด ดังนั้นการจัดก็จะอยู่ภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาที่ได้ทำการตกลงกันไว้ ซึ่งเมื่อครบกำหนดระยะเวลาที่กำหนด หากเจ้าของพื้นที่ไม่ต่อสัญญา ตลาดนัดหรือถนนคนเดินก็ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ เช่น ถนนคนเดินกรีนมาร์เก็ตเมื่อหมดระยะเวลาในการเช่าพื้นที่ก็ไม่สามารถจัดในสถานที่เดิมได้อีก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved