

การศึกษารูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร จังหวัด  
ชุมพร

**A Study of Plus Size Women's Clothing Business Models in Mueang Chumphon  
Municipality, Chumphon Province**

สาวิตรี คำประไพ

บทคัดย่อ

การศึกษารูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร เป็นการศึกษาแบบธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ กรณีศึกษา ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร เฉพาะในเขตเทศบาลตำบลท่าตะเภา และเทศบาลตำบลบางหมาก มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ และศึกษาสภาพปัญหา ของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ที่เปิดขายมาแล้วไม่ต่ำกว่า 2 ปี จำนวน 5 ร้าน และตัวอย่างผู้หญิงสาวบิกไซส์ที่เคยมีประสบการณ์ซื้อเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ที่มีรอบเอว ตั้งแต่ 32 นิ้ว ขึ้นไป จำนวน 10 ราย การสร้างเครื่องมือผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถาม (Interview Guide) และสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม ศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) จากเจ้าของกิจการ และผู้หญิงที่มีรูปร่างบิกไซส์ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบธุรกิจเกี่ยวกับธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์

ผลการศึกษา พบว่า ด้านรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ จะต้องมีการเตรียมความพร้อม ในด้านทำเลที่ตั้งของร้าน แหล่งวัตถุดิบที่จะนำมาจำหน่าย การตั้งราคาจำหน่ายสินค้า รวมถึงช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้า นอกจากนี้ การประกอบธุรกิจร้านเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ควรให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า ตั้งแต่กระบวนการ ตัวคุณภาพสินค้า ราคาจำหน่ายที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า สถานที่ตั้งควรอยู่ในย่านชุมชน ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถ รวมถึงร้านควรมีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การเลือกซื้อสินค้า กว้างขวาง มีห้องลองเสื้อผ้า ดิดแอร์ และยังพบอีกว่าการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การมีส่วนลด การจัดโปรโมชั่น สามารถดึงดูดลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายกว่าปกติทั่วไป ในด้านของผู้บริโภค รูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าบิกไซส์ที่จะสามารถดึงดูดให้ซื้อสินค้าได้ จะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สวมใส่แล้วดูดี เหมาะสมกับรูปร่าง เป็นประการแรก ส่วนรูปแบบและราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพเสื้อผ้าเป็นเรื่องรองลงมา รูปแบบของร้านมีที่จอดรถ ดิดแอร์และมีห้องลองเสื้อผ้า จะสร้างแรงดึงดูดใจได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การแต่งกายของผู้ที่มีชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสภาพปัญหาที่พบมีทั้งปัญหาจากปัจจัยภายในและภายนอก ได้แก่ ต้นทุนสินค้าต่อชิ้นมีราคาสูงกว่าเสื้อผ้าไซส์ทั่วไป ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งผลิตสินค้าน้อย และปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดร้าน

คำสำคัญ : การส่งเสริมการตลาด , เสื้อผ้าบิกไซส์ , ธุรกิจเสื้อผ้าบิกไซส์ , เสื้อผ้าคนอ้วน , รูปแบบธุรกิจ

## Abstract

This study of plus size women's clothing business models in Mueang Chumphon municipality in Chumphon province is a study of plus size women's clothing business models, case studies, plus size women's clothing business owners in Mueang Chumphon municipality in Chumphon province, and only in the area of Tha Tapao subdistrict municipality and Bang Mak subdistrict municipality. The purpose is to study the models of plus size women's clothing business and problems of plus size women's clothing business in Mueang Chumphon municipality in Chumphon province. The sample group consists of 5 plus size women's clothing business owners who run the business more than 2 years and 10 plus size female buyers who have experience in buying more than 32 -inch-waist plus size clothes. The tools invented by the researcher are interview - guide questions and participant observation and non-participant observation, studying in-depth interview data from the business owners and plus size women, in order to analyze the data and develop the business models involving plus size women's clothing business.

The research found that on the side of business running, it needs preparation on location of the shop, material sources, pricing for sale including channels of distribution. Moreover, to run the plus size women's clothing business should give the importance on the needs of customers from the processes, product quality, selling prices suitable for the product quality, location in commercial areas where are easy to visit with parking space including spacious and good atmosphere shops for buying the products, air-conditioned fitting room. Also, the research revealed that promotions such as discounts and other promotions can attract the customers to buy the products easier than usual.

On the side of the customers, the plus size women's clothing business models that is attractive, must have good quality products, looking good on person, suitable for body shapes as the first priority. Second priority is on the suitable styles and prices. The shops with parking space, air-condition and fitting room can attract the customers more. Moreover, the dressing of famous people influence decisions on buying. The found problems are both from internal and external factors such as higher cost of products per piece than normal size clothes, few manufacturing source and shop layout management.

**Key words:** Marketing promotion, Big size clothes , Big size clothing business , Obese clothes, Business model

## บทนำ

การแต่งตัว แฟชั่น สไตล์ สีสันทนของเสื้อผ้า สะท้อนความเป็น "ผู้หญิง" เราเหมาะสมกับอะไร สไตล์ไหนที่ทำให้เราดูดี ส่งผลให้เสริมสร้างบุคลิกภาพของผู้หญิง มีความจำเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบัน "ภาพลักษณ์" มีอิทธิพลโดยตรงต่อความสำเร็จของบุคคลคนนั้น ทำให้ผู้หญิงแต่ละคน ควรรู้จักตัวเอง (ศุณยตา ประเสริฐกุล, 2562) แต่การเลือกซื้อเสื้อผ้าสำหรับสาวบิกไบต์ ยังคงเป็นปัญหา พวกเธอส่วนใหญ่มักพบปัญหาเสื้อผ้าที่ไม่พอเหมาะพอดีกับสรีระของเธอเหล่านั้น ด้วยขนาดตัวที่เรียกได้ว่า ใหญ่กว่าสาวไบต์ปกติทั่วไป ซึ่ง ขนาดรูปร่างของผู้หญิงนั้น มีวิธีการคำนวณ น้ำหนักตัวที่เหมาะสมเทียบกับ ส่วนสูง โดยน้ำหนักตัว (กิโลกรัม) ที่เหมาะสมสำหรับผู้หญิงเท่ากับ ส่วนสูง (เซนติเมตร) ลบ 110 และ เส้นรอบวงเอวในผู้หญิงไม่ควรเกิน 32 นิ้ว (80 ซม.) เกินกว่านี้เรียกว่า สาวบิกไบต์ (ปรพัฒน์ จุฑากุล , 2561) และพวกเธอเหล่านี้ มักอยู่ในเกณฑ์เกินมาตรฐาน ข้อมูลสุขภาพคนไทยปี พ.ศ. 2557 พบว่า น้ำหนักของคนไทยเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าในรอบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะกับหญิงไทยที่รั้งตำแหน่งที่สองจาก 10 ประเทศในอาเซียน (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ , 2557) เมื่ออัตราการอ้วนมีจำนวนเพิ่มขึ้น และคนกลุ่มนี้หาเสื้อผ้าใส่ได้ยาก เพราะร้านเสื้อผ้าคนอ้วน (บิกไบต์) ยังมีไม่มากเท่ากับร้านเสื้อผ้าทั่วไป จึงเป็นโอกาสสำหรับคนที่อยากมีรายได้จากการทำธุรกิจเสื้อผ้าโดยจับกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้เป็นหลัก

จากที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยสนใจเกี่ยวกับธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไบต์ และได้เริ่มต้นศึกษารูปแบบธุรกิจเสื้อผ้าบิกไบต์นี้ เพื่อผู้วิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้องที่สนใจนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้านี้ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของรูปแบบของธุรกิจ ส่วนประสมทางการตลาด และแนวคิดอื่น ๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การแข่งขันทางธุรกิจในแต่ละพื้นที่ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค และนำข้อมูลทั้งหมดนี้ใช้ประกอบธุรกิจด้านเสื้อผ้าสตรีบิกไบต์ให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจเสื้อผ้าประเภทอื่น ๆ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไบต์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหา ของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไบต์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดชุมพร

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation) ซึ่งจะทำให้การสำรวจผู้ประกอบการเสื้อผ้าบิกไบต์ ที่เปิดร้านมาแล้วไม่ต่ำกว่า 2 ปี และสตรีที่มีประสบการณ์ซื้อเสื้อผ้าบิกไบต์ ที่มีรอบเอว ตั้งแต่ 32 นิ้ว ขึ้นไป ด้านผู้ประกอบการทำการ ศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของรูปแบบธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไบต์ สภาพปัญหาของธุรกิจในเขตเทศบาลเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร ด้านลูกค้าทำการศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาดที่ให้ความสำคัญ รวมถึงรูปแบบธุรกิจที่อยากไปใช้บริการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบรูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดชุมพร เพื่อเป็นข้อมูลในการลงทุนธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์
2. เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้สนใจศึกษาค้นคว้า เพื่อนำไปประกอบธุรกิจ หรือพัฒนาธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ต่อไป

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เว็บไซต์สมาร์ทลีตเตอร์ (2562) ได้ทำการสรุปไต่เต้าการเริ่มต้นประกอบธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วน แนวทางสำหรับผู้ที่ยากจะทำธุรกิจว่า ธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วน เป็นธุรกิจรูปแบบ Niche Market หรือที่เรียกว่าตลาดเฉพาะเจาะจง จำหน่ายสินค้าสำหรับคนอ้วนโดยเฉพาะ มีฐานลูกค้าไม่มากแต่มีข้อดีที่มีคู่แข่งไม่มากนัก และได้แบ่งธุรกิจนี้ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจผลิตเสื้อผ้าคนอ้วน ธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าคนอ้วน และธุรกิจรับสั่งตัด (Made to order) ซึ่งประเภทที่ 2 เป็นธุรกิจที่ต้นทุนและความซับซ้อนน้อยที่สุด และจะยิ่งลดต้นทุนลงได้อีก หากเลือกช่องทางจำหน่ายผ่านออนไลน์

สุวสา ชัยสุรัตน์ (2537, หน้า 30-31) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (marketing mix) ในการดำเนินธุรกิจทุกประเภทจะมีปัจจัยต่าง ๆ มากกระทบการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การดำเนินงานทางการตลาด จะมีปัจจัย 2 อย่าง คือ ปัจจัยภายในของกิจการ (internal factors) ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการสามารถควบคุมให้เป็นไปตามนโยบายของกิจการ คือ ส่วนประสมการตลาด ปัจจัยภายนอก (external factors) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานของกิจการ ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้น ต้องปรับปัจจัยภายในให้สอดคล้องกับปัจจัยภายนอก เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง คู่แข่งขัน วัฒนธรรม กฎหมาย และเทคโนโลยี

สุปิยา เจริญศิริวัฒน์. (2552) ทำการรวบรวมข้อมูลรูปร่างคนไทย ใช้เทคโนโลยีการประมวลผลที่เรียกว่า Swarm Intelligence โดยจำแนกตามน้ำหนัก ส่วนสูง เพศ ช่วงอายุ ได้ข้อมูลสรุปว่า ค่าเฉลี่ยรูปร่างของคนไทยจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างชายหญิงทั่วประเทศ ตามโครงการไซตี้ไทยแลนด์ ชี้ให้เห็นว่าค่าเฉลี่ยน้ำหนักและส่วนสูง พร้อมขนาดรอบอก รอบเอวและรอบสะโพก ทั้งเพศหญิงและเพศชาย อยู่ในระดับกลางค่อนข้างไปทางใหญ่ โดยค่าเฉลี่ยน้ำหนักของผู้ชาย ประมาณ 68.83 กิโลกรัม ที่ส่วนสูง 169.46 เซนติเมตร ผู้หญิงค่าเฉลี่ยน้ำหนัก ประมาณ 57.40 กิโลกรัม ที่ส่วนสูง 157 เซนติเมตร และถ้าเปรียบเทียบกับขนาดรอบอก และรอบเอว ผู้ชายจะมีขนาดใหญ่กว่าผู้หญิง แต่ขนาดรอบสะโพก ผู้หญิงจะมีขนาดใหญ่กว่าผู้ชาย

ชฎานิส กำเนิดศิริกุล (2557) ได้ทำการวิจัยและศึกษาธุรกิจสำหรับผู้หญิงที่มีรูปร่างเกินมาตรฐาน ผลการวิจัยและได้ข้อสรุปว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นพบว่าขนาดที่เหมาะสมกับตัว รูปแบบของสินค้า คุณภาพ และราคาที่เหมาะสม ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) (2559) ได้ทำการวิจัย และเผยแพร่ข้อมูลที่ชี้ให้เห็นว่าธุรกิจเสื้อผ้า Plus Size มีศักยภาพที่จะเติบโตได้อีกมากกว่าเดิมที่มีฐานการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ เช่น แอฟริกา และกลุ่มประเทศตะวันตก ในปัจจุบัน มองเห็นความต้องการในประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะกับกลุ่มสินค้าที่เน้นเรื่องดีไซท์เป็นสำคัญด้วย

เกล้าลาภ ยุทธภิญโญและสุทธาวรรณ จีระพันธุ์ (2560) ได้ทำการวิจัยการแบ่งกลุ่มสตรีอ้วน โดยใช้ปัจจัยด้านความต้องการต่อส่วนประสมทางการตลาดค้ำปลีกของเสื้อสาวอ้วนวัยเรียน ได้ข้อสรุปว่า แบ่งกลุ่มลูกค้าได้ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มนักช้อปปิ้งฝึกหัด เป็นสาวอ้วนวัยเรียน อายุ 15 – 28 ปี ทำงาน ที่จะเน้นให้ความสำคัญในตัวสินค้า แบบสินค้า แบบจริงขณะสวมใส่ ถูกใจจะซื้อทันที กลุ่มนักช้อปปิ้งมืออาชีพ เป็นสาวอ้วนวัยทำงาน อายุ 29- 38 ปี จะให้ความสนใจในหลายปัจจัยโดยรวม เช่น ที่จอดรถเพียงพอ พนักงานสุภาพ ห้องลองปลอดภัย ร้านใกล้บ้าน เป็นต้น และกลุ่มนักช้อปปิ้งแฟนพันธุ์แท้ เป็นกลุ่มสาวอ้วนวัยเรียน วัยทำงาน อายุ 15 – 28 ปี ให้ความสนใจในทุก ๆ ด้าน ตั้งแต่ทำเลที่ตั้ง สินค้า การให้บริการ ราคาสินค้า การจัดตกแต่งร้าน และองค์ประกอบการสื่อสาร

ปฏิพัทธ์ เพชรศิริ และคณะ(2560) รูปแบบและกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเสื้อผ้าค้าส่งในตลาดโบ้เบ้ ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ข้อสรุปว่า สภาพแวดล้อมภายนอกทางการแข่งขัน มีผลต่อความได้เปรียบในธุรกิจทางด้านต้นทุน เพื่อป้องกันแรงกดดันทั้ง 5 ประการ ได้แก่ คู่แข่งในปัจจุบัน คู่แข่งในอนาคต สินค้าทดแทน อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

ปาริชาติ วงศ์ทองดี.(2558).ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคาที่เหมาะสมกับสินค้าและถูกกว่าหรือเท่ากับร้านอื่น สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถ และการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การซื้อจำนวนหลายชิ้นแล้วได้ส่วนลด อยู่ในระดับมาก และยังพบอีกว่าช่วงเวลาที่ถูกทำให้ความสนใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือ ช่วงเวลา 13.00 – 16.00 น. รองลงมาคือ เวลา 16.00 – 18.00 น.

ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์ต่อทคอม (2561) ทำการสำรวจวิธีการเริ่มต้นประกอบธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วนให้รวย ด้วยสี่ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่หนึ่ง หาแหล่งวัตถุดิบ สำหรับผู้ผลิตตัดเย็บเสื้อผ้าคนอ้วน จำเป็นต้องสำรวจหาแหล่งวัตถุดิบ ได้แก่ ผ้า ด้าย เครื่องจักร อุปกรณ์ การตัดเย็บอื่น ๆ เพื่อให้ได้ต้นทุนต่ำที่สุด ขั้นตอนที่สอง สำรวจช่องทางขาย ต้องเป็นแหล่งคนเดินผ่านไปมาตลอดเวลา ตามตลาดนัด หรือหน้าร้านแถวบ้านของตัวเอง รวมถึงขายตามออนไลน์ รีวิวสินค้า โดยใช้คนอ้วนสวมใส่ให้คนดูอยากซื้อ ขั้นตอนที่สาม ตั้งราคา ซึ่งปกติเสื้อผ้าคนอ้วนใช้ต้นทุนการผลิตมากกว่าเสื้อผ้าทั่วไป เพราะใช้เนื้อผ้ามาก การตัดเย็บยากกว่า ทำให้ต้นทุนสูงกว่า ส่งผลให้การขายต้องตั้งราคามากกว่าราคาทุนเป็นเท่าตัว ขั้นตอนทีสี่ เป็นผู้ผลิตเองหรือจ้างผลิต ผู้ประกอบการต้องเลือกให้ได้ว่าจะผลิตเสื้อผ้าขายเองหรือจ้างผลิต ในปัจจุบันการทำธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วน สามารถแบ่งออกเป็น กลุ่มธุรกิจผลิตเสื้อผ้าคนอ้วน กลุ่มธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าคนอ้วน และธุรกิจรับสั่งตัดเสื้อผ้าคนอ้วน

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือ วิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ พฤติกรรมการซื้อ

และการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้เข้าใจถึงลักษณะพฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม โดยสามารถใช้หลักการของ 6W1H และ 7Os

ในการศึกษารูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้เลือกศึกษา 2 ส่วน ส่วนแรก คือศึกษารูปแบบของกิจการโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps เป็นหลัก ซึ่งเป็นปัจจัยภายในของกิจการ (internal factors) ผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการสามารถมองเห็นและควบคุมได้ ส่วนที่สอง คือศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยเครื่องมือ 6W1H ทั้งนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งสภาพปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ รวมถึงปัญหา อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร ให้ครอบคลุมทั้งด้านผู้ประกอบการและผู้บริโภค

### การดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษารูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร " เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากเจ้าของกิจการ และผู้หญิงที่มีรูปร่างบิกไซส์ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบธุรกิจเกี่ยวกับธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ และศึกษาสภาพปัญหา ของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เลือกวิธีเจาะจง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดชุมพร จำนวน 5 ร้าน และสัมภาษณ์ผู้หญิงรูปร่างบิกไซส์ ที่มีรอบเอว ตั้งแต่ 32 นิ้ว ขึ้นไป จำนวน 10 ราย ประเด็นคำถามประกอบด้วย (1) ความเป็นมาของธุรกิจ (2) รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (3) ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาในการประกอบธุรกิจ การศึกษาข้อมูลจากแง่มุมผู้บริโภค ประเด็นคำถามเกี่ยวกับ (1) ข้อมูลส่วนบุคคล (2) พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้า (3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการจดบันทึกของผู้ให้สัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามประเด็น สังเคราะห์ข้อมูล โดยเลือกใช้การวิเคราะห์แบบเชิงพรรณนา (Description Analysis) โดยวิเคราะห์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดจากการสัมภาษณ์และสังเกตและนำไปจัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดเพื่อหาข้อสรุป

ขั้นตอนที่ 3 การสรุปผล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์ นำมาทบทวนและสรุปว่าผลที่ได้ สามารถตอบคำถามของการวิจัยได้หรือไม่

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 รูปแบบธุรกิจของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดชุมพร เป็นธุรกิจประเภทเจ้าของคนเดียว รองลงมาคือประเภทหุ้นส่วนที่รวมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เป็นธุรกิจซื้อมาจำหน่ายต่อ และลักษณะร้านส่วนใหญ่เป็นห้องแถว รองลงมาคือ ลักษณะร้านแผงลอย เหตุผลที่เลือกเปิดร้านเสื้อผ้า มีหลายประการ ได้แก่ เจ้าของร้านชื่นชอบการแต่งตัว ร้านเสื้อผ้าประเภทบิกไซส์มีน้อย และเป็นการสืบทอดกิจการของครอบครัว

การเตรียมตัวในการเปิดร้าน จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

- เงินทุน มาจากเงินเก็บส่วนตัว ลงทุนครั้งแรกประมาณ 30,000- 50,000 บาท การเพิ่มทุน โดยกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อตกแต่ง ชัยบขยายร้าน และมีการเลือกร่วมลงทุนเป็นหุ้นส่วนกับเพื่อน 2 คน เพื่อลดภาระการลงทุนทั้งหมดเพียงคนเดียว
- ทำเลที่ตั้งของร้าน มีลักษณะตั้งอยู่ในย่านชุมชน เดินทางสะดวก ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย
- แหล่งซื้อสินค้ามาจำหน่าย มาจากแหล่งขายส่งเสื้อผ้า อันได้แก่ แพลตตินั่ม ประตูน้ำ โบ๊เบ๊ และร้านตัดเย็บเสื้อผ้า รวมถึงการเลือกเสื้อผ้าที่นำมาจำหน่าย เสื้อผ้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถสังเกตได้จากพฤติกรรมของลูกค้า และควรเลือกเสื้อผ้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคาที่ขาย
- การออกแบบร้าน เน้นให้มีรูปแบบที่สามารถวางเสื้อผ้าได้เยอะ มีห้องลองเสื้อผ้า และรูปแบบร้านที่ลูกค้าถูกใจมากที่สุด คือ ดิจิทัลจะเป็นที่พอใจของลูกค้า และอาจมีผลต่อปริมาณและการตัดสินใจซื้อ
- การตั้งราคาสินค้า เพื่อจำหน่าย ตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ราคาเฉลี่ยต่ำสุด สูงสุดที่จำหน่าย อยู่ที่ระดับราคา 200 - 800 บาทต่อชิ้น เป็นราคาที่ลูกค้ายอมรับและเกิดการซื้อขาย
- ช่องทางการจำหน่ายสินค้า ที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ดี คือ การขายหน้าร้านแบบเห็นสินค้า รองลงมาคือขายผ่านออนไลน์ที่มีการแจกแจงรายละเอียดสินค้า
- การบริการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่ลูกค้าชื่นชอบ คือ เจ้าของร้านมีอัธยาศัยดี ยิ้ม พุดคุย เอาใจใส่ลูกค้าดี

ส่วนที่ 2 สภาพปัญหา ของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบี๊กไชด์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดชุมพร ผลจากการศึกษาสภาพปัญหา ของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบี๊กไชด์ ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร มีรายละเอียด ดังนี้

1.ปัญหาเกี่ยวกับต้นทุน ต้นทุนสินค้าต่อชิ้นมีราคาสูงกว่าเสื้อผ้าไชด์ทั่วไป ต้นทุนจากการจำหน่ายสินค้าออกล่าช้า เกิดต้นทุนจม รวมถึงการเลือกสินค้ามาจำหน่ายต้องซื้อแยกจากไชด์ปกติ ไม่สามารถซื้อคณะไชด์ได้

2.ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งผลิตสินค้าน้อย เนื่องจากการตัดเย็บต้องใช้เสื้อผ้ามากกว่าไชด์ทั่วไป ทำให้ร้านขายส่งเสื้อผ้าเลือกผลิตไชด์ปกติมากกว่า

3.ปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบร้าน การมีห้องลองสินค้า เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงที่มีปัญหาเรื่องสรีระที่ไม่สมส่วน การเลือกซื้อเสื้อผ้าจึงจำเป็นต้องมีการลองก่อนซื้อ

### การอภิปรายผล

จากการศึกษารูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบี๊กไชด์ ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดชุมพร สามารถอภิปรายผลตามแนวคิด ทฤษฎีรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ โดยการอภิปรายผล

จะเปรียบเทียบ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ด้านรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าสตรีบี๊กไชด์ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร รูปแบบจำหน่ายเป็นธุรกิจแบบซื้อมาจำหน่ายต่อ สอดคล้องกับ การสำรวจของเว็บไซต์สแมร์ทลีตเตอร์ (2562) ได้ทำการสรุปไอดีเดียวการเริ่มต้นประกอบธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วน เป็น

ธุรกิจรูปแบบ Niche Market หรือที่เรียกว่าตลาดเฉพาะเจาะจง จำหน่ายสินค้าสำหรับคนอ้วนโดยเฉพาะ มีฐานลูกค้าไม่มากแต่มีข้อดีที่มีคู่แข่งไม่มากเช่นกัน และได้แบ่งธุรกิจนี้ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจผลิตเสื้อผ้าคนอ้วน ธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าคนอ้วน และธุรกิจรับสั่งตัด (Made to order) ซึ่งประเภทที่ 2 เป็นธุรกิจที่ต้นทุนและความซับซ้อนน้อยที่สุด นอกจากนี้ การประกอบธุรกิจร้านเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ จะต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้าน 1.ทำเลที่ตั้งของร้าน 2.แหล่งวัตถุดิบที่จะนำมาจำหน่าย 3.การตั้งราคาจำหน่ายสินค้า รวมถึง 4.ช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปยังลูกค้า โดยต้องคำนึงถึงต้นทุนที่ต่ำแต่สินค้ามีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้า หรือส่วนประสมทางการตลาด 4P ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของเว็บไซต์ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์ดอทคอม (2561) กล่าวว่า การประกอบธุรกิจร้านเสื้อผ้าคนอ้วนให้รวยประกอบด้วยการเลือกหาแหล่งวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำสุด ช่องทางการจำหน่ายที่ตรงใจลูกค้า การตั้งราคาจำหน่ายที่คุ้มค่างกับต้นทุนแต่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า นอกจากนี้ การประกอบธุรกิจร้านเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ควรให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า ตั้งแต่กระบวนการ ตัวคุณภาพสินค้า ราคาจำหน่ายที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง สถานที่ตั้งควรอยู่ในย่านชุมชน ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย มีที่จอดรถสำหรับลูกค้า รวมถึงร้านควรมีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การเลือกซื้อสินค้า กว้างขวาง มีห้องลองเสื้อผ้าและติดแอร์ เพื่อสร้างบรรยากาศในการช้อปปิ้ง และยังพบอีกว่าการส่งเสริมการตลาด อันได้แก่ การลด แลก แจก แถม สามารถดึงดูดลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายกว่าปกติทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริชาติ วงศ์ทองดี.(2558).ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคาที่เหมาะสมกับสินค้าและถูกกว่าหรือเท่ากับร้านอื่น สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถ และการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การซื้อจำนวนหลายชิ้นแล้วได้ส่วนลด อยู่ในระดับมาก และช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้เลือกซื้อสินค้า ได้แก่ ช่วงเวลาบ่ายถึงเย็น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยนี้เช่นกัน ที่พบว่าช่วงเวลาที่ลูกค้าให้ความสนใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือ ช่วงเวลา 13.00 – 16.00 น. รองลงมาคือ เวลา 16.00 – 18.00 น.

ในด้านของผู้บริโภค รูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าบิกไซส์ที่จะสามารถดึงดูดให้ซื้อสินค้าได้ จะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ สวมใส่แล้วดูดี เหมาะสมกับรูปร่าง รูปแบบและราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพเสื้อผ้า ลักษณะร้านมีที่จอดรถ ติดแอร์และมีห้องลองเสื้อผ้าจะสร้างแรงดึงดูดใจได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าในช่วงบ่าย ถึงค่ำ เป็นช่วงเวลาหลังเลิกงานหรือเสร็จสิ้นภารกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการศึกษาค้นคว้าของ ชญาณิช กำเนิดศิริกุล (2557) ที่สรุปไว้ว่า ขนาดของเสื้อผ้าที่เหมาะสม พอดีกับตัว รูปแบบของสินค้า คุณภาพ และราคาที่เหมาะสม ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ การได้รับการกระตุ้นจากผู้ที่มีชื่อเสียง ดารา นักแสดง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า สอดคล้องกับงานวิจัยของเว็บไซต์ lux-review.com (2561) ที่รายงานว่า การสนับสนุนของผู้มีอิทธิพลแฟชั่นที่สำคัญ ได้ช่วยให้นำไปสู่ความสำเร็จของภาคธุรกิจขนาดบวก (พลัสไซส์) ซึ่งก็คือช่วยผลักดันให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

ผู้บริโภคที่เป็นสาววัยทำงาน ให้ความสำคัญกับปัจจัยหลายอย่าง ก่อนจะตัดสินใจซื้อ อันได้แก่ สถานที่จอดรถ ห้องลองเสื้อผ้า ร้านที่ติดแอร์ นอกเหนือจากรูปแบบของเสื้อผ้า สอดคล้องกับผลสรุปของ



การวิจัยของ เกลาลฎา ยูททธิญโญ และสุททวารรณ จีระพันธุ (2560) ได้ทำการวิจัยการแบ่งกลุ่มสตรี อวบน้ำวน ที่มีอายุ 29 – 38 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงาน จะให้ความสนใจด้านส่วนประสมทางการตลาดในหลาย ปัจจัยโดยรวม เช่น ที่จอดรถเพียงพอ พนักงานสุภาพ ห้องลองปลอตกัย ร้านใกล้บ้าน เป็นต้น รวมถึง สาวอวบน้ำวนวัยทำงาน ที่มีงานประจำและมีระดับเงินเดือน หรือรายได้มั่นคงจะมีกำลังซื้อเสื้อผ้าได้ดี ใน ระยะเวลาหนึ่งเดือน จะมีการซื้อเสื้อผ้ามากที่สุด สี่ครั้งต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Stephen Todd (2550) ที่สรุปผลวิจัยไว้ว่า ผู้หญิงวัยกลางคน มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเงินมากขึ้นกับเสื้อผ้า ขนาดพลัสไซส์กว่าผู้หญิงที่อายุน้อยกว่า

2. สภาพปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร เป็นสภาพปัญหาที่สามารถปรับปรุงแก้ไขได้ด้วยผู้ประกอบการเอง ถือเป็นปัญหาภายในธุรกิจที่สามารถ แก้ไขได้ หากผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์ข้อมูลของธุรกิจให้รอบด้าน วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน รวมถึง การมองไปถึงคู่แข่งภายนอก มองหาโอกาส และอุปสรรค นำมาปรับปรุง ปรับเปลี่ยนกับธุรกิจตนเอง ก็จะสามารถนำพาธุรกิจให้รุ่งเรืองได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ปฏิพัทธ์ เพชรศิริ และคณะ (2560).สรุปว่า การศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกทางการแข่งขัน มีผลต่อความได้เปรียบในธุรกิจ ทางด้านต้นทุน เพื่อป้องกันแรงกดดันทั้งห้าประการ ได้แก่ คู่แข่งในปัจจุบัน คู่แข่งในอนาคต สินค้า ทดแทน อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

### ข้อเสนอแนะของงานวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูล การศึกษารูปแบบของธุรกิจเสื้อผ้าสตรีบิกไซส์ ในเขตเทศบาลเมืองชุมพร รูปแบบธุรกิจที่เหมาะสมรวมถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยขอเสนอ แนวทางการวิจัยเพื่อการศึกษาต่อไปในอนาคต ดังนี้

1. ผู้ที่สนใจธุรกิจ ควรมีการศึกษาขยายขอบเขตผู้บริโภคเสื้อผ้าสตรีขนาดบิกไซส์ ในเขตพื้นที่ อื่น ๆ นำมาเปรียบเทียบว่าปัจจัยที่ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของสตรีบิกไซส์ มีความเหมือน แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่อย่างไร
2. ผู้ที่สนใจธุรกิจ ควรมีการศึกษารูปแบบผู้บริโภคไปยังกลุ่มผู้ชายบิกไซส์ เพื่อศึกษารูปแบบธุรกิจ เสื้อผ้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยนี้ มีความแตกต่างอย่างไร

## เอกสารอ้างอิง

- เกล้าลาภ ยูทธภิญโญ,สุทธาวรรณ จีระพันธุ์ (2560) . การแบ่งกลุ่มสตรีอวบอ้วน โดยใช้ปัจจัยด้านความ ต้องการต่อส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีกของเสื้อผ้าสาวอวบอ้วน.งานวิจัยระดับ บัณฑิตศึกษา ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ชญาณิต กำเนิดศิริกุล .(2557).โครงการจัดตั้งธุรกิจสำหรับผู้หญิงที่มีรูปร่างเกินมาตรฐาน ‘งานวิจัยตาม หลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร
- ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์. (2561). สืบค้นตอนเริ่มต้นขายเสื้อผ้าคนอ้วนให้รวย. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 3 ,2562 จาก [www.thaismescenter.com](http://www.thaismescenter.com) > 4-ขั้นตอนเริ่มต้นขายเสื้อผ้าคนอ้วนให้รวย
- ปฏิพัทธ์ เพชรศิริ, สิริวัฒน์ สุขศรีสวัสดิ์, ศรินทิพย์ เหลืองสุดใจชื่น, ศิลป์ชัย เกษมเทวินทร์, สวรรยา รักอาชีพ, และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์.(2560). รูปแบบและกลยุทธ์เพื่อสร้างความ ได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเสื้อผ้าค้าส่งในตลาดโมเบิ้ล.งานวิจัยระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาลัย เขตพระราชวังสนามจันทร์
- ปาริชาติ วงศ์ทองดี.(2558).ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคใน ตลาดนัดสวนจตุจักร กรุงเทพมหานคร
- ปรพัฒน์ จุฑากุล Porraphat Jutrakul. (2561) รู้ได้อย่างไรว่าอ้วน.เกร็ดความรู้สุขภาพ.สำนักงานกองทุน สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ:สสส.สืบค้นเมื่อ มกราคม 19,2562 จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/41534-รู้ได้อย่างไรว่าอ้วน.html>
- ศุภยดา ประเสริฐกุล.(2562) .จิตวิทยา" แฟชั่นความงาม "สี-สไตส์" ผู้หญิงทุกคนต้องทำให้เจอ.สืบค้น เมื่อเมษายน 26,2563 จาก <https://www.thairath.co.th/women/style/1497720>
- สมาร์ทลีดเดอร์เว็บไซต์.(2563).ไอเดียธุรกิจ ธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วน แนวทางสำหรับผู้ที่ยากทำธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ เมษายน 27,2563 จาก <https://www.smeleader.com/ธุรกิจเสื้อผ้าคนอ้วน>
- สุปิยา เจริญศิริวัฒน์.(2552).พัฒนามาตรฐานชาติไทย.ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ แห่งชาติ
- สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ ,(2557).รายงานสุขภาพคนไทย สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 15,2562 จาก <https://www.nationalhealth.or.th/index.php>
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) .(2558) .กินดี อยู่ดี ราศีจับ” ธุรกิจแฟชั่นเพื่อสาว Plus Size.สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 15,2562.จาก <https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail>
- lux-review.com . (2561).อุตสาหกรรมแฟชั่นของอังกฤษ ตลาดเสื้อผ้า.ขนาดบวก(พลัสไซส์).สืบค้นเมื่อ มกราคม 19,2562 จาก <https://www.lux-review.com/dedicated-followers-of-fashion>

Stephen Todd (2550) ทำไมตลาดเสื้อผ้าขนาดพลัสไซส์ ถึงขยายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่  
สืบค้นเมื่อ มกราคม 19,2562. จาก [www.fibre2fashion.com/industry-article/1406/want-to-be-a-top-fashion-designer-then-learn-the-principles-of-fashion-design](http://www.fibre2fashion.com/industry-article/1406/want-to-be-a-top-fashion-designer-then-learn-the-principles-of-fashion-design)