

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษา ที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม และ ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งคำถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 ความตั้งใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ส่วนที่ 3 ปัจจัยความพึงพอใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยทำการศึกษาทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการให้บริการ/ผลิตภัณฑ์ 2. ด้านราคา 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด และทำการศึกษาจาก นิสิต นักศึกษา นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา นิสิตมหาวิทยาลัยศรีปทุม นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ นิสิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก จำนวน 200 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติ T-test ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม กับตัวแปรตาม ใช้ค่าสถิติ F-test หรือ One way Analysis of Variance (ANOVA) หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ในการทดสอบสมมติฐานหาความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม และใช้สถิติ Pearson Correlation ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่อยู่ในมาตราการวัดระดับ Interval หรือ Ratio Scale กับตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 73.5 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 18-23 ปี คิดเป็นร้อยละ 41 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ในระดับชั้นการศึกษาปีที่ 4 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92 และ 44 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยบูรพา คิดเป็นร้อยละ 59.5 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 45 มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ

ไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 47

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ได้แก่ นักศึกษาพึงพอใจเลือกซื้อรูปแบบทรงเสื้อผ้าแฟชั่นแบบพอดีตัวลายที่นิยมซื้อ คือเสื้อเปล่า ไม่มีลวดลาย สีขาวและสีดำ เป็นสีที่คนนิยม กลุ่มตัวอย่างยอมจ่ายเงินในการซื้อเสื้อต่อตัวเป็นจำนวนเงิน 200 บาท ส่วนใหญ่นักศึกษาจะซื้อครั้งละ 2 ตัว มีค่าใช้จ่าย 200 บาทในแต่ละครั้ง มีความถี่ในการซื้ออยู่ที่ 1 ครั้ง/สัปดาห์ นักศึกษานิยมไปซื้อเสื้อในห้างสรรพสินค้า และมีลักษณะสถานที่แบบตกแต่งเรียบง่าย มีป้ายราคาทุกชนิดสินค้า

ส่วนที่ 2 ผลการสำรวจทัศนคติของประชาชนที่มีต่อปัจจัยในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็น โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ประเด็น ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านที่ 1.ด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ ความคงทนของสีผ้า สีไม่ตก รองลงมาคือ รูปแบบทรงเสื้อ ประเด็นด้านที่ 2.ด้านราคา โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ ราคาเหมาะสม (ราคาถูก) และ ประเด็นด้านที่ 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ สถานที่จำหน่าย สะอาด โปร่งและปลอดภัย รองลงมา คือ สถานที่จำหน่ายออกแบบสวยงามดึงดูดตา ตามลำดับ และมีรายด้านที่อยู่ในระดับปานกลางอีก 1 ประเด็น คือ ประเด็นด้านที่ 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ การลดราคา รองลงมาคือ การให้ลองสินค้า

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับปัจจัยการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

1. ด้านผลิตภัณฑ์

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

2. ด้านราคา

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

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย อายุ สถานภาพทางเพศ ระดับการศึกษา ชั้นปีการศึกษา

อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วน เพศ และ สถาบันการศึกษา ที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

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

อภิปรายผลการศึกษา

ในการวิเคราะห์ถึงองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ผู้วิจัยจะอภิปรายเปรียบเทียบระหว่างข้อค้นที่ได้จากการศึกษาและองค์ความรู้เดิมจากเนื้อหาบทที่ 2 ดังนี้

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาโดยรวม พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็น โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ประเด็น ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านที่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ ความคงทนของสีผ้า สีไม่ตก รองลงมาคือ รูปแบบทรงเสื้อ ประเด็นด้านที่ 2. ด้านราคา โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ ราคาขอมเยา (ราคาถูก) และ ประเด็นด้านที่ 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ สถานที่จำหน่ายสะอาด โปร่งและปลอดภัย รองลงมา คือ สถานที่จำหน่ายออกแบบสวยงามดึงดูดตา ตามลำดับ และมีรายด้านที่อยู่ในระดับปานกลางอีก 1 ประเด็น คือ ประเด็นด้านที่ 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล มากที่สุด คือ การลดราคา รองลงมาคือ การให้ลองสินค้า

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอีก 3 เรื่อง คือ 1. ผลงานวิจัยของ จันทรเพ็ญ ผิวบาง (2548, หน้า 1) ได้ศึกษาปัจจัยประกอบในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า พิจารณาโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ รูปแบบที่ทันสมัย รูปแบบสวยงาม มีความทนทานของเนื้อผ้า ง่ายต่อการดูแลรักษา สามารถต่อรองได้ มีส่วนลดพิเศษ ทำเลร้านสะดวกต่อการเดินทาง ขายแบบขายตรง ให้บริการต้อนรับอย่างมีมิตรภาพ ลองสวมใส่ได้ ในส่วนของส่วนประสมทางการตลาดปรากฏว่ามีความสัมพันธ์เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าในด้านผลิตภัณฑ์กับช่องทางการจัดจำหน่าย 2.ผลงานวิจัยของ ผลการรณ ไชยพร (2550, หน้า 1) ได้ศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ในห้างดิสเคาท์ส ไตร ใน จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จะเลือกซื้อโดย

คำนึงถึงรูปแบบ ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นพบว่า ให้ความสำคัญมากในเรื่องบุคลิกภาพในการสวมใส่เสื้อผ้า คุณภาพของเสื้อผ้า ราคา รูปแบบสวยงาม สีของเสื้อผ้า รูปแบบทันสมัย ราคาถูกกว่าที่อื่น โปรโมชั่น และความหลากหลายของเสื้อผ้า 3. ผลงานวิจัยของ กรกมล นิลคุปต์ (2552, หน้า 1) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตำบลศรีราชา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านการให้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก

และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยอีก 1 เรื่อง คือ 1.ผลงานวิจัยของ กรกมล นิลคุปต์ (2552, หน้า 1) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคในตำบลศรีราชา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นพบว่า ส่วนใหญ่นิยมไปเลือกซื้อ โดยมีความถี่ต่ำกว่า 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และร้านค้าขายเสื้อผ้าแฟชั่นตามแหล่งจำหน่ายใหญ่ ๆ เช่น ตลาดศรีราชาไนท์ สแควร์ ตลาดนัดจตุจักรชลบุรี จะได้รับความนิยมมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายโดยประมาณ 500 - 1,000 บาท สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านพนักงานมากที่สุดและให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมน้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

จากผลงานวิจัยที่เราพบเห็นผู้ประกอบการ SME เสื้อผ้าจะนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างไร

1. ให้แบบสอบถามใน Appendix
2. ให้จัดทำบรรณานุกรม หรือ ภาพอ้างอิงด้วย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยจากผู้บริโภคที่นอกเหนือจากจังหวัดชลบุรีด้วย เนื่องจากตลาดของเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นตลาดทั่วประเทศ และตลาดในต่างจังหวัดก็มีความสำคัญ ไม่น้อยกว่าตลาดในจังหวัดชลบุรี

2. ควรทำการศึกษาความตั้งใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างในหลายปัจจัยข้างต้น โดยเรียงลำดับความสำคัญจากน้อยไปหามาก เพื่อนำมาใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งอาจเป็นการเพิ่มยอดขายจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ด้วย