

## บทความการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนักศึกษา

ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน

Factors That Affect the Demand for Teenage Fashion Clothing of Undergraduate

Students in Private Universities

ณัฐฐา โทริ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลและระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน 2) เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและทดสอบค่าเอฟ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-23 ปี ชั้นปีที่ 3 งบประมาณในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแต่ละครั้ง 201-500 บาท คุณลักษณะเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อเป็นสินค้าแบรนด์เนมและมีชื่อเสียงเป็นที่นิยม วัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อใช้เอง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ( $\bar{X} = 3.81$ ) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.77$ ) ด้านราคา ( $\bar{X} = 3.71$ ) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.69$ ) ตามลำดับ ส่วนผลการเปรียบเทียบปัจจัยในแต่ละด้าน มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างพบว่า อายุ ต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป ด้านราคา แตกต่างกัน ระดับชั้นปีต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ :** ปัจจัย เสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป นักศึกษาระดับปริญญาตรี

## ABSTRACT

The purposes of this research were. 1) to study the characteristics and level of factors that affect the demand for teenage fashion clothing of undergraduate students in Private Universities. 2.) To study the comparison between factors that affects the demand for teenage fashion clothing based on personal characteristics. The sample used for this research was 400 undergraduate students from Private Universities. The tool used to collect data were questionnaires with a 5 point rating scale. The Statistics used to analyze the data were the Frequency Distribution, Percentage, Average Mean, and the Standard Deviation, the independent t-test, and the one-way analysis of variance (ANOVA) f-test. Whenever a statistically significant difference was found, a Multiple Comparison Test was conducted at the 0.05 level of significance.

The results revealed that most of the respondents were females aged 21-23 years who are in their junior years of university. They have a budget of 201-500 baht for each purchase. The types of cloths they buy are popular brand name clothing, and the purpose of their purchase is for their own personal use. Overall, the factors affected the demand for teenage fashion at a high level ( $\bar{X} = 3.74$ ). When considering each factor separately, it was found that Promotion had the highest level of influence ( $\bar{X} = 3.81$ ), followed by Product ( $\bar{X} = 3.77$ ), Price ( $\bar{X} = 3.71$ ), and Place ( $\bar{X} = 3.69$ ). The comparison between factors based on personal characteristics revealed that difference in age lead to difference in demand in terms of price, and different university years lead to difference in demand in terms of product, at the 0.05 level of significance.

## ภูมิหลัง

เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งเป็นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากทั่วโลก ทำให้เกือบทุกประเทศต้องเปิดรับเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เพื่อพัฒนาประเทศของตนให้ก้าวสู่ความเป็นสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศกำลังพัฒนา ก็พยายามรับเทคโนโลยีจากประเทศที่พัฒนาแล้วเพื่อนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับความต้องการของประเทศตนเอง สิ่งทีหลังไหลเข้ามายังประเทศกำลังพัฒนานั้น ไม่ใช่เพียงแต่เฉพาะเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึง ค่านิยมวัฒนธรรม ความเชื่อ วิธีการดำเนินชีวิตหรือแม้กระทั่งกระแสความนิยมด้านแฟชั่น ก็เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลในการดำเนินชีวิตของผู้คนเช่นกัน ปัจจัยหนึ่งในการรับวัฒนธรรมเหล่านี้เข้ามาคือเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการมองเห็นคุณค่าของตราสินค้า โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งจัดว่าเป็นประเทศกำลังพัฒนา ปัจจุบันมีการเปิดรับข่าวสารและเทคโนโลยีจากต่างประเทศอย่างมาก และผลของการเปิดรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบขึ้น คือพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูปในประเทศ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า น้ำหอม รองเท้า นาฬิกา ฯลฯ ซึ่งสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูปเหล่านั้นมีราคาสูง เพราะ

สินค้าเหล่านั้นขายตราสินค้า ขยายความเชื่อมั่นและคุณภาพของตัวสินค้า ขยายรสนิยมทางสังคม โดยสินค้าดังกล่าวได้ใช้กลยุทธ์ต่างๆในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทั้งด้านของคุณภาพ ดีไซน์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สีสันทัน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึก ภูมิใจ เป็นผู้มีเกียรติทางสังคม มีรสนิยมที่ดี มีคุณค่า เป็นที่ยอมรับในวงสังคมและยังเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับบุคลิกเฉพาะตัวบุคคลอีกด้วย จึงเป็นค่านิยมในการยึดติดกับคำว่า “ แบรินด์เนม ” จนกระทั่งการบริโภคสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูปที่มีแบรินด์เนมเริ่มมีปัญหาในการขยายตัวมากจนทำให้เกิดสภาวะการเสียดุลการค้า นั่นคือการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้า ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้คนไทยแล้วซึ่งไม่สมดุลกัน เพราะส่วนใหญ่มีรายได้ไม่สูงมากนักแต่กลับมีความต้องการซื้อสินค้าแบรินด์เนมอย่างมาก

นอกจากนี้ การที่คนไทยในประเทศได้ให้ความสนใจในการบริโภคสินค้าแฟชั่นสำเร็จรูปแบรินด์เนมจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากนั้น ย่อมเป็นดัชนีประการหนึ่งในการชี้ให้เห็นถึงค่านิยมของคนไทยที่ได้เปลี่ยนไปใช้สินค้านำเข้าจากต่างประเทศแทนการใช้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศเองและผลที่ตามมาอย่างแน่นอนคือการที่ประเทศต้องนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเป็นจำนวนมากและทำให้ประเทศเรามีการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมกรจับจ่ายใช้สอยของวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่มีการใช้จ่ายเงินไปกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมาก เนื่องจากแฟชั่นเป็นสิ่งที่มีระยะเวลาไม่ยาวนานนัก จะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-22 ปีทั่วประเทศ คิดเป็นร้อยละ 30 ของจำนวนประชากรทั้งหมดพบว่าวัยรุ่นเน้นวัตถุนิยมและบริโภคนิยมมากกว่าจิตนิยม ใฝ่หาความรุ่มรวย อยากร่ำรวย และกำลังดำเนินชีวิตไปในวิถีทางของวัฒนธรรมบริโภคนิยม มีการบริโภคแบบฟุ่มเฟือยเกินความจำเป็นเกิดการลอกเลียนวัฒนธรรมการบริโภคของต่างประเทศจนกลายเป็นความฟุ้งเฟ้อนอกจากนี้ในช่วงวัยนี้ เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดมาพร้อมกับกระแสแฟชั่นทางตะวันตก มีสื่อต่างๆ เข้ามาในการรับรู้มากมาย เช่น ทีวีนิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งปากต่อปาก ซึ่งเป็นการค่อยๆ ซึมซับและปลูกฝังค่านิยมและความศรัทธาของการบริโภคสินค้าแบรินด์เนมอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว

ในปัจจุบัน เสื้อผ้าไม่เพียงแต่ตอบสนองปัจจัยพื้นฐานหลักในการดำรงชีวิต แต่เป็นการสะท้อนถึงรสนิยม สไตล์และความทันสมัยของผู้สวมใส่โดยในปัจจุบันมีทางเลือกที่หลากหลายสำหรับผู้บริโภค ทั้งรูปแบบความเหมาะสมกับรูปร่างและบุคลิก โดยผู้สวมใส่สามารถเลือกรูปแบบให้เข้ากับสถานการณ์และสถานที่ต่างๆ ที่จะไปซึ่งหากเลือกได้เหมาะสมแล้ว จะช่วยเสริมสร้างบุคลิกของผู้สวมใส่ให้ดูดีนั่นเอง สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอได้ทำการสำรวจพฤติกรรมและทัศนคติการซื้อเสื้อผ้าของคนไทยช่วง 2560พบว่าส่วนใหญ่คนไทยมักเลือกซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าจำพวกแผงลอยหรือตลาดนัดมากถึง 51% รองลงมาเป็นการเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้า 24% และที่น่าสนใจคือคนไทยเลือกซื้อเสื้อผ้าจากร้านที่มีแบรินด์และสาขาอยู่ในห้างเพียง 2% ส่วนร้านที่มีแบรินด์และสาขาอยู่นอกห้าง ได้รับความสนใจเพียง 1% เท่านั้น ผลสำรวจยังพบว่าคนไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับเนื้อผ้ามากนัก และนิยมซื้อตามแฟชั่นมากกว่าความสะดวกสบายในการสวมใส่ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2560) ซึ่งเป็นการบ่งชี้ได้ว่า กระแสความนิยมและพฤติกรรมกรซื้อเสื้อผ้าของคนไทยนั้น มีแนวโน้มที่จะใช้สินค้าที่มีราคาถูกลงและค่านิยมของการซื้อ แบรินด์เนมค่อยๆ ลดลงอย่างเห็นได้ชัด สืบเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยลง ข้าวของเครื่องใช้ทุกอย่างแพงขึ้น อัตราค่าเงินเฟ้อสูงถึง 2.4% ต่อปีซึ่งเป็นปรากฏการณ์

สูงสุดในรอบ 3 ปี ทำให้คนไทยเริ่มหันมาประหยัดในสิ่งที่ไม่จำเป็นมากขึ้นทำให้ผู้จำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมถึงกับขาดทุนในพิษเศรษฐกิจที่ผู้บริโภคหยุดการใช้จ่ายซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย จึงมีนโยบายการลดราคาสินค้าอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามภาครัฐมีการนำเสนอให้มีการลดภาษีสินค้าแบรนด์เนมจากเดิมประมาณ ร้อยละ 25-30 ให้เหลือเพียงร้อยละ 0 เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น และตั้งเป้าให้ประเทศไทยเป็น “ ช้อปปิ้งพาราไดซ์ ” เพื่อหวังสร้างรายได้ และเพิ่มอัตราการนักท่องเที่ยว ทางภาครัฐก็ให้ความสำคัญมากเช่นกัน โดยมี การสนับสนุนโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นเพื่อสร้างตราสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลอย่าง ยั่งยืน (ผู้จัดการรายวัน, 2560)

ด้วยสาเหตุดังกล่าวมาแล้ว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปของวัยรุ่นนัศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนโดยมุ่งเน้นสินค้าซึ่งมีราคาไม่แพงมาก ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นสามารถที่จะซื้อได้ เนื่องจากผู้วิจัยเล็งเห็นว่า หากสามารถทราบถึงความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปของวัยรุ่นแล้ว จะได้นำผลวิจัยนี้มาเป็นแนวทางในการปรับใช้ในธุรกิจร้านเสื้อผ้าว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไรและนำมาปรับใช้ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายนั้นคือวัยรุ่นชาย-หญิง ซึ่งเป็นวัยรุ่นในตอนกลางและตอนปลายซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดเป็นของตัวเองและรักการแสดงออก และเป็นกลุ่มที่สนใจสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปอย่างมาก

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลและระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนัศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนัศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1. ประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 3,023 คน (ข้อมูล ณ 30 มกราคม 2561: ฝ่ายทะเบียนและวัดผล)

#### 2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยโดยใช้สูตรคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973, หน้า 727) รวมกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 353 คน

## สรุปผล

### ข้อมูลส่วนทั่วไป

จากผลของการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-23 ปี ชั้นปีที่ 3 งบประมาณในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแต่ละครั้ง 201-500 บาท คุณลักษณะเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อเป็นสินค้าแบรนด์เนมมีชื่อเสียงเป็นที่นิยมวัสดุประสงคในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อใช้เอง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนัศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ( $\bar{X} = 3.81$ ) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.77$ ) ด้านราคา ( $\bar{X} = 3.71$ ) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.69$ ) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนัศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน จำแนกตามรายด้านดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนัศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตราสินค้าเป็นที่นิยมในตลาด ( $\bar{X} = 4.02$ ) เสื้อผ้ามีสีสันรูปลักษณ์ภายนอกสวยงาม ( $\bar{X} = 3.79$ ) เสื้อผ้าสำเร็จรูปมีความหลากหลายทั้งรูปแบบและไซส์ของเสื้อผ้าให้เลือก ( $\bar{X} = 3.77$ ) มีมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้า ( $\bar{X} = 3.67$ ) ความคงทนของเสื้อผ้าสำเร็จรูป ( $\bar{X} = 3.58$ ) อยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ

2. ด้านราคาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนัศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีราคาของเสื้อผ้าหลายระดับให้เลือก ( $\bar{X} = 3.84$ ) ราคาเท่ากันหรือใกล้เคียงกันกับร้านอื่นๆ ในตลาด ( $\bar{X} = 3.75$ ) ราคาสามารถต่อรองได้ ( $\bar{X} = 3.73$ ) กำหนดราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเสื้อผ้า ( $\bar{X} = 3.64$ ) แสดงราคาของสินค้าแต่ละชนิดอย่างชัดเจน ( $\bar{X} = 3.58$ ) ตามลำดับ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนัศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ที่ตั้งร้านสะดวกต่อการมาใช้บริการ ( $\bar{X} = 3.77$ ) อากาศในร้านถ่ายเทสะดวก ( $\bar{X} = 3.73$ ) มีการจัดโชว์เสื้อผ้าเด่นชัดและสะดุดตา ( $\bar{X} = 3.68$ ) ทางเดินเข้า-ออกสะดวกสบาย ( $\bar{X} = 3.68$ ) ลักษณะการจัดร้านค้าน่าสนใจ ( $\bar{X} = 3.66$ ) มีการแยกชนิดประเภทของเสื้อผ้าชัดเจน ( $\bar{X} = 3.61$ ) ตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาดพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนัศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยรวมอยู่ใน

ระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เจ้าของหรือพนักงานขายบริการด้วยความสุภาพพูดจาไพเราะ ( $\bar{X} = 3.87$ ) ให้ส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก ( $\bar{X} = 3.83$ ) เจ้าของหรือพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป ( $\bar{X} = 3.82$ ) เจ้าของหรือพนักงานแนะนำสินค้าที่กำลังได้รับความนิยม ( $\bar{X} = 3.80$ ) เจ้าของหรือพนักงานขายมีความกระตือรือร้น ( $\bar{X} = 3.72$ ) ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 ทดสอบสมมติฐาน

1. จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเพศต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน
2. จำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เพื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อายุต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูป ด้านราคา ต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. จำแนกตามระดับชั้นปี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับชั้นปีต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างระดับชั้นปีต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. จำแนกตามงบประมาณในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแต่ละครั้งพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีงบประมาณในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแต่ละครั้งต่างกันมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน
5. จำแนกตามคุณลักษณะของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่นักศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกคุณลักษณะของเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน
6. จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปต่างกันมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

### อภิปรายผล

จากข้อมูลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลของการวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-23 ปี ชั้นปีที่ 3 งบประมาณในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแต่ละครั้ง 201-500 บาท คุณลักษณะเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อเป็นสินค้าแบรนด์เนม มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมวัตถุประสงค์ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อใช้เอง ส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริมทางการตลาด รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับผลการเปรียบเทียบปัจจัยในแต่ละด้านมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับ

วัยรุ่นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่างพบว่า อายุต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปด้านราคา แตกต่างกันระดับชั้นปีต่างกันส่งผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิการดา ปกปิงเมือง (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่าง 390 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 301-600 บาทต่อเดือน ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีราคา 101-200 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่ประเภทของเสื้อผ้าที่เลือกซื้อ ได้แก่ เสื้อยืด เสื้อเชิ้ตและ เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีสีขาวยาวและสีดำมากกว่าสีอื่นๆ และซื้อโดยไม่ทราขชนิดของผ้า การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเพื่อใช้เอง ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และในวันที่ว่างและสะดวก ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ย ครั้งต่อเดือน เฉลี่ยขึ้นต่อครั้งเหตุผลในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง คือ ซื้อตามความชอบและรสนิยม และเหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชั้นคือ แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อันดับ ด้านราคา คือ สามารถต่อรองราคาได้ ราคาถูกและมีป้ายราคาบอกชัดเจน ด้านผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบสวยงาม ใช้ได้หลายโอกาส และมีสีสันทสวยงาม ด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายหาง่าย สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง และสถานที่จัดจำหน่ายมีที่จอดรถ และด้านการส่งเสริมทางการตลาดคือ พนักงานอัยาศัยดีการพูดจาสุภาพนอบน้อมและ สินค้าราคาเหมาะสมกับคุณภาพและมีบริการเปลี่ยน/คืนเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อมีปัญหา

### ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปสำหรับวัยรุ่นนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ควรปรับปรุงพัฒนาเกี่ยวกับความคงทนของเสื้อผ้าสำเร็จรูป
2. ด้านราคาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ควรปรับปรุงพัฒนาเกี่ยวกับการแสดงราคาของสินค้าแต่ละชนิดอย่างชัดเจน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ควรปรับปรุงพัฒนาเกี่ยวกับเรื่องการแยกชนิดประเภทของเสื้อผ้าชัดเจน
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ควรปรับปรุงพัฒนาเกี่ยวกับการขายเสื้อผ้าสำเร็จรูปเจ้าของหรือพนักงานต้องมีความกระตือรือร้นในการขายมากกว่านี้

### สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอให้มีการสอบถาม ความคิดเห็นของนักศึกษาและพฤติกรรม เพิ่มเติมในแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อคิดเห็นมาใช้ในการกำหนดแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและใช้ในการปรับปรุงเกี่ยวกับอิทธิพลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จรูปในด้านต่างๆ ต่อไป