

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามสอบถามจากนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่กำลังศึกษาอยู่ในกลุ่มสาขาวิชา 3 กลุ่มสาขาวิชา ได้แก่ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ และกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 390 คน โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา ตามสัดส่วนของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม และประมวลผลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศหญิงจำนวน 390 ราย โดยแบ่งเป็นนักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร้อยละ 28.97 นักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ร้อยละ 30.77 และนักศึกษากลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ร้อยละ 40.26 มีรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง 3,001 – 4,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 301 – 600 บาทต่อเดือน มากที่สุด ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีราคา 101 – 200 บาทต่อชิ้น มากที่สุด ประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อส่วนใหญ่ ได้แก่ เสื้อยืดที่เชิด/เสื้อยืด ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ไม่ทราบชนิดของผ้า และส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีสีขาวและสีดำมากกว่าสีอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นจากการเดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง ส่วนใหญ่มีบุคคลที่ให้คำปรึกษาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นและไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยคือ เพื่อน และมีการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยตนเอง ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และในวันที่ว่าง/สะดวก ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน

เฉลี่ย 2 ชั้นต่อครั้ง มากที่สุด เหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง คือซื้อตามความชอบ และรสนิยม และเหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชั้น คือ แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ ส่วนใหญ่เคยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ) เช่นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า เช่นทรัลกาสด่วนแก้ว ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นทั่วไป ถนนคนเดิน (ท่าแพ) แต่ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดที่ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ) ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีตราสินค้าของประเทศไทย และเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่ทราบว่าเป็นตราสินค้าของประเทศใดหรือไม่มีตราสินค้า โดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้าในการซื้อ มีการตัดสินใจซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจมากที่สุด และเมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อมาสวมได้ในครั้งแรกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้สึกพอใจ/ชอบ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2.1 พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

ตารางที่ 74 สรุปพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่	กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน		
	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	วิทยาศาสตร์สุขภาพ	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	301 – 600 บาทต่อเดือน	301 – 600 บาทต่อเดือน	301 – 600 บาทต่อเดือน
ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อชิ้น	101 – 200 บาทต่อชิ้น	101 – 200 บาทต่อชิ้น	101 – 200 บาทต่อชิ้น
ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด	เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด	เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด
ชนิดเนื้อผ้าที่นิยมเลือกซื้อ	ไม่ทราบชนิดของผ้า	ไม่ทราบชนิดของผ้า	ไม่ทราบชนิดของผ้า
สีของเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อเป็นประจำ	สีขาว	สีขาว	สีขาว
แหล่งของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น	เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง	เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง	เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง
บุคคลที่ให้คำปรึกษาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เพื่อน	เพื่อน	เพื่อน
บุคคลที่ไปช่วยเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เพื่อน	เพื่อน	เพื่อน
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมากที่สุด	ไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพล(ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง)	เพื่อน	ไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพล(ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง)

ตารางที่ 74 สรุปพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน (ต่อ)

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่	กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน		
	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	วิทยาศาสตร์สุขภาพ	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ช่วงเวลาของเดือนที่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	วันหยุดสุดสัปดาห์	วันหยุดสุดสัปดาห์	วันหยุดสุดสัปดาห์
วันที่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	วันว่าง/สะดวก	วันว่าง/สะดวก	วันว่าง/สะดวก
จำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน
จำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง	2 ชิ้นต่อครั้ง	2 ชิ้นต่อครั้ง	2 ชิ้นต่อครั้ง
เหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง	ซื้อตามความชอบและรสนิยม	ซื้อตามความชอบและรสนิยม	ซื้อตามความชอบและรสนิยม
เหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น	แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ	แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ	แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ
สถานที่ที่เคยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ)
สถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ)
ประเทศที่เป็นเจ้าของตราสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อ	ประเทศไทย	ประเทศไทย	ประเทศไทย
การวางแผนในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า	ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า	ไม่มีการวางแผนล่วงหน้า

ตารางที่ 74 สรุปพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน (ต่อ)

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่	กลุ่มสาขาวิชาที่เรียน		
	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	วิทยาศาสตร์สุขภาพ	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เทียบราคากับร้านอื่นก่อนตัดสินใจ	ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจ	ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ ถูกใจ
ความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นมาสวมใส่ในครั้งแรก	พอใจ/ชอบ	พอใจ/ชอบ	พอใจ/ชอบ

ส่วนที่ 2.2 พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง

ตารางที่ 75 สรุปพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับ
ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้า แฟชั่นของนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่	รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง (บาท)				
	น้อยกว่า 3,000	3,001 – 4,000	4,001 – 5,000	5,001 – 6,000	มากกว่า 6,001
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	น้อยกว่า 300 บาท ต่อเดือน	301 – 600 บาทต่อ เดือน	301 – 600 บาทต่อ เดือน	301 – 600 บาทต่อ เดือน	301 – 600 บาทต่อ เดือน
ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อ ชิ้น	101 – 200 บาทต่อชิ้น	101 – 200 บาทต่อชิ้น	201 – 300 บาทต่อชิ้น	201 – 300 บาทต่อชิ้น	201 – 300 บาทต่อชิ้น
ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น	เสื้อยืดที่ เชิ้ต/เสื้อยืด	เสื้อยืดที่ เชิ้ต/เสื้อยืด	เสื้อยืดที่ เชิ้ต/เสื้อยืด	เสื้อยืดที่ เชิ้ต/เสื้อยืด	เสื้อยืดที่ เชิ้ต/เสื้อยืด
ชนิดเนื้อผ้าที่นิยมเลือกซื้อ	ไม่ทราบ ชนิดของผ้า	ไม่ทราบ ชนิดของผ้า	ไม่ทราบ ชนิดของผ้า	ไม่ทราบ ชนิดของผ้า	ไม่ทราบ ชนิดของผ้า
สีของเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อ เป็นประจำ	สีขาว	สีขาว	สีขาว	สีขาว	สีขาว
แหล่งของข้อมูลข่าวสารที่ ได้รับเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น	เดินดูตาม ร้านขาย เสื้อผ้าเอง	เดินดูตาม ร้านขาย เสื้อผ้าเอง	เดินดูตาม ร้านขาย เสื้อผ้าเอง	เดินดูตาม ร้านขาย เสื้อผ้าเอง	เดินดูตาม ร้านขาย เสื้อผ้าเอง
บุคคลที่ให้คำปรึกษาในการ เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เพื่อน	เพื่อน	เพื่อน	เพื่อน	เพื่อน

ตารางที่ 75 สรุปพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง (ต่อ)

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่	รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง (บาท)				
	น้อยกว่า 3,000	3,001 – 4,000	4,001 – 5,000	5,001 – 6,000	มากกว่า 6,001
บุคคลที่ไปช่วยเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เพื่อน	เพื่อน	เพื่อน	เพื่อน	เพื่อน
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมากที่สุด	ไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพล (ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง)	ไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพล (ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง)	ไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพล (ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง)	เพื่อน	ไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพล (ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง)
ช่วงเวลาของเดือนที่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	วันหยุดสุดสัปดาห์	วันหยุดสุดสัปดาห์	วันหยุดสุดสัปดาห์	วันหยุดสุดสัปดาห์	วันหยุดสุดสัปดาห์
วันที่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	วันที่ว่าง/สะดวก	วันที่ว่าง/สะดวก	วันที่ว่าง/สะดวก	วันที่ว่าง/สะดวก	วันที่ว่าง/สะดวก
จำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือน	1 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน
จำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง	1 ชิ้นต่อครั้ง	2 ชิ้นต่อครั้ง	2 ชิ้นต่อครั้ง	2 ชิ้นต่อครั้ง	2 ชิ้นต่อครั้ง
เหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง	ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส	ซื้อตามความชอบและรสนิยม	ซื้อตามความชอบและรสนิยม	ซื้อตามความชอบและรสนิยม	ซื้อตามความชอบและรสนิยม

ตารางที่ 75 สรุปพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง (ต่อ)

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่	รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง (บาท)				
	น้อยกว่า 3,000	3,001 – 4,000	4,001 – 5,000	5,001 – 6,000	มากกว่า 6,001
เหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น	ราคาถูก/มีการลดราคา	แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ	แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ	แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ	แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ
สถานที่ที่เคยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ)
สถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	-ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ) -ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นของตราสินค้าต่างๆ -ร้านเสื้อผ้ามือสอง -ตลาด -ไวรัส	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ)	ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (หน้ามอ)

ตารางที่ 75 สรุปพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง (ต่อ)

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่	รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง (บาท)				
	น้อยกว่า 3,000	3,001 – 4,000	4,001 – 5,000	5,001 – 6,000	มากกว่า 6,001
ประเทศที่เป็นเจ้าของตราสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อ	ประเทศ ไทย	ประเทศ ไทย	ประเทศ ไทย	ประเทศ ไทย	-ประเทศ ไทย -ไม่ทราบว่าเป็นตราสินค้าประเทศใด
การวางแผนในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ไม่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า	ไม่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า	ไม่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า	ไม่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า	ไม่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า
การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เทียบราคากับร้านอื่นก่อนซื้อ	เทียบราคากับร้านอื่นก่อนซื้อ	ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ ถูกใจ	ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ ถูกใจ	ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ ถูกใจ
ความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นมาสวมใส่ในครั้งแรก	พอใจ/ชอบ	พอใจ/ชอบ	พอใจ/ชอบ	พอใจ/ชอบ	พอใจ/ชอบ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยย่อยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของ
นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3 อันดับแรก

ตารางที่ 76 แสดงปัจจัยย่อยในปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
ของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 3 อันดับแรก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	- รูปแบบสวยงาม - ใช้ได้หลายโอกาส - สีทันสมัย
ด้านราคา	4.02 (มาก)	- สามารถต่อรองราคาได้ - ราคาถูก - มีป้ายราคาบอกชัดเจน
ด้านการจัดจำหน่าย	3.70 (มาก)	- สถานที่จำหน่ายหาง่าย - สถานที่จำหน่ายสะดวกในการเดินทาง - สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.66 (มาก)	- พนักงานขายมีอัธยาศัย การพูดจาดี - สินค้าลดราคา - มีบริการเปลี่ยน/คืนเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อมีปัญหา

อภิปรายผล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยศึกษาตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6W's 1H และทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

จากคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W's 1H สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้มีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง 3,001 – 4,000 บาท ต่อเดือนมากที่สุด ส่วนใหญ่ไม่มีรายได้พิเศษจากแหล่งอื่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของเสาวลักษณ์ คงกาญจนาย (2543) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวัยรุ่นตอนปลายในสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตโชติเวช ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่ได้รับเงินจากผู้ปกครอง 1,000 - 3,000 บาท ซึ่งอาจมีเหตุเนื่องมาจากค่าครองชีพที่สูงขึ้นตามระยะเวลา ทำให้นักศึกษาได้รับเงินจากผู้ปกครองมากขึ้น

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อมากที่สุด ได้แก่ เสื้อยืดที่เข็ด/เสื้อยืด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวัยรุ่นตอนปลายในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อเสื้อยืด มากที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาของ เสาวลักษณ์ คงกาญจนาย (2543) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายนิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ประเภทเสื้อยืด มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเสื้อยืดสามารถสวมใส่ได้ง่าย สวมใส่ได้แทบทุกโอกาส นอกจากนี้จากการศึกษายังพบอีกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีสีขาวมากกว่า สีอื่นๆ แต่มักซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ไม่ทราบชนิดของผ้า ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีตราสินค้าของประเทศไทยและเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่ทราบว่าเป็นตราสินค้าของประเทศใด

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง คือ ซื้อตามความชอบและรสนิยม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายมีการเลือกแบบเสื้อเลือกตามความชอบและรสนิยมของตนเอง ซึ่งพิจารณาตามความเหมาะสมกับรูปร่าง และสอดคล้องกับการศึกษาของ เสาวลักษณ์ คงกาญจนาย (2543) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายเลือกแบบเสื้อเลือกตามความชอบและรสนิยมของตนเอง และจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น คือ แบบเสื้อแฟชั่นถูกใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เสาวลักษณ์ คงกาญจนาย (2543) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายเลือกซื้อเสื้อผ้าจะซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อแบบถูกใจ และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ บุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายจะพิจารณาตามความเหมาะสมกับรูปร่าง อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งถือเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย ที่ผ่านการพัฒนาการทางจิตใจ ซึ่งวัยรุ่นนี้มีความสามารถในการรับรู้ตนเอง จนเกิดเอกลักษณ์ (identity) วัยรุ่นจะเริ่มแสดงออกถึงสิ่งตนเองชอบ สิ่งที่ตนเองถนัด ซึ่งจะแสดงถึงความเป็นตัวตนของเขาที่โดดเด่น จนสิ่งเหล่านี้กลายเป็นเอกลักษณ์ของตน ซึ่งรวมถึงเอกลักษณ์ด้านการแต่งกายด้วย (พนม เกตุมาน, 2550 : ออนไลน์)

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า บุคคลที่ให้คำปรึกษาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น และบุคคลที่ไปช่วยเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายมักชวนเพื่อนไปซื้อเสื้อผ้า และขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการเลือกซื้อ และสอดคล้องกับการศึกษาของ เสาวลักษณ์ คงกาญจนาย (2543) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายจะปรึกษาและเลือกซื้อเสื้อผ้ากับเพื่อน แต่จากผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ในท้ายที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามกลับมีการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยตนเอง โดยไม่มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย เป็นวัยที่มีการพัฒนาการทางสังคม และพยายามจะออกจากความปกครองของผู้ใหญ่ ไปสนิทสนมกับกลุ่มเพื่อน และใช้เวลากับเพื่อนมาก เพื่อต้องการให้เพื่อนยอมรับเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม โดยจะเลือกคบคนที่มีส่วนคล้ายคลึงกัน หรือเข้ากันได้ และจะเกิดการเรียนรู้และถ่ายทอดแบบอย่างจากกลุ่มเพื่อนนี้เอง (พนม เกตุมาน, 2550 : ออนไลน์) ดังนั้น การเลือกเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การดำเนินชีวิตประจำวัน การใช้จ่ายเงิน จึงมีเพื่อนเป็นบุคคลสำคัญในการตัดสินใจ แต่ยังคงไม่ละทิ้งเอกลักษณ์ของตนเอง

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (วันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์) และในวันที่ว่าง/สะดวก

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ) เช่น ทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า เช่น ทรัลกาดสวนแก้ว ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นทั่วไป ถนนคนเดิน (ท่าแพ) แต่ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ) บ่อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของบุญนาค ภัทรพงค์มณี (2537) ที่พบว่าวัยรุ่นตอนปลายในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ นิยมไปซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ห้างสรรพสินค้า

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 301 – 600 บาทต่อเดือน มากที่สุด โดยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีราคา 101 – 200 บาทต่อชิ้น มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเสาวลักษณ์ คงคาอุยฉาย (2543) ที่พบว่า ราคาเสื้อ กระโปรงและกางเกงที่วัยรุ่นตอนปลายพอใจซื้อ คือ 100-200 บาท ทั้งนี้เพราะผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มนักศึกษาที่ส่วนใหญ่ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ยังต้องรับเงินจากผู้ปกครองเป็นรายเดือน จึงไม่สามารถซื้อเสื้อผ้าที่ราคาแพงมากได้

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นจากการเดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง รองลงมาคือนิตยสารแฟชั่น และเพื่อน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ บุญนาค ภัทรพงค์มณี (2537) ที่พบว่าวัยรุ่นตอนปลายส่วนใหญ่มีเพื่อนบ้านเป็นแหล่งข้อมูล ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของเสาวลักษณ์ คงคาอุยฉาย (2543) ที่พบว่าวัยรุ่นตอนปลายมีเพื่อนเป็นแหล่งข้อมูลทางด้านแฟชั่น และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของสุนทร สุราษฎร์กุล (2539) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่น : ศึกษากรณีนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2538 ที่พบว่า สื่อสารมวลชน เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบที่มีผลกระทบและมีความสัมพันธ์ต่อการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของวัยรุ่น โดยสื่อสารมวลชนที่มีผลกระทบต่อการใช้ซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายมากที่สุดได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และนิตยสาร/วารสาร

จากการศึกษาคั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นประมาณปีละ 24 ครั้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของบุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของเสาวลักษณ์ คงกาญจนาย (2543) ที่พบว่า ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปปีละ 6-10 ครั้ง จากการศึกษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยครั้งละ 2 ชิ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของบุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) และสอดคล้องกับการศึกษาของเสาวลักษณ์ คงกาญจนาย (2543) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปครั้งละ 1-2 ตัว

จากการศึกษาคั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีตราสินค้าของประเทศไทย โดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้าในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของบุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) และไม่สอดคล้องกับการศึกษาของเสาวลักษณ์ คงกาญจนาย (2543) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายมีการวางแผนการซื้อเป็นบางครั้ง

จากการศึกษาคั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเสาวลักษณ์ คงกาญจนาย (2543) ที่พบว่า การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป วัยรุ่นตอนปลายจะซื้อทันทีที่ที่ถูกใจ แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของบุญนาค ภัทรพงศ์มณี (2537) ที่พบว่า วัยรุ่นตอนปลายมีการตัดสินใจซื้อ โดยจะเปรียบเทียบราคา ก่อน อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีการรับรู้ iveau ต่อสื่อกระแสต่างๆ และถูกชักจูงได้ง่าย ดังนั้น เมื่อพบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจ หากได้รับการชักจูงจากเพื่อนฝูงหรือพนักงานขาย จะทำให้ตัดสินใจซื้อได้โดยง่าย โดยไม่ได้วางแผนการซื้อไว้ล่วงหน้า นอกจากนี้ กลุ่มวัยรุ่นเป็นวัยที่ยังไม่ต้องหาเงินใช้เอง จึงยังไม่สามารถตระหนักถึงคุณค่าของเงินมากนัก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาคั้งนี้พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ รูปแบบสวยงาม รองลงมา คือ ใช้ได้หลายโอกาส และ สีทันสมัยสวยงาม โดยปัจจัย รูปแบบสวยงาม สอดคล้องกับการศึกษาของ จันท์เพ็ญ ผิวบาง (2548) ที่ศึกษาเรื่อง ศึกษาเรื่องปัจจัยประกอบในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีรูปแบบสวยงาม ซึ่งอาจเนื่องมาจาก วัยรุ่นในปัจจุบันให้ความสำคัญต่อรูปลักษณ์ภายนอก

ต้องการคู่มือและทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อได้รับการยอมรับจากผู้อื่นทั้งจากสังคม หมู่เพื่อน และเพศตรงข้าม

ด้านราคา จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถต่อรองราคาได้ รองลงมา คือ ราคาถูก และมีป้ายราคาบอกชัดเจน ซึ่งปัจจัย สามารถต่อรองราคาได้ สอดคล้องกับการศึกษาของจันทร์เพ็ญ ผิวบาง (2548) ที่พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านราคาในกลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การต่อรองราคา ซึ่งอาจเนื่องมาจากการตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ดังนั้น การที่สินค้าสามารถต่อรองราคาได้ ย่อมทำให้เกิดความรู้สึกว่า สามารถประหยัดเงินได้หลายบาท และได้รับความรู้สึกว่าได้ของราคาถูก

ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สถานที่จำหน่ายหาง่าย รองลงมา คือ สถานที่จำหน่ายสะดวกในการเดินทาง และสถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถ ซึ่งปัจจัย สถานที่จำหน่ายสะดวกในการเดินทาง สอดคล้องกับการศึกษาของจันทร์เพ็ญ ผิวบาง (2548) ที่พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ทำเลร้านสะดวกต่อการเดินทาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายมีอัธยาศัย การพูดจาดี รองลงมา คือ สินค้าลดราคา และมีบริการเปลี่ยน/คืนเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อมีปัญหา เป็นไปในทิศทางเดียวกับกับการศึกษาของจันทร์เพ็ญ ผิวบาง (2548) ที่พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษาให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การบริการต้อนรับอย่างมีมิตรภาพ อาจเนื่องมาจาก โดยทั่วไปแล้วเสื้อผ้าแฟชั่นของแต่ละร้านไม่มีความแตกต่างกันมากนัก เพราะย่อมเป็นไปตามกระแสแฟชั่นขณะนั้นๆ แต่สิ่งที่จะสามารถดึงดูดใจลูกค้าได้ นอกจากรูปแบบของเสื้อผ้าแฟชั่นแล้ว น่าจะมาจากบริการของพนักงาน หากพนักงานขายมีพนักงานขายมีอัธยาศัย การพูดจาดี จะสามารถสร้างความคุ้นเคยกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าติดใจ และสามารถผูกใจลูกค้าจนเป็นลูกค้าประจำได้ในที่สุด

ข้อค้นพบ

จากการศึกษา พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีข้อค้นพบ ดังนี้

1. นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสวมใส่ โดยไม่ทราบชนิดของเนื้อผ้า และ ไม่คำนึงถึงตราสินค้า แต่จะเน้นที่รูปแบบสวยงาม ถูกใจ
2. นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรีมีเพื่อนเป็นบุคคลที่ทำให้คำปรึกษาและไปช่วยเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น แต่ท้ายที่สุดจะมีการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วยตนเอง
3. นักศึกษาหญิงทั้งสามกลุ่มสาขาวิชา อันได้แก่ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ นักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และนักศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นโดยรวมมีความคล้ายคลึงกัน อาจเนื่องมาจาก ถึงแม้กลุ่มสาขาวิชาที่เรียนจะมีความแตกต่างกัน แต่นักศึกษาทุกกลุ่มสาขาวิชาที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุใกล้เคียงกัน พัฒนาการทางร่างกาย จิตใจ สังคม มีความใกล้เคียงกัน ทำให้พฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยรวมไม่แตกต่างกัน
4. นักศึกษาหญิงกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มีเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น คือ แบบเสื้อผ้าแฟชั่น รองลงมา คือ เหมาะสมกับรูปร่าง และ ลวดลายสีสันทุกใจ นักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ที่น่าจะมีลักษณะการแต่งกายที่สุขภาพ เน้นการสวมใส่สบาย ความคล่องตัวในการสวมใส่มากกว่าเน้นด้านแฟชั่น กลับไม่มีเหตุผลด้านการสวมใส่สบายเลยในสามลำดับแรกเลย ต่างจากอีกสองกลุ่มสาขาวิชา คือกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและนักศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่มีเหตุผลด้าน สวมใส่สบาย อยู่ในเหตุผลสามลำดับแรก ซึ่งอาจเนื่องมาจาก ลักษณะการเรียนที่เคร่งเครียด และในเวลาเรียนก็มีการกำหนดรูปแบบที่ค่อนข้างเคร่งครัด เมื่อซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ใช้สวมใส่นอกเวลาเรียนจึงเน้นด้านรูปแบบและลวดลายสีสันทุกใจ เพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการเรียน
5. นักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ และนักศึกษากลุ่มสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ตัดสินใจซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจ ในขณะที่ นักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีการเทียบราคากับร้านอื่นก่อนตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ทั้งๆที่นักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพน่าจะมีการตัดสินใจเหมือนกับนักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เนื่องจากเป็นสาขาวิชาใกล้เคียงกัน มีการสอนที่เน้นการตัดสินใจแบบวิทยาศาสตร์ อาจเนื่องมาจาก นักศึกษากลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพมีเวลาในการซื้อเสื้อผ้าน้อย เพราะเวลาในการเรียน เข้าแล็บ หรือ ขึ้นเวร มักไม่เป็นเวลาจึงทำให้ตัดสินใจซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจ

6. นักศึกษาหญิงกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครองมากกว่า 3,001 บาท และนักศึกษาที่ได้รับจากผู้ปกครองน้อยกว่า 3,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่แตกต่างกันดังตารางที่ 77

ตารางที่ 77 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระหว่างนักศึกษามีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองน้อยกว่า 3,000 บาท ต่อเดือน และนักศึกษามีรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองมากกว่า 3,001 บาทต่อเดือน

พฤติกรรมกรซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของ นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครอง (บาท)	
	น้อยกว่า 3,000	มากกว่า 3,001
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ใช้ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	น้อยกว่า 300 บาทต่อเดือน	301 – 600 บาทต่อเดือน
ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อชิ้น	101 – 200 บาทต่อชิ้น	201 – 300 บาทต่อชิ้น
จำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือน	1 ครั้งต่อเดือน	2 ครั้งต่อเดือน
จำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง	1 ชิ้นต่อครั้ง	2 ชิ้นต่อครั้ง
เหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในแต่ละครั้ง	ซื้อตามความจำเป็น/ โอกาส	ซื้อตามความชอบและ รสนิยม
เหตุผลที่เลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น	ราคาถูก/มีการลดราคา	แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ
สถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	-ตลาดนัดหน้า มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ) -ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่น ของตราสินค้าอื่นๆ -ร้านขายเสื้อผ้ามือสอง -ตลาดวโรรส	ตลาดนัดหน้า มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ)
การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เทียบราคากับร้านอื่น ก่อนซื้อ	ซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้า แฟชั่นที่ถูกใจ

7. การจัดแสดงหน้าร้านที่สวยงาม และบรรยากาศภายในร้าน (แสง สี เสียงเพลง) มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในระดับปานกลาง ทั้งๆที่น่าจะมียุทธศิลป์ในระดับมาก อาจเนื่องมาจากนักศึกษาอาจกลัวว่าร้านที่มีการตกแต่งหน้าร้านอย่างสวยงามนั้น สินค้าภายในร้านอาจมีราคาแพง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นควรมานำเสนอปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ รูปแบบสวยงาม รองลงมาคือ ใช้ได้หลายโอกาส และสีทันสมัย

ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นควรมุ่งเน้นที่เสื้อผ้าแฟชั่นประเภทเสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืดกางเกงขาสั้น และกางเกงขาสั้น/กางเกงบูติก ที่มีสีขาวย สีดำ หรือสีอื่นๆตามแนวแฟชั่นขณะนั้นเป็นหลัก โดยเน้นด้านรูปแบบสวยงามหรือรูปแบบที่เป็นที่นิยมในขณะนั้นซึ่งสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารด้านแฟชั่นจากนิตยสารแฟชั่น อินเทอร์เน็ต ซึ่งโดยส่วนใหญ่รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่นิยมมักมาจากการแต่งตัวของดารา ศิลปิน

ควรมีการเปลี่ยนหมุนเวียน/ผลัดเปลี่ยนสินค้าใหม่ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยเฉพาะในวันศุกร์ เสาร์และอาทิตย์ และช่วงต้นเดือนซึ่งเป็นช่วงที่ลูกค้าใช้เวลาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สามารถต่อรองราคาได้ รองลงมา คือ ราคาถูก และมีป้ายราคาบอกชัดเจน

จากผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นส่วนมากไม่เกิน 600 บาทต่อเดือน ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นราคาไม่เกิน 300 บาทต่อชิ้น คิดเป็นร้อยละ 77.43 ซึ่งนิยมซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีราคา 101 – 200 บาทต่อชิ้น ถึงร้อยละ 42.05 และ 201 – 300 บาทต่อชิ้น ร้อยละ 35.38 และซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ย 1-2 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 85.90 ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ควรให้ความสำคัญในการกำหนดราคา ควรนำสินค้าที่มีราคาต้นทุนที่สามารถคำนวณ

ราคาขายเสื้อผ้าแฟชั่นให้ไม่เกินราคาชิ้นละ 300 บาท โดยเน้นขายเสื้อผ้าแฟชั่นราคา 101 – 200 บาท เป็นหลัก และรองลงมา คือ 201 – 300 บาท เพื่อจูงใจผู้ซื้อ

ควรมีการติดป้ายราคาแสดงราคาสินค้าเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าไม่มีการโกงราคา รวมทั้งควรมีการใช้กลยุทธ์ตั้งราคาเพื่อไว้เล็กน้อยจากราคาที่ต้องการขายจริงเพื่อให้กลุ่มลูกค้าที่เป็นวัยรุ่นได้มีการต่อรองราคาเพื่อให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจเมื่อต่อรองราคาสินค้าได้ตามต้องการ เป็นการกระตุ้นการขายได้อีกวิธี เนื่องจาก ปัจจัยย่อยด้านราคาสามารถต่อรองราคาได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายหาง่าย รองลงมา คือ สถานที่จำหน่ายสะดวกในการเดินทาง และสถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถ

ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น อาจต้องเลือกทำเลที่ตั้งร้านในแหล่งชุมชน ใกล้กับแหล่งที่อยู่อาศัยของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ หากลูกค้าเป็นกลุ่มนักศึกษา ทำเลที่ตั้งร้านที่ควรจะเป็นแหล่งใกล้หอพัก ใกล้มหาวิทยาลัย ซึ่งสามารถเดินทางมาเพื่อซื้อได้สะดวก ซึ่งจากผลการศึกษา ทำเลที่ตั้งร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นที่นักศึกษาหญิงไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด คือ ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ) รองลงมา คือ ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นทั่วไปซึ่งมักตั้งใกล้แหล่งชุมชน และเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่า ซึ่งใกล้กับสถานศึกษา สามารถเดินทางด้วยพาหนะของตนเองหรือรถรับจ้างได้สะดวก

จากการศึกษา การที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นจากการเดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง ก็ควรมีการตกแต่ง มีการจัดแสดงหน้าร้าน มีการหมุนเวียน/ผลัดเปลี่ยนสินค้าใหม่ๆ เสมอ เพื่อให้ลูกค้าทราบแนวโน้มของแฟชั่นใหม่ และดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาดูเสื้อผ้าในร้าน ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านมีการจัดแสดงหน้าร้านสวยงาม บรรยากาศภายในร้าน (แสง สี เสียงเพลง) จะมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลางก็ตาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขายมีธยาศัย การพูดจาดี รองลงมา คือ สินค้าลดราคา และ มีบริการเปลี่ยน/คืนเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อมีปัญหา

ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ควรอบรมให้พนักงานขายให้พูดจากับลูกค้าอย่างสุภาพ และบริการด้วยความเต็มใจ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้พนักงานขายมีความรู้ด้านแฟชั่นพอสมควร เพราะผู้ซื้อมักถามความคิดเห็นต่างๆของพนักงานขาย เช่น ควรใส่เสื้อตัวนี้กับอะไร ควรใส่กับ สร้อย หรือ รองเท้าสีอะไร หากพนักงานสามารถตอบได้ ก็จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อีก ทาง ภายในร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่น ควรมีการขายสินค้าอื่นๆที่ใช้ในการแต่งกายร่วมด้วย เช่น รองเท้า เครื่องประดับ เพื่อเวลาที่ลูกค้าถามความคิดเห็นจะได้เสนอสินค้าในอื่นๆในร้านด้วย

ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นสามารถใช้กลยุทธ์สินค้าลดราคาเสื้อผ้าแฟชั่นที่หมดฤดูกาล หรือช่วงที่มีเสื้อผ้าแฟชั่นเหลือในสต็อกมาก โดยเฉพาะในช่วงต้นเดือน วันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ ซึ่งเป็นช่วงวันที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเลือกซื้อเสื้อผ้าบ่อยที่สุด เพื่อเป็นตัวกระตุ้นการขายได้อีกทางเพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้สึกว่าได้สินค้าดี ราคาถูก

การให้บริการเปลี่ยน/คืนเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อมีปัญหา เป็นอีกบริการที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามถือว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นค่อนข้างมาก แต่ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นทั่วไปมักไม่มีบริการนี้ หากร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นใดสามารถที่จะรองรับความต้องการนี้ได้ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยน หรือ ซ่อมแซมเสื้อผ้าแฟชั่นที่มีปัญหา ก็น่าจะเป็นอีกทางที่ช่วยสร้างฐานลูกค้าได้

แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ รองลงมาจากการเดินดูตามร้านด้วยตนเอง คือ นิตยสารแฟชั่น ดังนั้น ทางร้านค้า อาจมีการนำเสื้อผ้าแฟชั่นที่ลงนิตยสารมาขายที่ร้าน และติดรูปไว้ว่าเสื้อผ้านั้นๆลงนิตยสาร เพื่อให้ลูกค้าสามารถเห็นได้ว่าเมื่อสวมใส่จริงเป็นเช่นไร และเพื่อเพิ่มความต้องการในเสื้อผ้าแฟชั่นนั้น

การบริการลองสวมใส่เสื้อผ้าแฟชั่น ควรเป็นบริการที่มีให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถลองเสื้อผ้าแฟชั่นที่ชอบได้ ซึ่งห้องลองเสื้อผ้าควรจะมีคามมิดชิด เป็นสัดส่วน มีกระจกยาวเต็มตัว เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นชุดที่ลองเต็มตัว และในห้องควรมีตะขอเกี่ยวไว้แขวนเสื้อผ้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการแขวนเสื้อผ้า

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างนักศึกษาหญิงจากสถาบันการศึกษาอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แตกต่าง และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาหญิงเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มนักศึกษาชาย กลุ่มวัยทำงาน เป็นต้น