

สรุปผลการทดลองและขอเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการทดลองครั้งนี้ เพื่อศึกษาอิทธิพลของชื่อการค้า และ
สไตล์ ของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป ที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภค

กลุ่มตัวอย่างประชากร

คือ นิสิตชายที่กำลังศึกษาชั้นปริญญาตรี ของคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่สนใจสมัครเข้าร่วมการทดลอง จำนวน 62 คน.

เครื่องมือที่ใช้

เป็นสภาพการซื้อสินค้า โดยให้นิสิตชายจำนวน 62 คน ทำหน้าที่เป็นผู้ซื้อสินค้า
ที่จะซื้อ คือ เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปจำนวน 27 ตัว ชื่อการค้าที่ใช้มี 3 ชื่อการค้า คือ ชื่อการค้า
นพรัตน์ ชื่อการค้า ฮาร์วา และชื่อการค้า อารตเทเลอร์ ชื่อการค้าเหล่านี้คิดที่คอปกเสื้อ
ชื่อการค้าละ 9 ตัว ขนาดปกเสื้อ มี 3 ขนาด คือ ขนาดปก $4\frac{1}{2}$ " 9 ตัว ขนาดปก $3\frac{1}{2}$ "
9 ตัว และขนาดปก $2\frac{1}{2}$ " 9 ตัว เสื้อมีสีแตกต่างกัน 3 สี คือ สีเหลือง 9 ตัว สีฟ้า 9 ตัว
สีม่วง 9 ตัว ผู้วิจัยจัดวางเสื้อเหล่านี้ไว้บนโต๊ะขนาด 3 x 4 ฟุต โดยจัดวางเสื้อเหล่านั้น
ไว้บนโต๊ะละ 3 ตัว เสื้อทั้ง 3 ตัวนั้นจะแตกต่างกันทั้งสี ขนาดปก และชื่อการค้า และจัดให้
ผู้ซื้อเขาไปซื้อสินค้าคราวละ 1 คน โดยให้เลือกซื้อเสื้อตัวที่ชอบมากที่สุดโต๊ะละ 1 ตัว โดย
ไม่ต้องจ่ายเงินค่าซื้อจริง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. หาความถี่ของการซื้อเสื้อเชิ้ตแต่ละตัว

2. จำนวนการยอดของการเลือกซื้อ เสื้อเชิ้ต โดยแยกเป็นหมวดซื้อการค่า ขนาดปก และสี

3. ทดสอบความแตกต่างของผลการเลือกซื้อเสื้อ โดยวิธีไคสแควร์ แยก เป็นเสื้อเชิ้ต ซื้อการค่าต่างกัน ขนาดปกต่างกัน สีต่างกัน

4. ทดสอบความสัมพันธ์ของผลการเลือกซื้อ โดยวิธีไคสแควร์ แยกเป็น ซื้อการค่ากับขนาดปก ซื้อการค่ากับสี สีกับขนาดปก

5. จำนวนการยอดของเหตุผลในการเลือกซื้อ โดยแยกเป็น

ก. เสื้อเชิ้ตทุกตัว

ข. เสื้อเชิ้ตที่มีซื้อการค่าต่างกัน

ค. เสื้อเชิ้ตขนาดปกต่างกัน

ง. เสื้อเชิ้ต สีต่างกัน

6. ทดสอบความแตกต่างของเหตุผลในการเลือกซื้อ เสื้อทุกตัวโดยวิธี χ^2

ผลการทดลองพบว่า

1. ซื้อการค่า และขนาดปกของ เสื้อเชิ้ตมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของ ผู้บริโภค

2. ผู้บริโภคเลือกซื้อ เสื้อเชิ้ต ซื้อการค่าต่างกันแตกต่างกัน อย่างเห็น ได้ชัด โดยเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ซื้อการค่า ฮารามากที่สุด

3. ผู้บริโภคเลือกซื้อ เสื้อเชิ้ตขนาดปกต่างกัน แยกต่างกันอย่างเห็น ได้ชัด โดยเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต ขนาดปก 3¹/₂" มากที่สุด

4. ผู้บริโภคเลือกซื้อเสื้อเชิ้ต สีแตกต่างกัน ต่างกัน ไม่มากนักทดลอง แล้วไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จากข้อมูลดิบ เสื้อเชิ้ตที่ผู้บริโภคเลือกซื้อมากที่สุด คือ เสื้อเชิ้ต สีฟ้า

5. ไม่มีความสัมพันธ์กันในระหว่างผลการเลือกซื้อการค่ากับขนาดปก ซื้อการค่ากับสีและสีกับขนาดปก

6. ผู้ซื้อให้เหตุผลว่าการเลือกซื้อเสื้อเชิ้ตเนื่องจากชอบสีมากที่สุด รองลงไป คือ ชอบขนาดปกและซื้อการค่าเชิ้ตถือได้

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรให้ผู้ซื้อขายเงินในการซื้อจริง เพื่อความแตกต่างของผลการทดลองกับ ผลการทดลองครั้งนี้
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรคัดเลือกผู้รับการทดลอง ที่มีประสบการณ์ในการซื้อเสื่อเช็ด กับผู้ไม่มีประสบการณ์ในการซื้อ เพื่อความแตกต่างของผลการเลือกซื้อ
3. ควรได้ทำการศึกษาถึงอิทธิพลของชอการค่า สไตล์ และสีของสินค้าอื่น ๆ ที่มีต่อพฤติกรรมการ เลือกซื้อของผู้บริโภค



คุนยวิทยทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย