

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล
สังกัดกระทรวงสาธารณสุข*
FACTOR INFLUENCING THE PURCHASE DECISION OF NURSING UNIFORMS
AFFILIATED WITH THE MINISTRY OF PUBLIC HEALTH.

ธนพร เกตุไพบูลย์ทรัพย์
THANAPORN GETPAIBOONSUP
ธนภณ นิธิเชาวกุล
TANAPHON NITICHAOWAKUL
มหาวิทยาลัยบูรพา, ประเทศไทย
Burapha University, Thailand
E-mail: tanawut@go.buu.ac.th
โทรศัพท์ 084-875-8789

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านเครื่องแบบพยาบาล ด้านราคา ด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง และการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล 2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านเครื่องแบบพยาบาล ด้านราคา ด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล และด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 ที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาสังกัดกระทรวงสาธารณสุข และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 401 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณด้วยวิธี Enter ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษวิจัย พบว่า นักศึกษาพยาบาลมีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของพยาบาล การประชาสัมพันธ์ เครื่องแบบพยาบาล ความสะดวกในการซื้อ ราคา และอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง ตามลำดับ และมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลนั้น เห็นด้วยในระดับมาก นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า เครื่องแบบพยาบาล ความสะดวกในการซื้อ ภาพลักษณ์ของพยาบาล อิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง และราคา สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลได้ ตามลำดับ ยกเว้น การประชาสัมพันธ์ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ตัวแปรอิสระในโมเดลฯ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล ร้อยละ 64.4 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, เครื่องแบบพยาบาล, ภาพลักษณ์ของพยาบาล

Abstract

* Received 16 February 2026; Revised 25 February 2026; Accepted 5 March 2026



The purposes of this study were: 1. to examine the levels of perceptions regarding nursing uniform, price, purchasing convenience, institutional public relations, professional image of nurses, and social influence, as well as the purchase decision of nursing uniforms among fourth-year nursing students; and 2. to analyze the factors of nursing uniform, price, purchasing convenience, institutional public relations, professional image of nurses, and social influence that influence the purchase decision of nursing uniforms students. The sample consisted of 401 fourth-year nursing students enrolled in nursing education institutions under the Ministry of Public Health. The respondents were selected using purposive sampling. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential analysis was conducted using multiple linear regression analysis with the Enter method.

The results revealed that the students' perceptions of the professional image of nurses, institutional public relations, nursing uniform, purchasing convenience, price, and social influence were at a high level, respectively. Moreover, the level of purchase decision regarding nursing uniforms was also high. The results of hypothesis testing indicated that product, purchasing convenience, professional image of nurses, social influence, and price were able to predict the purchase decision of nursing uniforms respectively. In contrast, institutional public relations did not have a significant influence on the purchase decision of nursing uniforms. The multiple linear regression analysis showed that the independent variables included in the model jointly explained 64.4% of the variance in the purchase decision of nursing uniforms among fourth-year nursing students. At the 0.05 level of statistical significance.

KEYWORDS: PURCHASE DECISION, NURSING UNIFORMS, PROFESSIONAL IMAGE OF NURSES

บทนำ

เครื่องแบบพยาบาลเป็นองค์ประกอบสำคัญของระเบียบการแต่งกายที่กำหนดโดย สถาบันการศึกษาและกระทรวงสาธารณสุข โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบุคลากร สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อวิชาชีพ และส่งเสริมความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในกลุ่มพยาบาล เครื่องแบบพยาบาลยังถือเป็นสัญลักษณ์ของวิชาชีพที่สะท้อนถึงความน่าเชื่อถือของวิชาชีพด้วย สำหรับนักศึกษาพยาบาล โดยเฉพาะในระดับชั้นปีที่ 4 ซึ่งเป็นปีสุดท้ายของการศึกษา จำเป็นต้องออกฝึกปฏิบัติงานในสถานบริการสุขภาพจริง เครื่องแบบพยาบาลจึงมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะสะท้อนถึงทั้งความพร้อม ความเป็นตัวแทนของสถาบัน และการสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ป่วยและญาติ ดังนั้น การเลือกซื้อและการตัดสินใจเกี่ยวกับเครื่องแบบจึงไม่ใช่เพียงการเลือกซื้อเสื้อผ้าทั่วไป แต่มีปัจจัยเฉพาะหลายประการเข้ามาเกี่ยวข้อง จากประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยที่ได้รับโอกาสเป็นวิทยากรในวิทยาลัยพยาบาล และได้พูดคุยกับคณาจารย์ พยาบาลวิชาชีพ และนักศึกษาพยาบาล พบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อชุดพยาบาลของนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ผู้วิจัยพบความน่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลที่เป็นสำคัญและได้ ดังนี้ 1) ความถูกต้องตามกฎระเบียบสอดคล้องกับข้อกำหนดของสถานพยาบาล 2) เครื่องแบบที่ตอบโจทย์ด้านความสะดวกสบาย 3) คุณภาพของเครื่องแบบ ความทนทานต่อการใช้งาน 4) ภาพลักษณ์ที่ดูน่าเชื่อถือ ตลอดจนแรงกดดันหรืออิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ก็พบว่ามีผลสอดคล้องกับผลวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของ

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพของเสื้อผ้า และ ความทนทานต่อการใช้งาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่คำนึงถึงระยะยาวในการใช้งานสินค้า ภาพลักษณ์ของสินค้า เช่น การออกแบบที่เหมาะสมมีอิทธิพลสำคัญในการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค (กิตติภาพร ดอกกรัก, และ ธนภณ นิธิเชาวกุล, 2567) สอดคล้องกับการศึกษาของ (โซซิดา สุขทัศน์, 2566) พบว่า ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ คือ ความทนทานต่อการใช้งาน และ คุณภาพของเสื้อผ้า และความพึงพอใจจากการใช้เสื้อผ้าผ่านออนไลน์ส่งผลต่อการซื้อซ้ำ รวมถึงการแสดงออกถึงสถานะทางสังคมผ่านการเลือกซื้อสินค้า (จริยา แยมสำราญ, 2564)

นอกจากนี้ จากการคำบอกเล่าและสั่งสอนของคณาจารย์ในวิทยาลัยพยาบาลที่คอยย้ำเตือนนักศึกษาพยาบาลว่า เครื่องแบบพยาบาลไม่เพียงแต่เป็นสัญลักษณ์ของวิชาชีพ แต่ยังมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการทำงาน สุขอนามัย และความเชื่อมั่นของผู้ป่วย เครื่องแบบที่ดีช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของพยาบาล และช่วยให้การปฏิบัติงานในสถานพยาบาลเป็นไปอย่างมีมาตรฐานและปลอดภัย และจากการสอบถามนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 และพยาบาลวิชาชีพ ผู้วิจัยยังพบว่า อิทธิพลจากบุคคลรอบข้างมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล กล่าวได้ว่า พฤติกรรมกลุ่มมีผลต่อค่านิยมและบรรทัดฐานทางสังคม กล่าวคือ เพื่อนร่วมงาน รุ่นพี่ในวิชาชีพ หรืออาจารย์ที่ปรึกษา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ความคิดเห็นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนักศึกษาพยาบาล (Hyman, H. H., 1942) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างผ่านกลุ่มอ้างอิง อิทธิพลทางสังคม และการเปรียบเทียบทางสังคม เช่นเดียวกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นอกจากปัจจัยด้านคุณภาพและราคาแล้ว การยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและบุคคลในวิชาชีพมีความสำคัญและมีอิทธิพลกับเวลาในการตัดสินใจและการยินยอมในการจ่ายทำให้มีผลต่อการที่ผู้บริโภคจะซื้อตามโดยใช้เวลาในการตัดสินใจน้อยลงและยินยอมจ่ายมากขึ้น และยังมีผลทำให้ซื้อบ่อยมากขึ้นอีก นอกจากนี้ ยูนิฟอร์มยังมีส่วนช่วยส่งเสริมวินัยและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในองค์กร โดยการกำหนดเครื่องแบบให้เป็นมาตรฐานเดียวกันช่วยให้บุคลากรมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และลดความแตกต่างที่อาจนำไปสู่ความไม่เท่าเทียม และเช่นเดียวกัน เครื่องแบบพยาบาลทำให้เห็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของพยาบาลวิชาชีพ รวมไปถึงสร้างความรู้สึกรับผิดชอบให้กับผู้พบเห็น

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข จึงมีความสำคัญต่อการกำหนดนโยบายการจัดการจัดหาเครื่องแบบที่เหมาะสม สอดคล้องกับมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐานของเครื่องแบบที่เหมาะสมกับวิชาชีพ รวมถึงเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบเครื่องแบบพยาบาลให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพและข้อกำหนดของสภาการพยาบาล สามารถปรับกลยุทธ์ทางการตลาด อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกซื้อชุดพยาบาล หรือยูนิฟอร์มที่ใช้ในการปฏิบัติงานทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ พบว่า ยังเป็นประเด็นที่นักวิชาการหรือผู้ประกอบการยังไม่ให้ความสำคัญเท่าที่ควรงานวิจัยในประเทศไทยจึงค่อนข้างน้อย โดยส่วนใหญ่ที่ผ่านมาเป็นการศึกษาเรื่องเสื้อผ้าในเชิงทั่วไปหรือเชิงแฟชั่นมากกว่า การวิจัยครั้งนี้จึงมีส่วนช่วยเติมเต็มช่องว่างทางองค์ความรู้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ทั้งในการกำหนดนโยบายของสถาบันการศึกษา การวางแผนผลิตและจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ รวมถึงช่วยให้นักศึกษาพยาบาลตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแบบได้อย่างมีเหตุผลและเหมาะสมมากขึ้น ดังนั้น งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อชุดพยาบาล จะช่วยให้สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการสามารถพัฒนาเครื่องแบบที่สอดคล้องกับความต้องการ



ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับข้อกำหนดของวิชาชีพพยาบาลและระเบียบของสภาการพยาบาลได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง และการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล

2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล และด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ นักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 สังกัดกระทรวงสาธารณสุขที่กำลังศึกษาในปีการศึกษาปัจจุบันในสถาบันการศึกษาด้านการพยาบาลทั่วประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้จากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 สังกัดกระทรวงสาธารณสุขที่กำลังศึกษาในปีการศึกษาปัจจุบันในสถาบันการศึกษาด้านการพยาบาลทั่วประเทศไทย จำนวน 15,000 คน จึงจะสามารถตอบแบบสอบถามได้ ซึ่งทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงเปิดตารางตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 375 ตัวอย่าง ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมอีก 25 ตัวอย่าง รวมเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยสามารถเก็บแบบสอบถามได้ 415 ชุด หลักจากนั้น ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ผู้บริโภคมกลุ่มเป้าหมายทำการกรอกข้อมูล พบว่า มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 401 ชุด จึงถือได้ว่าข้อมูลที่มีอยู่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูล ค้นคว้างานวิจัยต่างๆ และนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้ และได้ผ่านการตรวจสอบความตรง (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน เพื่อประเมินค่าจากดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ซึ่งได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.856-0.925 (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2564) และได้การรับรองจริยธรรมในมนุษย์ เลขที่ IRB4-361/2568 จากมหาวิทยาลัยบูรพา วันที่ 1 ตุลาคม 2568

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์และสร้างเป็น QR-code เพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้ตอบแบบสอบถามและได้ทำการเก็บข้อมูลเป็น 2 ลักษณะ คือ (1) ผู้วิจัยทำการจากแบบสอบถามด้วยตนเอง บริเวณพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงภาคตะวันออก จำนวน 3 สถาบัน ประกอบด้วยวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ชลบุรี วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี กรุงเทพฯ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครพนม และดำเนินการเก็บข้อมูลในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 1 สถาบัน คือ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ศรีมหาสารคาม โดยผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลยังวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สังกัดกระทรวงสาธารณสุข (2) กรณีที่ไม่สามารถดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา พร้อม QR-code ของแบบสอบถาม ส่งไปยังวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี



สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ในภาคต่างๆ ของประเทศไทย โดยขอความอนุเคราะห์ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามจำนวนที่กำหนด ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง 7 ตุลาคม 2568 ถึง 6 พฤศจิกายน 2568

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาหรือสถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมถึงสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยวิธี Enter

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อด้านเครื่องแบบพยาบาล ด้านราคา ด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง และด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นต่อด้านเครื่องแบบพยาบาล ด้านราคา ด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง และด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยโดยรวม	SD	$\bar{X}$	แปลผล
ด้านเครื่องแบบพยาบาล	0.616	4.40	เห็นด้วยในระดับมาก
ด้านราคา	0.717	4.29	เห็นด้วยในระดับมาก
ด้านความสะดวกในการซื้อ	0.609	4.37	เห็นด้วยในระดับมาก
ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา	0.675	4.41	เห็นด้วยในระดับมาก
ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล	0.598	4.42	เห็นด้วยในระดับมาก
ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง	0.711	4.28	เห็นด้วยในระดับมาก
ด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล	0.560	4.40	เห็นด้วยในระดับมาก

จากตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยโดยรวม พบว่า นักศึกษาพยาบาลมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ด้านเครื่องแบบพยาบาล ด้านการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล ด้านความสะดวกในการซื้อ ด้านราคา และ ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง โดยนักศึกษาพยาบาลเห็นด้วยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.42, 4.41, 4.40, 4.40, 4.37, 4.29 และ 4.28 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่าการตรวจสอบค่าผิดปกติ (Assessment of Outliers) ด้วยวิธีของ Mahalanobis d-squared ผู้วิจัยทำการหา Distance square จากข้อมูลกับ Centroid และหา P-value ของ Distance square พบว่า มี จำนวน 8 ตัวอย่าง ค่า P-value < 0.001 แสดงว่า Distance square ของกลุ่มตัวอย่างนั้นแตกต่างจาก Centroid อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงตัดกลุ่มตัวอย่างนั้นออกทำให้เหลือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ จำนวน 393 ตัวอย่าง (Aggarwal, Charu C, 2017) นอกจากนี้ ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมีค่าคงที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) และตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Non-Multicollinearity)



จากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องเป็นอิสระต่อกัน โดยการตรวจสอบเงื่อนไขนี้ จะตรวจสอบโดยใช้ค่าสถิติ Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 2 การทดสอบตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Non-Multicollinearity)

ตัวแปรอิสระ	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ด้านรูปแบบพยาบาล	0.294	3.403
ด้านราคา	0.320	3.121
ด้านความสะดวกในการซื้อ	0.279	3.583
ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา	0.294	3.403
ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล	0.308	3.244
ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง	0.558	1.792

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน พบว่าค่า Tolerance ของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.294 - 0.558 ซึ่งไม่มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าแต่ละตัวแปรเป็นอิสระจากกัน และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของแต่ละตัวแปรอยู่ระหว่าง 1.792- 3.583 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัว แสดงว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว ได้แก่ รูปแบบพยาบาล ราคา ความสะดวกในการซื้อ การประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ภาพลักษณ์ของพยาบาล อิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง และการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน หรือตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity (Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E., 2019)

อย่างไรก็ตาม การทดสอบถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุคูณหรือการพยากรณ์ (R Square: R^2) โดยใช้เทคนิคการเลือกตัวแปรตามเข้าสมการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณด้วยวิธี Enter และแสดงออกมาเป็นรูปแบบ Model ของสมการทำนาย ในการกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และในการวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ โดยความสามารถของตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์สามารถใช้อธิบายหรือพยากรณ์ตัวแปรตามได้มากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากค่า R หากค่า R มีค่าใกล้ 1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ต่อตัวแปรตามได้มาก และหากค่า R มีค่าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ต่อตัวแปรตามได้น้อย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562) ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
ด้านรูปแบบพยาบาล	0.715	0.511	0.510	0.392
ด้านราคา	0.580	0.336	0.335	0.457
ด้านความสะดวกในการซื้อ	0.688	0.473	0.471	0.407
ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา	0.674	0.454	0.453	0.414
ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล	0.686	0.470	0.469	0.408
ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง	0.640	0.409	0.408	0.431

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นถึงค่าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งมีตัวแปรอิสระ 6 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุขพบว่า

ด้านเครื่องแบบพยาบาล สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุขได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.715 ซึ่งมีค่าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ต่อตัวแปรตามได้มาก และการทดสอบสมมติฐานเครื่องแบบพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า มีค่า R Square เท่ากับ 0.511 หรือ ร้อยละ 51.1 ส่วนอีก ร้อยละ 48.90 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

ด้านราคา สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัด วิทยาลัยสารพัดช่างได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.580 ซึ่งมีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ สามารถพยากรณ์ต่อตัวแปรตามได้มาก และการทดสอบสมมติฐานราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบ พยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดวิทยาลัยสารพัดช่าง พบว่า มีค่า R Square เท่ากับ 0.336 หรือ ร้อยละ 33.6 ส่วนอีก ร้อยละ 66.40 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

ด้านความสะดวกในการซื้อ สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุขได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.688 ซึ่งมีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ต่อตัวแปรตามได้มาก และการทดสอบสมมติฐานความสะดวกในการซื้อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า มีค่า R Square เท่ากับ 0.473 หรือ ร้อยละ 47.3 ส่วนอีก ร้อยละ 52.7 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุขได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.674 ซึ่งมีค่าใกล้ 1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ต่อตัวแปรตามได้มาก และการทดสอบสมมติฐานการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า มีค่า R Square เท่ากับ 0.454 หรือ ร้อยละ 45.40 ส่วนอีก ร้อยละ 54.60 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุขได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.686 ซึ่งมีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ต่อตัวแปรตามได้มาก และการทดสอบสมมติฐาน ภาพลักษณ์ของพยาบาล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า มีค่า R Square เท่ากับ 0.470 หรือ ร้อยละ 47.0 ส่วนอีก ร้อยละ 53.0 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ

ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุขได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.640 ซึ่งมีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้มาก และการทดสอบสมมติฐานอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า มีค่า R Square เท่ากับ 0.409 หรือ ร้อยละ 40.09 ส่วนอีก ร้อยละ 59.91 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ



ตารางที่ 4 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
ภาพรวมของโมเดล	0.803	0.644	0.638	0.337

จากตารางที่ 4 ภาพรวมของโมเดล สามารถพยากรณ์ตัวแปรตามการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 สังกัดกระทรวงสาธารณสุขได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.803 ซึ่งมีค่าใกล้ 1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ต่อตัวแปรตามได้มาก และการทดสอบสมมติฐานตัวแปรอิสระในโมเดล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า มีค่า R Square เท่ากับ 0.644 หรือ ร้อยละ 64.4 ส่วน ส่วนอีก ร้อยละ 35.6 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ ดังนั้น ผลการทดสอบสมมติฐานโมเดลรวมโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การทดสอบสมมติฐานโมเดลรวมโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	0.807	0.139		5.785	0.000*
ด้านเครื่องแบบพยาบาล	0.351	0.051	0.386	6.888	0.000*
ด้านราคา	-0.095	0.042	-0.121	-2.262	0.024*
ด้านความสะดวกในการซื้อ	0.179	0.053	0.194	3.38	0.001*
ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา	0.066	0.046	0.08	1.42	0.156
ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล	0.108	0.051	0.115	2.107	0.036*
ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง	0.212	0.032	0.269	6.625	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ตามสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 เครื่องแบบพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า “ยอมรับสมมติฐาน” เครื่องแบบพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านเครื่องแบบพยาบาล พบว่า เป็นค่าบวกและมีความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรจึงเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของด้านเครื่องแบบพยาบาล ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.351 สามารถอธิบายได้ว่าหากปัจจัยด้านเครื่องแบบพยาบาล เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้นักศึกษาพยาบาลมีการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล เพิ่มขึ้น 0.351 หน่วย แสดงให้เห็นว่า เครื่องแบบพยาบาลเครื่องแบบพยาบาลสามารถกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาพยาบาลได้

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า “ยอมรับสมมติฐาน” ด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านราคา พบว่าเป็นค่าลบและมีความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรจึงเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของด้านราคา ซึ่งมีค่าเท่ากับ -0.095 สามารถอธิบายได้ว่าหากปัจจัยด้านราคา เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้นักศึกษาพยาบาลมีการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล ลดลง -0.095 หน่วย ดังนั้น ปัจจัยด้านราคากับการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลจึงมีความสัมพันธ์กันเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล อย่างไรก็ตาม หากจำเป็นต้องขึ้นราคาเครื่องแบบพยาบาล ผู้ประกอบการควรแสดงต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นในสภาพเศรษฐกิจ ณ ปัจจุบัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ความสะดวกในการซื้อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า “ยอมรับสมมติฐาน” ด้านความสะดวกในการซื้อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้อ พบว่า เป็นค่าบวกและมีความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรจึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของด้านความสะดวกในการซื้อ ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.179 สามารถอธิบายได้ว่าหากปัจจัยด้านความสะดวกในการซื้อ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้นักศึกษาพยาบาลมีการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล เพิ่มขึ้น 0.179 หน่วย แสดงให้เห็นว่า การอำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษาพยาบาลที่เกี่ยวกับการหาซื้อเครื่องแบบพยาบาลจะส่งผลให้นักศึกษาพยาบาลเกิดการจดจำการให้บริการของผู้ประกอบการและจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในอนาคต

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า “ปฏิเสธสมมติฐาน” ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข อาจเพราะนักศึกษาพยาบาลจะทราบถึงระยะเวลา ช่วงเวลาของการตัดชุดพยาบาลเป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม ทางสถาบันการศึกษาก็ควรประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการเน้นย้ำและเตือนควรนักศึกษาพยาบาลให้เป็นปกติเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการตัดเครื่องแบบพยาบาลที่จะเกิดขึ้น

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ภาพลักษณ์ของพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า “ยอมรับสมมติฐาน” ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล พบว่า เป็นค่าบวกและมีความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรจึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.108 สามารถอธิบายได้ว่าหากปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้นักศึกษาพยาบาลมีการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล เพิ่มขึ้น 0.108 หน่วย ดังนั้น ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของพยาบาลกับการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลจึงมีความสัมพันธ์กันเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาพยาบาลให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ที่แสดงออกผ่านทางเครื่องแบบพยาบาลที่เป็นไปตามระเบียบการแต่งกายของสภากาชาดพยาบาล

สมมติฐานการวิจัยที่ 6 อิทธิพลจากบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า “ยอมรับสมมติฐาน” ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างมี



อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง พบว่า เป็นค่าบวกและมีความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปรจึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของปัจจัยด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.212 สามารถอธิบายได้ว่าหากปัจจัยด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้นักศึกษาพยาบาลมีการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาล เพิ่มขึ้น 0.212 หน่วย แสดงให้เห็นว่า หากผู้ประกอบการสร้างมาตรฐานและคุณภาพของเครื่องแบบพยาบาล รวมถึงการให้บริการที่ประทับใจแล้ว สิ่งเหล่านี้เปรียบเสมือนกระบอกเสียงให้กับผู้ประกอบการสื่อไปถึงนักศึกษาพยาบาล สถาบันการศึกษา และบุคลากรทางการแพทย์ที่บอกต่อและกลับเป็นลูกค้าของร้านค้า

ตารางที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 4 สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

	สมมติฐานงานในการวิจัย	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1	เครื่องแบบพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2	ราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3	ความสะดวกในการซื้ออิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4	การประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5	ภาพลักษณ์ของพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6	อิทธิพลจากบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข นั้น ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า นักศึกษาพยาบาลให้ความสำคัญกับคุณภาพการตัดเย็บ กว้างของสภากาพยาบาล และคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการผลิต ซึ่งต้องมีความทนทานและเหมาะสมกับการใช้งานในระยะยาว นอกจากนี้ การบริการหลังการขายที่ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาในทางบวก ซึ่งกล่าวได้ว่า คุณภาพของสินค้ามีผลต่อแรงจูงใจในการซื้อสินค้า (Davies, I, 2015); (รัตนกรรณ์ เพชรกุล, ศรีณยา นาคแก้ว, และ เสาวคนธ์ ศรีสุคนธ์รัตน์, 2564)) ซึ่งจากผลการศึกษาผู้วิจัยได้วิเคราะห์แล้วพบถึงความสัมพันธ์ของราคากับเครื่องแบบพยาบาล กล่าวคือ นักศึกษาพยาบาลให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของราคาเครื่องแบบเมื่อเทียบกับคุณภาพของเครื่องแบบพยาบาล แม้ว่าผลการ

วิเคราะห์จะพบว่ามีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามระหว่างราคากับการตัดสินใจซื้อ แต่ราคาในระดับที่เหมาะสมยังคงมีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องแบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรภรณ์ พร่องพรมราช (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพรีเมียมแบรนด์ (Premium Brand) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของอิราวัฒน์ ชมระกา, ชัชชัย สุจริต, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, ศิริกานดา แหยมคง, และ เบญจวรรณ สุจริต (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายแฟชั่นผ่านช่องทางการตลาดแบบออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านราคา มีอำนาจในการทำนายผลการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดอุดรธานีและการตัดสินใจซื้อมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง

จากที่กล่าวมาข้างต้น แนนอนว่าราคาของเสื้อผ้าอาจถูกหรือแพงก็จะขึ้นกับความนิยมในขณะนั้นซึ่งมีลักษณะเป็นสินค้าแฟชั่น แต่เครื่องแบบพยาบาลมีความจำเป็นต่อวิชาชีพและภาพลักษณ์ของพยาบาล โดยเฉพาะในแง่ของการสร้างความเชื่อมั่นในวิชาชีพและเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้ป่วยและสังคม ซึ่งเป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นในเชิงความรู้สึก (Sadachar, A, Feng, F, Karpova, EE, & Manchiraju, S., 2013); (ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู, 2559)) ดังนั้น คุณภาพเครื่องแบบพยาบาลเมื่อเทียบกับราคาจำหน่ายในความรู้สึกของนักศึกษาพยาบาล ประกอบกับยิ่งหากได้รับความสะดวกในการให้บริการด้วยแล้ว ยิ่งเป็นจุดสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล โดยเฉพาะปัจจุบันที่มีเรื่องของเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นช่องทางการชำระเงินที่สะดวก การจัดส่งที่รวดเร็วก็ตาม (ธารินี สมจรรยา, 2563) ; (พัชรภรณ์ พร่องพรมราช, 2559))และนอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า การตัดสินใจซื้อเครื่องแบบของนักศึกษาพยาบาลยังได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เช่น คำแนะนำจากรุ่นพี่หรืออาจารย์ ซึ่งเป็นการรื้อฟื้นถึงคุณภาพของเครื่องแบบพยาบาลได้เป็นอย่างดีและยืนยันถึงความสำคัญของอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง กล่าวได้เป็นกลุ่มคนที่มีประสบการณ์จากการใช้เครื่องแบบพยาบาลมาก่อนซึ่งก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของเครื่องแบบพยาบาลในแต่ละสถาบันการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของอิทธิพร แก้วเรือง (2565) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประกอบสร้างอัตลักษณ์ผ่านการแต่งกายของ กลุ่ม Generation Z :กรณีศึกษาเทรนด์ Y2K พบว่า การได้รับอิทธิพลจากสังคมรอบตัว เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัว เป็นปัจจัยประกอบสร้างจนก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านการแต่งกาย และจุดนี้เองทำให้เกิดอัตลักษณ์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านการแต่งกาย

ผลจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของตัวแปรอิสระทั้ง 6 ด้านสามารถอธิบายการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลได้ ร้อยละ 64.4 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูง แสดงว่าปัจจัยเหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล โดยเฉพาะในช่วงที่ต้องเตรียมความพร้อมออกฝึกปฏิบัติงานจริง ซึ่ง 1. ด้านเครื่องแบบพยาบาล 2. ด้านความสะดวกในการซื้อ 3. ด้านภาพลักษณ์ของพยาบาล 4. ด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง 5. ด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนว่าคุณภาพของเครื่องแบบ ความถูกต้องตามกฎระเบียบ ความทนทาน และความประณีตของการตัดเย็บ เป็นสิ่งที่นักศึกษาพยาบาลให้ความสำคัญ เนื่องจากเครื่องแบบเป็นสัญลักษณ์ของวิชาชีพและต้องใช้ในการปฏิบัติงานจริง สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ที่ระบุว่าสินค้าที่มีคุณภาพสูงจะเพิ่มความพึงพอใจและสนับสนุนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสะดวกในการให้บริการทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการให้บริการ ช่องทางการติดต่อสื่อสาร หรือสามารถสั่งซื้อและชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ได้ เพราะจะช่วยลดต้นทุนเรื่องเวลา และทำให้การตัดสินใจเป็นไปได้รวดเร็วขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธารินี สมจรรยา (2563) ที่ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคเจนเอ-



เรชันวายผ่านช่องทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารเป็นช่องทางการชำระเงินที่สะดวกและมีผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้า

ส่วนผลการศึกษาที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษากลับไม่มีบทบาทต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาพยาบาล ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของบุญญนุช บุญยะสุนานท์ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสตรีผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้หญิงวัยทำงาน ที่พบว่า การประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าสตรีผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้หญิงวัยทำงาน ด้วยคุณลักษณะของเสื้อผ้ามีความแตกต่างกันในลักษณะของการใช้งาน กล่าวคือ เครื่องแบบพยาบาลมีความเฉพาะเจาะจงในการใช้งานแตกต่างจากเสื้อผ้าทั่วไปจึงทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่มีบทบาทเท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษาจะเป็นช่องทางที่สำคัญในการข้อมูลที่ช่วยให้นักศึกษาพยาบาล และสร้างการรู้จักร้านค้าที่ให้บริการตัดชุดพยาบาล หากนักศึกษาพยาบาลต้องการตัดเครื่องแบบพยาบาลเพิ่มเติม สอดคล้องกับการศึกษาของชุดิภา ทรัพย์ทวีสิริกุล และ พรพรหม ชมงาม (2567) ที่พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมและการให้ข้อมูลข่าวสารทำให้กลุ่มลูกค้ามั่นใจในองค์กร รวมถึงพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการมากที่สุด และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมที่มีผลกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้การตลาดเชิงกิจกรรม

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบเรื่องของภาพลักษณ์ของเครื่องแบบพยาบาลที่มีความสำคัญต่อตัวผู้สวมใส่และผู้พบเห็น เพราะเครื่องแบบพยาบาลดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจและดูเป็นมืออาชีพให้กับผู้พบเห็น สอดคล้องกับเอกสารของสภาการพยาบาลที่กำหนดมาตรฐานให้ชุดพยาบาลต้องมีรูปแบบที่สะท้อนความน่าเชื่อถือ ความเป็นระเบียบ และเอกลักษณ์ของวิชาชีพ จึงไม่น่าแปลกที่ภาพลักษณ์จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู, 2559); (พัชราภรณ์ พร่องพรหมราช, 2559)) จากการผลการศึกษายังเป็นเครื่องยืนยันว่า ภาพลักษณ์ของเครื่องแบบพยาบาลมีความสำคัญ เพราะปัจจัยด้านอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างที่แสดงถึงพฤติกรรมกลุ่มและการยอมรับในสังคมส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าอย่างชัดเจน (Hyman, H. H., 1942) สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรภัทร แก้วเรือง (2565) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การประกอบสร้างอัตลักษณ์ผ่านการแต่งกายของ กลุ่ม Generation Z: กรณีศึกษาเทรนด์ Y2K พบว่า การได้รับอิทธิพลจากสิ่งรอบตัว เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัว เป็นปัจจัยประกอบ ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านการแต่งกายที่มีการสร้างความหมายที่หลากหลายซับซ้อนอยู่กับการกำหนดนิยามของกลุ่ม และอิทธิพลการแต่งกายของผู้มีชื่อเสียงที่ทำให้เกิดการเลียนแบบ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแบรนด์ดั้งเดิม (โสธยา กลิ่นอ่อน, 2557) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างที่มีประสบการณ์จากการใช้เครื่องแบบพยาบาลมาก่อนทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อดังกล่าว

องค์ความรู้ที่ค้นพบ

การตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลของนักศึกษาพยาบาลเกิดจากการผสมผสานของปัจจัยด้านคุณภาพสินค้า ความสะดวก การสร้างภาพลักษณ์ทางวิชาชีพ ความคุ้มค่าของราคา และอิทธิพลทางสังคม ซึ่งเป็นไปตามบริบทของการเป็นผู้ประกอบวิชาชีพที่ต้องมีความถูกต้องตามระเบียบและมาตรฐาน ทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับข้อมูลจากบุคคลรอบตัวและคุณค่าที่ได้รับจากสินค้า รวมถึงภาพลักษณ์ในวิชาชีพที่สื่อจากเครื่องแบบพยาบาลที่มีความสำคัญต่อตัวผู้สวมใส่และผู้พบเห็น เพราะเครื่องแบบพยาบาลดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจและดูเป็นมืออาชีพให้กับผู้พบเห็น

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่าการตัดสินใจซื้อเครื่องแบบพยาบาลได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้างที่มีประสบการณ์จากการใช้เครื่องแบบพยาบาลมาก่อน รวมถึงภาพลักษณ์ของเครื่องแบบพยาบาลที่มีความสำคัญต่อตัวผู้สวมใส่และผู้พบเห็น เพราะเครื่องแบบพยาบาลดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจและดูเป็นมืออาชีพให้กับผู้พบเห็น นอกจากนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อเสนอแนะต่อสถาบันการศึกษา

1.1 ควรพิจารณาคัดเลือกร้านค้าหรือผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ เน้นความถูกต้องตามประกาศสภาการพยาบาล รวมถึงความประณีตของงานตัดเย็บ และมีตัวอย่างเนื้อผ้าประกอบการตัดสินใจ

1.2 ควรจัดให้มีช่องทางสื่อสารข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการในการให้ข้อมูลของร้านค้าที่เข้ามาให้บริการ เช่น ตารางเวลา ร้านค้าที่ได้รับอนุญาต รูปแบบเครื่องแบบ ผ่านช่องทางทางการของสถาบัน

2. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

2.1 ควรเน้นคุณภาพสินค้า เช่น ความทนทาน เนื้อผ้าระบายอากาศดี

2.2 การอำนวยความสะดวก และบริการหลังการขาย เช่น การแก้ไขชุดฟรีหลังส่งมอบ การมีไซส์มาตรฐานและไซส์สั่งตัด

2.3 พัฒนาช่องทางออนไลน์ เช่น ระบบสั่งซื้อ แอปสอบถาม หรือบริการชำระเงินหลายรูปแบบ

บรรณานุกรม

Aggarwal, Charu C. (2017). *Outlier Analysis (2nd ed.)*. Cham: Springer.

Davies, I. (2015). The values and motivations behind sustainable fashion consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 15(2), 149-162.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8 ed.)*. Pearson: Upper Saddle River.

Hyman, H. H. (1942). The psychology of status. *Archives of Psychology*, 38(269), 92-94.

Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. New Jersey: Prentice-Hall, Upper Saddle River.

Krejcie, Robert V., & Morgan, Daryle W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

Sadachar, A, Feng, F, Karpova, EE, & Manchiraju, S. (2013). Predicting behavioral intentions toward sustainable fashion consumption: A comparison of attitude-behavior and value-behavior consistency models Book Chapter: In Consumerism in Business and Marketing: Concepts and Practices. *Journal of Global Fashion Marketing*, 7(2), 76-88. doi:10.13140/RG.2.1.4375.5922

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2562). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ: สามลดา.

กิตติภาพร ดอกกรัก, และ ธนภณ นิธิเชาวกุล. (2567). การรับรู้คุณภาพสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทางการไลฟ์สดของผู้บริโภคกลุ่มเจนเออร์แซนวายในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์*, 7(2), 308 - 325.

จริยา แยมสำราญ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการซื้อเสื้อผ้าผ่านร้านค้าบนสื่อสังคมออนไลน์. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.



- ชุติภา ทรัพย์ทวีสิริกุล, และ พรพรหม ชมงาม. (2567). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม ที่มีผลกับ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้ การตลาดเชิงกิจกรรมของกลุ่มลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสาร นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 28(3), 165-176.
- โชษิตา สุขทัศน์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ผ่าน Shein ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (*การค้นคว้าอิสระ*). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธารินี สมจรรยา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายผ่านช่องทาง ออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. (*การศึกษาค้นคว้าอิสระ*). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธีรภัทร แก้วเรือง. (2565). การประกอบสร้างอัตลักษณ์ผ่านการแต่งกายของ กลุ่ม Generation Z :กรณีศึกษา เทรนด์ Y2K. (*วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารสื่อและเนื้อหา*). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์. (*การค้นคว้า อิสระ*). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญญนุช บุญยะสุนานนท์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสตรีผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้หญิงวัยทำงาน. (*วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ*). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรภรณ์ พร่องพรมราช. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพรีเมียมแบรนด์ (Premium Brand) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (*การค้นคว้าอิสระ*). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- รัตนภรณ์ เพชรกุล, ศรีณยา นาคแก้ว, และ เสาวคนธ์ ศรีสุคนธ์รัตน์. (2564). กลยุทธ์การกำหนดราคาที่มีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในสถานการณ์ covid – 19 ของผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัด ภูเก็ต. *วารสารวิชาการสังคมมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 11(1), 26-44.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2564). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- โสธยา กลิ่นอ่อน. (2557). อิทธิพลของการสื่อสารผ่านการแต่งกายของผู้มีชื่อเสียงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า แฟชั่น แบรนด์ดั้งเดิม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (*การค้นคว้าอิสระ*). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย กรุงเทพ.
- อิรวาวัฒน์ ชมระกา, ชัชชัย สุจริต, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, ศิริกานดา แหยมคง, และ เบญจวรรณ สุจริต. (2565). ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายแฟชั่นผ่านช่องทาง การตลาดแบบออนไลน์ของประชาชนในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารลวงศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 6(1), 106-125.