

ชื่อเรื่อง : การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรีวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : นายอาทิตย์ มหาวนา

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวิวรรณ อาริพัฒน์

วันที่อนุมัติผลงาน : วันที่ 24 เมษายน พ.ศ.2552

จำนวนหน้า : 80 หน้า

คำสำคัญ : พฤติกรรม เสื้อผ้าสำเร็จรูป ส่วนประสมทางการตลาด สตรีวัยทำงาน เชียงใหม่

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปและส่วนประสมทางการตลาดที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรีวัยทำงานในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ศึกษา คือ สตรีวัยทำงาน อายุ 20 ปีขึ้นไปทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 245 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยเทคนิคการเลือกตัวอย่างตามความสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุช่วง 20 - 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรีวัยทำงานในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปด้วยตนเอง ประเภทที่ซื้อบ่อย ได้แก่ เสื้อยืด กางเกงยีนส์ เสื้อแฟชั่นลำลอง สำหรับเสื้อผ้าที่ใส่ไปงานสังสรรค์หรือชุดทำงานที่มีราคาสูงผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อแบบสำเร็จรูป ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีแบบหรือสไตล์ธรรมดา ใช้สีหลากหลายไม่ระบุสีใดสีหนึ่งโดยเฉพาะ หากเลือกเนื้อผ้าใยธรรมชาติส่วนใหญ่ใช้ ผ้าฝ้าย ผ้ายัด และยีนส์ ถ้าเป็นผ้าพื้นเมืองผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งผลิต หากเลือกเนื้อผ้าใยสังเคราะห์ผู้บริโภคไม่ทราบประเภทของเนื้อผ้า ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีตราสินค้าเป็นบางครั้งและไม่

มีตราสินค้าที่ใช้เป็นประจำ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญต่อโลโก้หรือลายพิมพ์อันเป็นเอกลักษณ์ของเสื้อผ้า ความคิดเห็นของผู้บริโภคเมื่อนึกถึงเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีตราสินค้า พบว่าส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงถึงราคาและความสวยงาม ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่เป็นตราสินค้าของไทย มีเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเนื่องจากสะดวกกว่าการสั่งตัด โอกาสในการเลือกซื้อคือเมื่อพบเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีความชอบเป็นพิเศษ ซื้อจากห้างสรรพสินค้า ครั้งละ 2 ตัว มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อ 100-300 บาท/ชิ้น ได้รับข้อมูลของแฟชั่นเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดซื้อสินค้าหน้าร้าน ต้องการให้พนักงานขายเป็นเพศหญิง ต้องการให้พนักงานขายอยู่ดูแลอยู่ห่าง ๆ เมื่อต้องการข้อมูลหรือความช่วยเหลือจะเรียกเอง การตัดสินใจซื้อจะตัดสินใจซื้อทันทีที่ถูกใจ ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการสวมใส่ได้จริง (ใส่แล้วเหมาะสม) มีการตั้งงบประมาณในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปล่วงหน้า มีพฤติกรรมการแต่งตัวตามสไตล์ของตัวเอง ปัญหาที่พบบ่อยหลังการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป พบว่า เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังจากการซัก

ผลการศึกษาในระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรีวัยทำงานในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่สำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และสำคัญระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย