

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	วิราพร จีสอน
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์เอนก ชิตเกษร
วันที่อนุมัติผลงาน	5 ตุลาคม 2559
จำนวนหน้า	70
คำสำคัญ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิง

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่อย่างไรและปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่อย่างไรงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคเพศหญิง ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และมีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 คน การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีการเก็บที่ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า ร้านค้าทั่วไป และตลาดนัด ตลาดเปิดท้ายทั่วไป การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน สถิติ F-test

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่จะมีช่วงอายุอยู่ที่ 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และอาชีพส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างพนักงานเอกชน กลุ่มตัวอย่างยังถือว่ามียาได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้จึงสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ ด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยย่อยในทุกด้านอยู่ใน ระดับมาก โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในประเด็นเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็นได้แก่ คุณภาพของสินค้า, มีให้เลือกหลากหลาย, รูปแบบไม่ล้าสมัยเร็ว และรูปแบบ สี สัน ความทันสมัยโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 , 4.40 , 4.39 และ 4.38 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นการขายสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงผู้ประกอบการควร ให้ความสำคัญกับ คุณภาพของสินค้า มีให้เลือกหลากหลาย รูปแบบไม่ล้าสมัยเร็ว และรูปแบบ สี สัน ความ ทันสมัย โดยหากผู้ประกอบการคำนึงถึงผลการวิจัย ก็จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น ปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านราคาพบว่า เรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง ผู้ประกอบการควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ และควรสำรวจราคาของคู่แข่งชั้นให้การตั้งราคาอยู่ในระดับ มาตรฐาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าเรื่อง สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถ มีความสำคัญมากที่สุดเป็น อันดับที่หนึ่งแสดงให้เห็นว่า ลูกค้าต้องการความสะดวกสบาย ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นควรจัดหา

ที่จอดรถให้เพียงพอ และเพื่อสร้างความสะดวกสบายต่อลูกค้าด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่าเรื่อง มีบริการ
หลังการขาย เช่น ตัดซากางเกง มีความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการบริการ
หลังการขายอย่างๆอย่าง เช่น ปรับแก้ทรงให้เข้ากับลูกค้าฟรี หรือปรับแก้ทรงในราคาพิเศษ เพื่อสร้างความพึง
พอใจแก่ลูกค้าให้กลับมาซื้อซ้ำ

PAYAP UNIVERSITY