

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์แข่งขันในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังแข่งขันกันรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนบทบาทและกลยุทธ์ให้ทันกับทุกสถานการณ์ เนื่องจากปัจจุบันอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และผู้คนหันมาให้ความสนใจในเรื่องการแต่งกายมากขึ้น อุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่น จึงสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง เพราะมีลูกค้าแทบทุกกลุ่มรองรับอยู่ ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจจะชะลอตัว และเสื้อผ้าแฟชั่นจะจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย แต่ยังมีกลุ่มคนส่วนหนึ่งที่ยังคงเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นอยู่เป็นประจำ ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าแฟชั่นในปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทของแบบเสื้อผ้าแฟชั่นได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทชุดทำงาน และประเภทเสื้อผ้าม้าลอง ซึ่งเสื้อผ้าแฟชั่นประเภทม้าลองนั้น ล้วนแต่มีผู้ผลิตเป็นจำนวนมากที่แข่งขันกันไม่ว่าจะเป็นการสร้างตราสินค้าของตนเอง หรือการจ้างผลิต จะเห็นได้ว่าเสื้อผ้าแฟชั่นนั้นถือว่าเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่สามารถทำผลกำไรได้สูง และเนื่องด้วยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่จำเป็นในการดำเนินชีวิต แต่ละบุคคลแสวงหารูปแบบการแต่งกาย เพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง ซึ่งบางคนชอบแบบเรียบง่าย บางคนชอบหรูหรา บางคนชอบแบบทันสมัย ซึ่งทั้งหมดนั้นขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล และจากการประเมินตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นในประเทศนั้นพบว่า มีมูลค่าทั้งสิ้น หลายหมื่นล้านบาท ซึ่งมีทั้งผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตที่สร้างตราสินค้าของตนเอง จึงทำให้โอกาสที่จะเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ ๆ ในตลาดนั้นเป็นไปได้ง่ายและรวดเร็ว ดังนั้นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น หรือเสื้อของกลุ่มนักศึกษา จะอยู่ที่ความตั้งใจซื้อโดยตามกระแสเป็นส่วนใหญ่ ทั้งในด้านอาหาร ทรงผม และการแต่งกาย ซึ่งสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนมากที่สุด คือ การแต่งกาย โดยกำลังซื้อหลักจะเป็นวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานเป็นกลุ่มประชากรตลาดที่ผู้ประกอบการในด้านต่าง ๆ มองเห็นถึงความสำคัญ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถตัดสินใจการเกิดใหม่ของสินค้า หรือการถดถอย จนกระทั่งการดับสลายของสินค้านั้น ๆ ได้ หรือกล่าวอีกนัยว่า ถ้าธุรกิจใดสามารถครองใจกลุ่มวัยรุ่นได้มากที่สุด ถือได้ว่าธุรกิจนั้น ๆ ประสบความสำเร็จทางการตลาดในระดับหนึ่ง

ผู้วิจัยจึงต้องการจะศึกษาว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยความตั้งใจซื้อนั้น มีปัจจัยใดที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่อยู่ในสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษา

ที่เป็นผู้ที่มีการรับรู้ รับทราบ ได้เห็น ได้ยิน ได้เรียนรู้ วัตถุประสงค์แตกต่าง ๆ และถูกชักจูงได้ง่าย ด้วยสาเหตุดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ของกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี เพื่อกำหนดแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเลือกปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นตัวแปรการศึกษาการวิจัยครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรี โดยกำหนดความต้องการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรีเปรียบเทียบกับลักษณะของประชากรของผู้บริโภค

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรีต่างกัน
 - 1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน
 - 1.2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน
 - 1.3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน
 - 1.4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน
 - 1.5 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถเป็นฐานในการวางแผนการตลาดสำหรับผู้บริโภคในกลุ่มนักศึกษาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี
2. สามารถนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ กำหนดกลยุทธ์ของต่อไปในอนาคต
3. สามารถขยายฐานตลาดความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นไปยังกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรี
4. สามารถตอบสนองความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในจังหวัดชลบุรี ที่เป็นกลุ่มนักศึกษา

ขอบเขตของการวิจัย

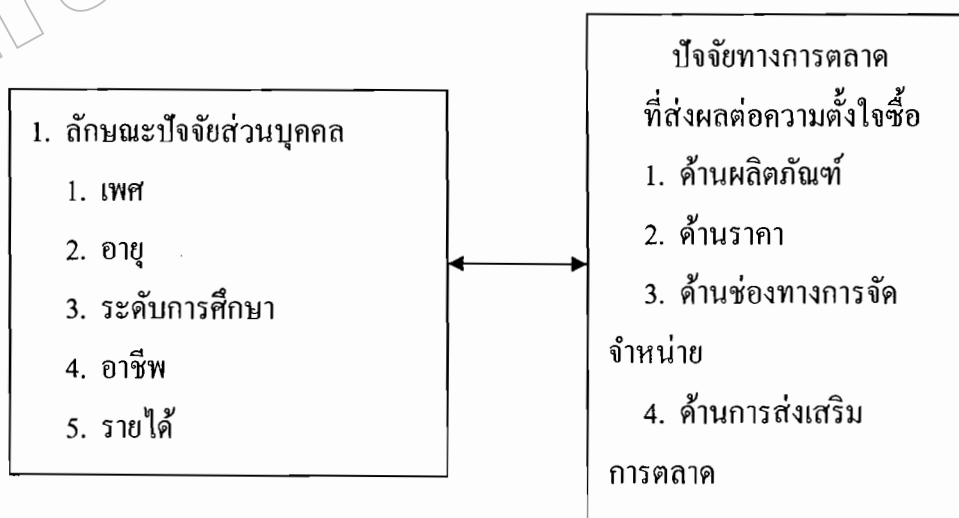
1. ทำการศึกษาวิจัยกลุ่มประชากรที่ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรี
2. งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยการกำหนดกลุ่มประชากรที่ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในจังหวัดชลบุรี
3. ช่วงเวลาทำการวิจัยจัดทำระหว่างเดือนเมษายน - เดือนพฤษภาคม 2554

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาในสถาบันการศึกษาในจังหวัดชลบุรี” มีกรอบแนวความคิด ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะเพื่อให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้
 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของแต่ละบุคคล
 เกี่ยวกับประสบการณ์ และพฤติกรรมการซื้อขาย ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ ระดับเงินเดือน
 และสถานภาพทางสังคม ซึ่งในที่นี้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่
 ศึกษาในสถาบันการศึกษาของจังหวัดชลบุรี

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่ช่วยในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดบรรลุ
 วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้ผู้ซื้อมีการตอบสนองในการตัดสินใจซื้อสินค้าใน
 ที่นี้ คือ เสื้อผ้าแฟชั่น ประกอบด้วย

ผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบ หรือลวดลายที่ทันสมัย ขนาดของเสื้อผ้าใส่ได้พอเหมาะ ลักษณะ
 เนื้อผ้าที่มีคุณภาพดี การตัดเย็บที่ประณีต

ราคา คือ เป็นการกำหนดการแลกเปลี่ยนสินค้าโดยออกมาในรูปแบบเงินสด เพื่อให้
 เกิดการตัดสินใจซื้อ คือ ราคาที่สามารถซื้อได้ ส่วนลดราคา

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การสนับสนุนทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งจะ
 อำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ ปริมาณสินค้า ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย คือ ขายผ่านอินเทอร์เน็ต
 จัดแสดงในห้างสรรพสินค้า ขายในตลาดนัด ขายในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทาง

การส่งเสริมทางการตลาด หมายถึง เป็นการจูงใจกรรมการติดต่อสื่อสาร เพื่อเผยแพร่
 ข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งจะช่วยกระตุ้นหรือจูงใจให้เกิดความต้องการและ
 ตัดสินใจซื้อ คือ การลด แลก แจก แถม เปลี่ยนสินค้าได้หากสินค้าชำรุด การให้ลองสินค้า

ความตั้งใจซื้อ หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น และ
 ไม่คิดจะเปลี่ยนไปซื้อสินค้านานอื่น แม้ว่าจะได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่นก็ตาม ซึ่งความตั้งใจซื้อ
 เกิดจากผู้บริโภคได้ประเมินตราสินค้า และการบริการจนเป็นที่พึงพอใจในสินค้า