

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ หรือ ที่เรียกว่า “ปัจจัยสี่” อันได้แก่ ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรค ซึ่งในอดีตมนุษย์มักตัดเย็บเสื้อผ้าเพื่อสวมใส่เอง แต่เมื่อมีการพัฒนาอุตสาหกรรม ทำให้มนุษย์ใช้เวลากับการทำงานมากขึ้น จึงเป็นเหตุผลการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายแก่บุคคลที่ไม่มีเวลาตัดเย็บเสื้อผ้าเอง และเป็นที่ยอมรับจนถึงปัจจุบัน ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ โดยเฉพาะตลาดเสื้อผ้าผู้หญิงประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีแนวโน้มการแต่งกายตามสมัยนิยมสูง นอกจากนี้ตลาดเสื้อผ้าของผู้หญิงมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าตลาดเสื้อผ้าของผู้ชาย สาเหตุเพราะผู้หญิงตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วยอารมณ์ความรู้สึก (Emotion) และการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน (Visual Merchandise) เป็นส่วนใหญ่ ขณะที่ผู้ชายตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผล และดูเรื่องราคาเป็นหลัก (Brandage, 2548: ออนไลน์) ในปี พ.ศ. 2553 จังหวัดลำปาง มีจำนวนประชากร 761,949 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 386,607 คน เพศชายจำนวน 375,342 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553: ออนไลน์) ซึ่งหากแบ่งตามระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา มีมหาวิทยาลัยทั้งหมด 9 แห่ง มีจำนวนนักศึกษานหญิง 7,907 คน ระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา สายสามัญมีสถานศึกษาจำนวน 27 แห่ง มีจำนวนนักเรียนหญิง 9,190 คน สายอาชีพ มีสถานศึกษาจำนวน 9 แห่ง มีจำนวนนักศึกษานหญิง 4,836 คน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2553: ออนไลน์) จากข้อมูลดังกล่าวกลุ่มนักเรียน และนักศึกษานหญิง ถือเป็นกลุ่มตลาดที่มีการเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆ และมีความหิวหามากที่สุด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจได้ด้วยตนเองค่อนข้างสูง เป็นกลุ่มที่มีการรับรู้ ไวต่อสื่อ กระแสต่างๆ และถูกชักจูงได้ง่าย อีกทั้งยังมีความหลากหลายในด้านการใช้จ่าย โดยเฉพาะเพศหญิง ซึ่งเป็นเพศและวัยที่มีความรักสวยรักงาม และชอบการแต่งกายให้สวยงาม ซึ่งจากผลงานวิจัยที่ได้ศึกษาสิ่งที่อยู่ในความสนใจของผู้หญิงโดยเก็บข้อมูลจากผู้หญิงอายุระหว่าง 18 – 25 ปี ระบุว่าสิ่งที่ผู้หญิงส่วนใหญ่สนใจมากที่สุดก็คือสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว โดยเฉพาะการใส่ใจกับตัวเองที่ผู้หญิงทั่วโลกให้ความสำคัญเป็นพิเศษ คือเรื่องความสวยความงาม ซึ่งรวมถึงความสวยความงามด้านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วย (กฤษติกา คงสมพงษ์, 2550)

ดังนั้น กลุ่มนักเรียน และนักศึกษาหญิง จึงถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มสำคัญของธุรกิจด้านความสวยความงาม รวมทั้งธุรกิจผลิตและจำหน่าย เสื้อผ้าแฟชั่นด้วย โดยจะเห็นได้จากแหล่งขายเสื้อผ้าหลายแห่งที่เป็นทั้งห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ คือ ห้างบิ๊กซี เทสโก้โลตัส ห้างเสรีสรรพสินค้า แสงเจริญ และตลาดนัดกลางคืน บริเวณตลาดอัสวิน กาดกองต้า (ถนนคนเดิน) ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาหญิง เพื่อนำไปสู่การผลิตหรือจัดหาสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ ในการจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นให้แก่ักเรียนและนักศึกษาหญิงใน จังหวัดลำปาง

นิยามศัพท์

พฤติกรรมการซื้อ หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้าและบริการด้วยเงิน รวมถึงกระบวนการกระทำต่างๆที่เกิดขึ้นก่อน และเป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆกัน ในที่นี้กล่าวถึงการศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคว่า ซื้ออะไร ทำไม ผู้บริโภคถึงซื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร

นักเรียน หมายถึง นักเรียนหญิง ที่เรียนในสายสามัญใน จังหวัดลำปาง

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาหญิง ที่เรียนในระดับอุดมศึกษา และนักศึกษาที่เรียนในสาขาอาชีพ ในจังหวัดลำปาง

เสื้อผ้าแฟชั่น/เสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น หมายถึง เสื้อผ้าที่ตัดเย็บสำเร็จพร้อมสวมใส่ที่ผลิตตามสมัยนิยม หรือวิธีการที่นิยมกันทั่วไปชั่วระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งมักผลิตแบบละจำนวนมาก ใช้วิธีการทำงานที่ต้องคำนึงถึงแง่การขาย รูปร่างแบบตัด (Pattern) จะผลิตเป็นขนาด

(Size) ให้ได้รูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน (Standard) (สถาบันพัฒนาเพื่อเทิร์นเทคนิคและการ
ออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป กรุงเทพฯ, 2547: ออนไลน์)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved