

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.0 มีช่วงอายุ 23-30 ปี ร้อยละ 33.7 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 26.0 และอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 18.3 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.7 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 18.0 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15.3 โดยประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง ร้อยละ 56.3 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 22.7 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 12.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 27.3 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 26.3 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 18.0

##### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อกางเกงยีนส์ ร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ เสื้อยืดคอกกลม คอปก ร้อยละ 62.0 และเสื้อเชิ้ต ร้อยละ 46.3 ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ ผ้าฝ้าย ร้อยละ 79.0 รองลงมา คือ ผ้าไนลอน ร้อยละ 40.0 และผ้าลินิน ร้อยละ 30.3 โดยเลือกซื้อเนื้อผ้าที่มีคุณสมบัติสวมใส่สบาย ระบายอากาศดี ร้อยละ 89.0 รองลงมา คือ ไม่ค่อยยับ อยู่ทรง ร้อยละ 50.3 และสีไม่ตก ร้อยละ 47.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบ ร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ มีรูปแบบใหม่ ร้อยละ 52.3 และเพื่อสวมใส่ทำงาน ร้อยละ 46.0 โดยเห็นว่า ตนเอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากที่สุด ร้อยละ 67.0 รองลงมา คือ สมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 15.7 และเพื่อน ร้อยละ 7.3 มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 29.0 รองลงมา คือ 3-4 สัปดาห์/ครั้ง ร้อยละ 28.3 และมากกว่า 2 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 22.3 นิยมไปเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในช่วงเวลาวันเสาร์-วันอาทิตย์ ร้อยละ 67.7 รองลงมา คือ วันจันทร์-วันศุกร์ ร้อยละ 21.0 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 11.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่

เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป ร้อยละ 37.7 รองลงมา คือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 35.7 และแผงลอย ตลาดนัด ร้อยละ 23.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้าบางครั้ง ร้อยละ 45.7 รองลงมา คือ ไม่เคยวางแผนการซื้อล่วงหน้า ร้อยละ 40.0 และมีการวางแผนการซื้อล่วงหน้าทุกครั้ง ร้อยละ 14.3 โดยจำนวนการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 ตัว/ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 75.3 รองลงมา คือ 3-4 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 20.3 และ 5-6 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 3.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในราคา 100-500 บาท/ตัว ร้อยละ 59.0 รองลงมา คือ 501-1,000 บาท/ตัว ร้อยละ 22.3 และต่ำกว่า 100 บาท/ตัว ร้อยละ 8.3 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาท ร้อยละ 42.3 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 24.7 และ 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 16.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน ร้อยละ 52.7 รองลงมา คือ นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ ร้อยละ 19.0 และเพื่อน ร้อย ละ 12.0 โดยมีเหตุผลที่สำคัญในการเลือกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ ตามโอกาส ร้อยละ 38.7 รองลงมา คือ ตามความจำเป็น ร้อยละ 32.0 และตามแฟชั่น ร้อยละ 19.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้า ร้อยละ 56.7 รองลงมา คือ รับประทาน ร้อยละ 34.7 และมีบริการแก้ไขเสื้อผ้า ร้อยละ 8.0 ปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยาก ร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ แบบ สีและเนื้อผ้าไม่ถูกใจ ร้อยละ 42.3 และ เสื้อผ้าเสียรูปทรงหลังการซัก-รีด ร้อยละ 39.7

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยรวมเฉลี่ย ในระดับความสำคัญมาก เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.02) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับ สำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.42) คุณภาพ ความ คงทน (ค่าเฉลี่ย 4.19) สี สัน รูปแบบสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.10) ใช้ได้หลายโอกาส (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ ชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.50) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.24) ราคาเหมาะสมกับชื่อยี่ห้อ/ตราสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.02) ต่อรองราคาได้ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยปัจจัยทั้งหมดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีการจัดเรียงสินค้าน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และมีการตกแต่งร้านที่สวยงาม (ค่าเฉลี่ย 3.56) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ การบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีส่วนลด/สินค้าลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.04) มีพนักงานขายแนะนำสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) และการโฆษณาตามสื่อ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ

**ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล**

**4.1 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามเพศ**

**ตารางที่ 5.1** สรุปพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	เสื้อยืดคอกกลม คอปก (66.7)	เสื้อแขนสั้น (72.0)
ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	ผ้าฝ้าย (76.0)	ผ้าฝ้าย (82.0)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) สรุปพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป  
จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
เหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เพื่อสวมใส่ทำงาน (51.3)	เกิดความชอบ (77.3)
ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง (33.3)	1-2 สัปดาห์/ครั้ง (32.0)
สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	ห้างสรรพสินค้า (44.0)	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้า ทั่วไป (38.0)
ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ย ต่อเดือน	500-1,000 บาท (47.3)	500-1,000 บาท (37.3)
แหล่งข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ ได้รับ	การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน (56.0)	การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน (49.3)
การบริการที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	มีบริการให้ลองเสื้อผ้า (55.3)	มีบริการให้ลองเสื้อผ้า (58.0)
ปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หาขนาดพอดีตัวยาก (46.0)	หาขนาดพอดีตัวยาก (46.0)

#### 4.2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร

จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 5.2 สรุปพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ประเภทของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	กางเกงยีนส์ (65.2)	กางเกงยีนส์ (76.7)	กางเกงยีนส์ (73.3)	กางเกงยีนส์ (57.7)	เสื้อยืด คอกลม คอปก (58.2)	กางเกงสแลค ผ้า (76.9)
ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	ผ้าฝ้าย (56.5)	ผ้าฝ้าย (66.7)	ผ้าฝ้าย (83.2)	ผ้าฝ้าย (82.1)	ผ้าฝ้าย (81.8)	ผ้าฝ้าย (84.6)
เหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	เกิดความชอบ (78.3)	เกิดความชอบ (66.7)	เกิดความชอบ (73.3)	เพื่อสวมใส่ทำงาน (67.9)	เพื่อบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ (45.5)	เพื่อสวมใส่ทำงาน (61.5)
ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	1-2 สัปดาห์/ครั้ง (39.1)	3-4 สัปดาห์/ครั้ง (56.7)	3-4 สัปดาห์/ครั้ง (30.7)	1-2 เดือน/ครั้ง (33.3)	มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง (34.5)	มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง (61.5)
สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	แผงลอยตลาดนัด (43.5)	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป (46.7)	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป (41.6)	ห้างสรรพสินค้า (42.4)	ห้างสรรพสินค้า (60.0)	ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป (53.8)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ) สรุปลักษณะการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 500 บาท (56.5)	500-1,000 บาท (63.3)	500-1,000 บาท (45.5)	500-1,000 บาท (39.7)	500-1,000 บาท (34.5)	500-1,000 บาท (23.0)
แหล่งข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ได้รับ	เพื่อน (34.9)	การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน (36.7)	การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน (49.5)	การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน (64.1)	การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน (63.6)	การจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน (53.8)
การบริการที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	บริการให้ลองเสื้อผ้า (52.5)	รับเปลี่ยนเสื้อผ้า (50.0)	บริการให้ลองเสื้อผ้า (55.4)	บริการให้ลองเสื้อผ้า (64.1)	บริการให้ลองเสื้อผ้า (58.2)	บริการให้ลองเสื้อผ้า (53.8)
ปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หาขนาดพอดีตัวยาก (56.5)	หาขนาดพอดีตัวยาก (46.7)	เสื้อผ้าเสีย รูปทรงหลังการซัก-รีด (48.5)	หาขนาดพอดีตัวยาก (47.4)	หาขนาดพอดีตัวยาก (52.7)	หาขนาดพอดีตัวยาก (46.2)

#### 4.3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 5.3 สรุปพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ประเภทของเสื้อผ้า สำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	เสื้อยืดคอ กลม คอปก (70.6)	กางเกงยีนส์ (63.0)	เสื้อยืดคอ กลม คอปก (71.9)	กางเกงยีนส์ (59.7)	เสื้อยืดคอ กลม คอปก (69.6)
ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	ผ้าฝ้าย (64.7)	ผ้าฝ้าย (63.0)	ผ้าฝ้าย (81.3)	ผ้าฝ้าย (83.6)	ผ้าฝ้าย (93.5)
เหตุผลที่ทำให้ซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	เกิด ความชอบ (61.8)	มีรูปแบบ ใหม่ (68.5)	เกิด ความชอบ (59.4)	เกิด ความชอบ (64.9)	เกิด ความชอบ (54.3)
ความถี่ในการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	1-2 เดือน/ ครั้ง (32.4)	3-4 สัปดาห์/ ครั้ง (33.3)	1-2 เดือน/ ครั้ง (37.5)	3-4 สัปดาห์/ ครั้ง (32.8)	มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง (39.2)
สถานที่ที่เลือกซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	แผงลอย ตลาดนัด (61.8)	ร้านจำหน่าย เสื้อผ้าทั่วไป (44.4)	ร้านจำหน่าย เสื้อผ้าทั่วไป (62.5)	ห้างสรรพ สินค้า (46.3)	ห้างสรรพ สินค้า (69.5)
ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูปโดย เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 500 บาท (70.6)	500-1,000 บาท (55.6)	500-1,000 บาท (56.3)	500-1,000 บาท (42.5)	500-1,000 บาท (28.3)

ตารางที่ 5.3 (ต่อ) สรุปพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป  
จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
แหล่งข้อมูลข่าวสาร ของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ ได้รับ	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (50.0)	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (40.6)	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (53.1)	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (54.4)	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (63.0)
การบริการที่ทำให้ ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	รับเปลี่ยน เสื้อผ้า (47.1)	รับเปลี่ยน เสื้อผ้า (53.7)	รับเปลี่ยน เสื้อผ้า (59.4)	บริการให้ ลองเสื้อผ้า (66.4)	บริการให้ ลองเสื้อผ้า (76.1)
ปัญหาที่พบบ่อยใน การซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	แบบ สีและ เนื้อผ้าไม่ ถูกใจ (41.2)	แบบ สีและ เนื้อผ้าไม่ ถูกใจ (48.1)	ตะเข็บและ เครื่องเกาะ เกี่ยวหลุด ง่าย (65.6)	เสื้อผ้าเสีย รูปทรงหลัง การซัก-รีด (48.5)	หาขนาด พอดีตัวยาก (50.0)



4.4 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร  
จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 5.4 สรุปพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ประเภทของเสื้อผ้า สำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	กางเกงยีนส์ (47.1)	เสื้อยืดคอกกลม คอปก (68.0)	เสื้อเชิ้ต (75.0)	กางเกงยีนส์ (60.3)
ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	ผ้าฝ้าย (77.8)	ผ้าฝ้าย (76.3)	ผ้าฝ้าย (88.9)	ผ้าฝ้าย (80.9)
เหตุผลที่ทำให้ซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	เกิดความชอบ (81.5)	เกิดความชอบ (65.7)	เพื่อสวมใส่ ทำงาน (61.1)	เกิดความชอบ (58.8)
ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	1-2 สัปดาห์/ ครั้ง (33.3)	1-2 เดือน/ครั้ง (32.6)	1-2 เดือน/ครั้ง (30.6)	มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง (32.3)
สถานที่ที่เลือกซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	ร้านจำหน่าย เสื้อผ้าทั่วไป (44.4)	ร้านจำหน่าย เสื้อผ้าทั่วไป (37.3)	ห้างสรรพสินค้า (44.4)	ห้างสรรพสินค้า (47.1)
ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูปโดย เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 500 บาท (48.2)	500-1,000 บาท (44.4)	500-1,000 บาท (44.4)	500-1,000 บาท (36.8)

ตารางที่ 5.4 (ต่อ) สรุปพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป  
จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
แหล่งข้อมูลข่าวสาร ของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ ได้รับ	เพื่อน (29.7)	การจัดวาง การ ตกแต่งหน้าร้าน (52.7)	การจัดวาง การ ตกแต่งหน้าร้าน (63.8)	การจัดวาง การ ตกแต่งหน้าร้าน (58.8)
การบริการที่ทำให้ ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	บริการให้ลอง เสื้อผ้า (63.0)	บริการให้ลอง เสื้อผ้า (52.1)	บริการให้ลอง เสื้อผ้า (52.8)	บริการให้ลอง เสื้อผ้า (67.6)
ปัญหาที่พบบ่อยในการ ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หาขนาดพอดี ตัวยาก (51.9)	หาขนาดพอดี ตัวยาก (47.3)	หาขนาดพอดี ตัวยาก (50.0)	แบบ สีและ เนื้อผ้าไม่ถูกใจ (41.2)

4.5 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 5.5 สรุปพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตาม  
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
ประเภทของเสื้อผ้า สำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	กางเกงยีนส์ (64.4)	เสื้อยืดคอ กลม คอปก (72.0)	เสื้อเชิ้ตและ กางเกงยีนส์ (57.4)	เสื้อเชิ้ตและ กางเกงยีนส์ (60.0)	กางเกงยีนส์ (65.8)
ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ	ผ้าฝ้าย (66.7)	ผ้าฝ้าย (69.5)	ผ้าฝ้าย (88.9)	ผ้าฝ้าย (87.5)	ผ้าฝ้าย (84.8)
เหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	มีรูปแบบ ใหม่ (62.2)	เกิด ความชอบ (65.9)	เพื่อสวมใส่ ทำงาน (61.1)	เพื่อสวมใส่ ทำงาน (62.5)	เกิด ความชอบ (59.5)
ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	1-2 สัปดาห์/ ครั้ง (35.6)	3-4 สัปดาห์/ ครั้ง (37.8)	1-2 เดือน/ ครั้ง (35.2)	3-4 สัปดาห์/ ครั้ง (35.0)	มากกว่า 2 เดือน/ครั้ง (32.8)
สถานที่ที่เลือกซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	แผงลอย ตลาดนัด (51.1)	ร้านจำหน่าย เสื้อผ้าทั่วไป (45.1)	ร้านจำหน่าย เสื้อผ้าทั่วไป (50.0)	ห้างสรรพ สินค้า (45.0)	ห้างสรรพ สินค้า (69.6)
ค่าใช้จ่ายในการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูปโดย เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 500 บาท (60.0)	500-1,000 บาท (53.7)	500-1,000 บาท (57.4)	500-1,000 บาท (47.5)	1,001-1,500 บาท (29.2)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) สรุปพฤติกรรมลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูป	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)
แหล่งข้อมูลข่าวสาร ของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ ได้รับ	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (31.1)	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (50.0)	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (62.9)	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (50.0)	การจัดวาง การตก แต่งหน้า ร้าน (62.0)
การบริการที่ทำให้ ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า สำเร็จรูป	บริการให้ ลองเสื้อผ้า (48.9)	รับเปลี่ยน เสื้อผ้า (53.7)	บริการให้ ลองเสื้อผ้า (57.4)	บริการให้ ลองเสื้อผ้า (62.5)	บริการให้ ลองเสื้อผ้า (76.0)
ปัญหาที่พบบ่อยในการ ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป	หาขนาด พอดีตัวยาก และแบบ สี และเนื้อผ้า ไม่ถูกใจ (44.4)	แบบ สีและ เนื้อผ้าไม่ ถูกใจ (47.6)	เสื้อผ้าเสีย รูปทรงหลัง การซัก-รีด (46.3)	เสื้อผ้าเสีย รูปทรงหลัง การซัก-รีด (55.0)	หาขนาด พอดีตัวยาก (50.6)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัด  
สมุทรสาครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร  
จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 5.6 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปลำดับแรกของ  
ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	
	เพศชาย	เพศหญิง
	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง (4.42)	ขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง (4.41)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.21)	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (4.27)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อ การเลือกซื้อ (3.99)	สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อ การเลือกซื้อ (4.00)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	การบริการของพนักงาน ชาย (4.03)	การบริการของพนักงาน ชาย (4.12)

## 5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร

จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 5.7 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปลำดับแรกของ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	อายุ					
	ต่ำกว่า 18 ปี	18-22 ปี	23-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-59 ปี
	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ขนาดที่ เหมาะ สมกับ ตนเอง (4.13)	ขนาดที่ เหมาะ สมกับ ตนเอง (4.40)	ขนาดที่ เหมาะ สมกับ ตนเอง (4.34)	ขนาดที่ เหมาะ สมกับ ตนเอง (4.59)	ขนาดที่ เหมาะ สมกับ ตนเอง (4.47)	คุณภาพ ความ คงทน (4.46)
ปัจจัยด้านราคา	ราคา เหมาะ สมกับ คุณภาพ (3.87)	การ ต่อรอง ราคาได้ (4.23)	ราคา เหมาะ สมกับ คุณภาพ (4.23)	ราคา เหมาะ สมกับ คุณภาพ (4.31)	ราคา เหมาะ สมกับ คุณภาพ (4.40)	ราคา เหมาะ สมกับ คุณภาพ (4.23)
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือก ซื้อ (3.87)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือก ซื้อ (4.03)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือก ซื้อ (3.97)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือก ซื้อ (4.03)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือก ซื้อ (4.05)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือก ซื้อ (3.85)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การบริการ ของ พนักงาน ขาย (4.04)	การบริการ ของ พนักงาน ขาย (4.20)	มีส่วนลด/ สินค้าลด ราคา (3.99)	การบริการ ของ พนักงาน ขาย (4.18)	มีส่วนลด/ สินค้าลด ราคา (4.13)	การบริการ ของ พนักงาน ขาย (4.08)

### 5.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร

จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 5.8 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปลำดับแรกของ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	ระดับการศึกษา				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.15)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.20)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.56)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.46)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.63)
ปัจจัยด้าน ราคา	ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพ (4.06)	ต่อรองราคา ได้ (4.33)	ต่อรองราคา ได้ (4.22)	ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพ (4.23)	ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพ (4.53)
ปัจจัยด้านการ จัดจำหน่าย	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (3.94)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (3.93)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (3.87)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (3.99)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (4.22)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริม การตลาด	การบริการ ของพนักงาน ขาย (4.21)	มีส่วนลด/ สินค้าลดราคา (4.17)	การบริการ ของพนักงาน ขาย (4.31)	การบริการ ของพนักงาน ขาย (3.98)	การบริการ ของพนักงาน ขาย (4.20)

#### 5.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร

จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 5.9 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปลำดับแรกของ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	อาชีพ			
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.30)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.42)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.53)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.40)
ปัจจัยด้านราคา	ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ (4.00)	ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ (4.21)	ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ (4.53)	ราคาเหมาะสม กับคุณภาพ (4.24)
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	สถานที่ จำหน่ายสะดวก ต่อการเลือกซื้อ (4.00)	สถานที่ จำหน่ายสะดวก ต่อการเลือกซื้อ (3.97)	สถานที่ จำหน่ายสะดวก ต่อการเลือกซื้อ (4.06)	สถานที่ จำหน่ายสะดวก ต่อการเลือกซื้อ (4.01)
ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	การบริการของ พนักงานขาย (4.07)	การบริการของ พนักงานขาย (4.14)	การบริการของ พนักงานขาย (4.14)	ส่วนลด/สินค้า ลดราคา (3.97)



5.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 5.10 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปลำดับแรกของ  
ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)	(ค่าเฉลี่ย)
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.20)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.33)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.50)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.30)	ขนาดที่ เหมาะสมกับ ตนเอง (4.63)
ปัจจัยด้านราคา	ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพ (4.00)	การต่อรอง ราคาได้ (4.33)	ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพ (4.28)	ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพ (4.25)	ราคา เหมาะสมกับ คุณภาพ (4.42)
ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (3.87)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (4.01)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (3.96)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (3.88)	สถานที่ จำหน่าย สะดวกต่อ การเลือกซื้อ (4.13)
ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด	การบริการ ของพนักงาน ขาย (4.02)	มีส่วนลด/ สินค้าลดราคา (4.29)	มีส่วนลด/ สินค้าลดราคา (4.00)	การบริการ ของพนักงาน ขาย (3.85)	การบริการ ของพนักงาน ขาย (4.09)

## ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะร้อยละ 15.0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะได้เสนอแนะว่าควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด ร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ มีการพัฒนาขนาดของเสื้อผ้าให้มีความหลากหลายร้อยละ 26.7 พัฒนาคุณภาพของสินค้าร้อยละ 22.2 และต้องการเสื้อผ้าที่ใส่สบายร้อยละ 17.8 ตามลำดับ

### อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 คน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

#### การอภิปรายผลการศึกษาตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค 6W's 1H

ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ได้มีการตั้งคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ออกเป็น 7 ประการ ซึ่งเมื่อแยกอภิปรายแต่ละส่วนจะได้รายละเอียดดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ซึ่งจะศึกษาเฉพาะด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 23-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ทำให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป จะเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภท กางเกงยีนส์และเสื้อยืดคอกลม คอปก มากที่สุด โดยชนิดของผ้าที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ ผ้าฝ้าย เนื่องจากเนื้อผ้ามีคุณสมบัติสวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับ สิทธิรักษ์ วิชัย (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดนัดวันหยุด กรณีศึกษาตลาดนิกรธานี จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้ซื้อส่วนมากมักจะซื้อเสื้อผ้าที่มีลักษณะเนื้อผ้านุ่มและสวมใส่สบาย

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบ ซึ่งสอดคล้องกับ วรณส วงศ์กังแห (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อรองเท้าของสตรีในกรุงเทพมหานคร พบว่า สตรีวัยทำงานส่วนใหญ่ซื้อรองเท้าไม่แน่นอนเหตุผลในการซื้อ คือ เกิดความชอบ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึง เพื่อให้ทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จากการศึกษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ตนเอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ สิทธิรักษ์ วิชัย (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดนัดวันหยุด กรณีศึกษาตลาดนิกรธานี จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ชอบมาจับกับเพื่อนและตัดสินใจซื้อด้วยตนเองและยังสอดคล้องกับ นฤมล จ่างโพธิ์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ส่วนใหญ่นิยมไปซื้อเสื้อผ้ากับเพื่อน แต่จะตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตนเอง

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึง โอกาสในการซื้อ (Occasions) จากการศึกษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้งมากที่สุด โดยนิยมไปเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในช่วงเวลาวันเสาร์-วันอาทิตย์ เนื่องจากเป็นวันหยุด ซึ่งสอดคล้องกับ ธนาริ นิษกรณั (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้บริโภครูปร่างใหญ่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เวลาที่มักเลือกซื้อ คือ วันหยุดสุดสัปดาห์

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึง สถานที่ (Outlets) ที่ผู้บริโภคจะไปทำการซื้อ จากการศึกษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับ นฤมล จ่างโพธิ์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ส่วนใหญ่นิยมไปเลือกซื้อเสื้อผ้าที่ร้านเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั่วไป เนื่องจากสะดวกและมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อทำให้ทราบถึง ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) จากการศึกษ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้าบางครั้ง โดยจะซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 ตัว/ครั้ง ส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในราคา 100-500 บาท/ตัว ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาท มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน ซึ่งสอดคล้องกับ วนรศ วงศ์กังแห (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อรองเท้าของสตรีในกรุงเทพมหานคร พบว่า สตรีวัยทำงานส่วนใหญ่ได้รับทราบข่าวสารจากการจัดวางและการตกแต่งหน้าร้าน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่สำคัญในการเลือกแบบ

เสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ ตามโอกาส โดยตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้าและมีปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยาก

**การอภิปรายผลการศึกษาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด**

จากการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยรวมเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากทุกปัจจัย เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับ สิทธิรักษ์ วิชัย (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในตลาดนัดวันหยุด กรณีศึกษาตลาดนิกรธานี จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสำคัญมาก โดยลำดับแรก คือ ขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) ที่อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ วรณส วงศ์กังแห (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อรองเท้าของสตรีในกรุงเทพมหานคร พบว่า สตรีวัยทำงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง มีขนาดเหมาะสมกับเท้าของตนเอง

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านราคาในระดับสำคัญมาก โดยลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) ที่อธิบายว่า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ นฤมล งามโพธิ์ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นสิ่งที่ให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับสำคัญมาก โดยลำดับแรก คือ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับ วรณส วงศ์กังแห (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม

การซื้อรองเท้าของสตรีในกรุงเทพมหานคร พบว่า สตรีวัยทำงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องหาซื้อง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับสำคัญมาก โดยลำดับแรก คือ การบริการของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับ วรณส วงศ์กังแห (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อรองเท้าของสตรีในกรุงเทพมหานคร พบว่า สตรีวัยทำงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง การบริการของพนักงานขาย

### ข้อค้นพบ

ผลการศึกษารูปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อกางเกงยีนส์ เสื้อยืดคอกลม คอปกและเสื้อเชิ้ต ตามลำดับ โดยชนิดของผ้าที่นิยมเลือกซื้อ คือ ผ้าฝ้าย เนื่องจากมีคุณสมบัติสวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบและเห็นว่า ตนเอง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้ง โดยจำนวนการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแต่ละครั้งอยู่ที่ 1-2 ตัว/ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในราคา 100-500 บาท/ตัว โดยเฉลี่ยมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 500-1,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการจัดวางการตกแต่งหน้าร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อมีบริการให้ลองเสื้อผ้า และปัญหาที่พบบ่อยในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ หาขนาดพอดีตัวยาก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะขนาดที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเลือกซื้อเสื้อยืดคอกลม คอปกมากที่สุด ส่วนเพศหญิงเลือกซื้อเสื้อแพ้นมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อสวมใส่ทำงาน แต่เพศหญิงมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า 2 เดือน/ครั้ง แต่เพศหญิงมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 สัปดาห์/ครั้ง ซึ่งจะเห็นได้ว่าเพศหญิงมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่าเพศชาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เกิดความชอบ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อสวมใส่ทำงานและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะเห็นได้ว่าแต่ละช่วงอายุมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปแตกต่างกันไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 สัปดาห์/ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-30 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3-4 สัปดาห์/ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41-59 ปีมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า 2 เดือน/ครั้ง จะเห็นได้ว่าอายุมากขึ้นความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะลดน้อยลง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากแผงลอย ตลาดนัด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-30 ปีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไปเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากเพื่อนส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปทราบข้อมูลข่าวสารจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.มีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ มีรูปแบบใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากแผงลอย ตลาดนัด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และอนุปริญญา/ปวส.เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากห้างสรรพสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500 บาทและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.ขึ้นไปมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีเหตุผลที่ทำให้ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ เพื่อสวมใส่ทำงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาที่มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 สัปดาห์/ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า 2 เดือน/ ครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาทราบข้อมูลข่าวสารของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากเพื่อน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 500 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน 1,001-1,500 บาท

#### **ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ขนาดที่เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด แต่ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51-59 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ คุณภาพ ความคงทนมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด แต่ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-22 ปีและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.และอนุปริญญา/ปวส. รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ การต่อรองราคาได้มากที่สุด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ การบริการของพนักงานขายมากที่สุด แต่ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 23-30 ปีและ 41-50 ปีและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาทและ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ มีส่วนลด/สินค้าลดราคามากที่สุด

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากการศึกษาสำหรับผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากการศึกษพบว่า ตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาครจะแบ่งกลุ่มตลาดตามช่วงอายุ คือ ต่ำกว่า 18 ปี 18-30 ปี 31-50 ปีและ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้ศึกษาจะข้อเสนอกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดตามพฤติกรรมของแต่ละช่วงอายุ โดยจะซื้อเลือกกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 18-30 ปี และ 31-50 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีผู้บริโภคจำนวนมาก

#### ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 18-30 ปี

เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นช่วงที่กำลังจบการศึกษาและเริ่มที่จะเข้าทำงานมีรายได้เป็นของตนเองยังมีความนิยมที่จะซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปตามรูปแบบที่ทันสมัย จากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ จะเลือกซื้อกางเกงยีนส์ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ คือ ผ้าฝ้ายเนื่องจากสวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดี จะซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเมื่อเกิดความชอบ ความดีในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3-4 สัปดาห์/ครั้ง สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปคือ ร้านจำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไป ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาท โดยมากจะรับข้อมูลข่าวสารจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน การบริการที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ มีบริการให้ลองเสื้อผ้า ให้ระดับความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อและมีส่วนลด/สินค้าลดราคา



### การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่มีอายุ 18-30 ปี อยู่ในตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและมีความทันสมัยมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากผลการวิเคราะห์และผลการสำรวจตลาดพบว่า กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความคงทน รูปแบบและสีสันทองสินค้า จะพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้ มีความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 3-4 สัปดาห์/ครั้ง ซึ่งบ่อยกว่ากลุ่มอายุ 31-50 ปี และนิยมซื้อตามกระแสแฟชั่น

โดยคุณภาพสูงสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ คือ เนื้อผ้านุ่ม สวมใส่สบาย มีความประณีตในการตัดเย็บ รูปแบบลักษณะที่ทันสมัยและการออกแบบสินค้าให้มีความแตกต่าง แต่น่าสนใจ ส่วนความทันสมัยมาก คือ มีการออกแบบเสื้อผ้าใหม่ๆ เช่น รูปแบบ ลวดลายผ้าและเนื้อผ้าขึ้นตามแบบสมัยนิยมเป็นที่ยอมรับ ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามกระแสนิยม

ผู้ศึกษาจึงขอเสนอกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อการแข่งขันดังนี้

**กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์** ใช้กลยุทธ์ Line modernization โดยเพิ่มคุณภาพพื้นฐานทั่วไปของเสื้อผ้าสำเร็จรูป เช่น ผลิตจากใยผ้าฝ้ายชั้นดีสวมใส่สบายไม่ร้อน ไม่เสียรูปทรงได้ง่าย ซักแล้วสีไม่ตกและพัฒนารูปแบบให้มีความทันสมัยหลากหลายทั้งสีสันทและรูปแบบที่สวยงาม ในเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบเดียวกันควรให้มีขนาดที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภค เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติโดยรวมของผลิตภัณฑ์ เช่น สวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดีและขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง

**กลยุทธ์ราคา** ใช้กลยุทธ์ New Product pricing คือ ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่มีความทันสมัยมากจะมีราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกมานานแล้ว เนื่องจากเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบอยู่ตลอดเวลา

**กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย** Selective Distribution คือ มีการคัดเลือกคัดสรรทำเลที่ตั้งช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเลือกซื้อ เห็นง่ายและสะดวกตา เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อและการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน

**กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด** ใช้กลยุทธ์ Word of mouth โดยการสร้างบริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าเป็นผู้บอกต่อให้กับเราและมีการลดราคาสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมากเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนลด/สินค้าลดราคา

### ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 31-50 ปี

เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีรายได้ที่มั่นคง ต้องการความน่าเชื่อถือจากสังคม จากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ จะเลือกซื้อเสื้อยืดคอกลม คอปก ชนิดของผ้าที่เลือกซื้อ คือ ผ้าฝ้ายเนื่องจากสวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดี จะซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป 1-2 เดือน/ครั้ง สถานที่ที่เลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ ห้างสรรพสินค้า ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปเฉลี่ยต่อเดือน 500-1,000 บาท โดยมากจะรับข้อมูลข่าวสารจากการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน การบริการที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป คือ มีบริการให้ลองเสื้อผ้า ให้ระดับความสำคัญกับขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อและมีส่วนลด/สินค้าลดราคา

### การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่มีอายุ 31-50 ปี อยู่ในตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและราคาย่อมเยา ทั้งนี้เนื่องมาจากผลการวิเคราะห์และผลการสำรวจตลาด พบว่า กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความคงทนของสินค้ามากกว่าชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตราสินค้า ประกอบกับผู้บริโภคส่วนใหญ่ในจังหวัดสมุทรสาครมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท

โดยคุณภาพสูง หมายถึง สินค้าที่มีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์สำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ คือ เนื้อผ้านุ่ม สวมใส่สบาย มีความประณีตในการตัดเย็บ รูปแบบสามารถใช้ได้บ่อยครั้งและใช้เพื่อสวมใส่ทำงาน ส่วนราคาย่อมเยา หมายถึง ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคาที่ซื้อ โดยไม่ได้คำนึงถึงชื่อเสียงของยี่ห้อ/ตราสินค้าเป็นหลัก ซึ่งราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 500-1,000 บาท/ตัว

ผู้ศึกษาจึงขอเสนอกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อการแข่งขันดังนี้

**กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์** ใช้กลยุทธ์ Line modernization โดยเพิ่มคุณภาพพื้นฐานทั่วไปของเสื้อผ้าสำเร็จรูป เช่น ผลิตจากใยผ้าฝ้ายชั้นดีสวมใส่สบายไม่ร้อน ไม่เสียรูปทรงได้ง่าย ซักแล้วสีไม่ตกและพัฒนารูปแบบให้ดูเรียบง่ายขึ้นน่าเชื่อถือ ในเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบเดียวกันควรให้มีขนาดที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เหมาะสมกับผู้บริโภค เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติโดยรวมของผลิตภัณฑ์ เช่น สวมใส่สบาย ระบายอากาศได้ดีและขนาดที่เหมาะสมกับตนเอง

**กลยุทธ์ราคา** ใช้กลยุทธ์ Discrimination pricing คือ การตั้งราคาตามลักษณะรูปแบบ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อราคา เหมาะสมกับคุณภาพ

**กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย** Selective Distribution คือ มีการคัดเลือกคัดสรรทำเลที่ตั้งช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้บริโภคสะดวกต่อการเลือกซื้อ เห็นง่ายและสะดวกตา เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อสถานที่จำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อและการจัดวาง การตกแต่งหน้าร้าน

**กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด** ใช้กลยุทธ์ Word of mouth โดยการสร้างบริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าเป็นผู้บอกต่อให้กับเราและมีการลดราคาสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมากเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนลด/สินค้าลดราคา

#### ข้อเสนอแนะเพื่อศึกษาในครั้งต่อไป

การศึกษาพฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปในจังหวัดสมุทรสาคร ในครั้งต่อไป ควรเพิ่มการศึกษาในส่วนของระดับความคิดเห็นหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสินค้าที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน ว่ามีความพึงพอใจต่อสินค้าน้อยเพียงใด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาสินค้าในส่วนที่เป็นจุดอ่อนของสินค้าและรักษาจุดแข็งของสินค้าไว้และควรศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยจำแนกออกมาตามปัจจัยส่วนบุคคล ว่ามีความแตกต่างกันทางความคิดหรือไม่