

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ หรือที่เรียกว่า “ปัจจัยสี่” อันได้แก่ ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรค ซึ่งในอดีตมนุษย์มักตัดเย็บเสื้อผ้าเพื่อสวมใส่เอง แต่เมื่อมีการพัฒนาอุตสาหกรรม ทำให้มนุษย์ใช้เวลากับการทำงานมากขึ้น จึงเป็นเหตุผลการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายแก่บุคคลที่ไม่มีเวลาตัดเย็บเสื้อผ้าเอง และเป็นที่ยอมรับจนถึงปัจจุบัน

ธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจ โดยเฉพาะตลาดเสื้อผ้าผู้หญิงประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงเป็นตลาดขนาดใหญ่ มีแนวโน้มการแต่งกายตามสมัยนิยมสูง นอกจากนี้ตลาดเสื้อผ้าของผู้หญิงมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าตลาดเสื้อผ้าของผู้ชาย สาเหตุเพราะผู้หญิงตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วยอารมณ์ ความรู้สึก (Emotion) และการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน (Visual Merchandise) เป็นส่วนใหญ่ ขณะที่ผู้ชายตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผล และดูเรื่องราคาเป็นหลัก (Brandage, 2548 : ออนไลน์) ตลาดเสื้อผ้าผู้หญิงแฟชั่นแบ่งกลุ่มลูกค้าได้หลายแบบ แต่ส่วนใหญ่มักจะแบ่งตามอายุ ซึ่งสามารถแบ่ง 4 กลุ่ม คือ เสื้อผ้าสำหรับเด็กที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยรุ่น อายุไม่เกิน 12 ปี เสื้อผ้าสำหรับวัยรุ่นตอนต้นและวัยรุ่นตอนกลาง อายุ 13-17 ปี เสื้อผ้าสำหรับวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 18 - 25 ปี และเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิง อายุ 25 ปีขึ้นไป (มาร์เก็ตเธียร์, 2546 : ออนไลน์)

กลุ่มนักศึกษาในระดับปริญญาตรีจัดอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มตลาดที่มีการเติบโตมากขึ้นเรื่อยๆและมีความหวือหวามากที่สุด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจได้ด้วยตนเองค่อนข้างสูง เป็นกลุ่มที่มีการรับรู้ไวต่อสื่อ กระแสต่างๆ และถูกชักจูงได้ง่าย อีกทั้งยังมีความหลากหลายในด้านการใช้จ่าย โดยเฉพาะนักศึกษาหญิง ซึ่งเป็นเพศและวัยที่มีความรักสวยรักงามและชอบการแต่งกายให้สวยงาม ซึ่งจากผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า วัยรุ่นมีเงินใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละเกือบ 8,000 บาท ซึ่งไม่ต่างจากเงินเดือนของคนที่เริ่มทำงานทั่วไป แต่วัยรุ่นเป็นกลุ่มที่ยังไม่ต้องทำงานเอง สามารถขอเงินเพิ่มจากผู้อุปการะทางการเงินได้อีกอย่างไม่จำกัดร้อยละ 44.8 ของกลุ่มตัวอย่าง มีการถือบัตรเครดิต ทำให้มีวงเงินใช้จ่ายไม่จำกัดร้อยละ 26.8 กลุ่มตัวอย่าง โดยมีภาพรวมในการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อเสื้อผ้ามากที่สุด ร้อยละ 96.9 รองลงมา คือ ซื้อเครื่องประดับ เช่น นาฬิกา

สายสร้อยและต่างหู ร้อยละ 74.7 ของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอาง ร้อยละ 64.9 และอาหาร ร้อยละ 62.9 (ชนันท์ อภิวันทนาพร และเดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล, 2545)

ในปี พ.ศ. 2549 จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนประชากร 1,658,298 คน ในจำนวนนี้เป็นประชากรซึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 194,040 คน เป็นเพศหญิง 97,554 คน เพศชาย 96,486 คน (กรมการปกครอง, 2549 : ออนไลน์) เป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในวัยกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2550 จำนวน 81,323 คน แบ่งเป็นเพศหญิง 45,887 คน เพศชาย 35,436 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2550 : ออนไลน์) ซึ่งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นหนึ่งในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่สำคัญของจังหวัด ในแต่ละปีมีนักเรียนที่จบระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่เป็นจำนวนมาก โดยในปีการศึกษา 2550 มีนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 23,681 คน แบ่งเป็นนักศึกษาหญิงจำนวน 14,632 คน และนักศึกษาชาย 9,049 คน (สำนักทะเบียนและประมวลผลมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2550) ซึ่งมีจำนวนนักศึกษาหญิงคิดเป็นร้อยละ 61.79 ของจำนวนนักศึกษาทั้งหมดของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และคิดเป็นร้อยละ 31.89 ของนักศึกษาหญิงทั้งหมดในระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ยังมีความหลากหลายในสาขาวิชาเรียน และนักศึกษามีความหลากหลายในด้านฐานะ ระดับความเป็นอยู่ รสนิยม ระดับการใช้จ่าย เป็นต้น ซึ่งจากผลงานวิจัยที่ได้ศึกษาสิ่งที่อยู่ในความสนใจของผู้หญิงโดยเก็บข้อมูลจากผู้หญิงอายุระหว่าง 18- 25 ปี ระบุว่าสิ่งที่ผู้หญิงส่วนใหญ่สนใจมากที่สุดก็คือสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว โดยเฉพาะการใส่ใจกับตัวเองที่ผู้หญิงทั่วโลกให้ความสำคัญเป็นพิเศษ คือ เรื่องความสวย ความงาม ซึ่งรวมถึงความสวยความงามด้านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วย (กฤษติกา คงสมพงษ์, 2550) ดังนั้น กลุ่มนักศึกษาหญิงจึงถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มสำคัญของธุรกิจต่างๆที่อยู่บริเวณใกล้เคียงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยเฉพาะธุรกิจด้านความสวยความงาม รวมทั้งธุรกิจผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าแฟชั่นด้วย โดยจะเห็นได้จากแหล่งขายเสื้อผ้าหลายแห่งที่เป็นทั้งห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ คือ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลลาดสวนแก้ว ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า และตลาดนัดกลางคืน บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ตลาดหน้ามอ) และบริเวณสี่แยกรินคำ (ตลาดรินคำ)

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อนำไปสู่การผลิตหรือจัดหาสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการจำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นให้แก่นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นิยามศัพท์

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

เสื้อผ้าแฟชั่น/เสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น หมายถึง เสื้อผ้าที่ตัดเย็บสำเร็จพร้อมสวมใส่ที่ผลิตตามสมัยนิยม แบบ หรือวิธีการที่นิยมกันทั่วไปชั่วระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งมักผลิตแบบละจำนวนมาก ใช้วิธีการทำงานที่ต้องคำนึงถึงแง่การขาย รูปร่างแบบตัด (Pattern) จะผลิตเป็นขนาด (Size) ให้ได้รูปทรงสวยงามเป็นมาตรฐาน (Standard) (สถาบันพัฒนาเพื่อเทิร์นเทคนิคและการออกแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป กรุงเทพฯ, 2547 : ออนไลน์)

นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หมายถึง นักศึกษาที่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ในกลุ่มสาขาวิชา 3 กลุ่มสาขาวิชา ได้แก่ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพและกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ตามประกาศของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2550 ในระดับชั้นปีต่างๆในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2550