

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่
ต่อการซื้อชุดราตรี

ผู้เขียน

นางสาวณฐา อาสนจินดา

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อชุดราตรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีในการเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก สอบถามจากผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีอายุระหว่าง 20-40 ปี ที่เคยซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปจากร้านค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ภายในระยะเวลา 1 ปีของช่วงที่เก็บแบบสอบถาม สถานที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ มาลินพลาซ่า (หน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่) ตลาดธานีรินทร์ (หน้ามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่) ถนนนิมมานเหมินท์และประเสริฐแลนด์ เชียงใหม่บิสซิเนสพาร์ค ห้างเซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่แอร์พอร์ต และห้างเซ็นทรัลพลาซ่ากาดสวนแก้ว ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26 – 30 ปี สถานะโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

ด้านพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อชุด Semi-Formal Dress (ชุดราตรีกึ่งทางการ) เพื่อเข้าร่วมงานแต่งงาน ในช่วงเวลากลางคืน โดยระดับความยาวของชุดราตรีที่นิยมซื้อ คือ ยาวประมาณเข่า ขนาดของชุดส่วนใหญ่ คือ SIZE M มักซื้อชุดที่ไม่มียี่ห้อม ซึ่งสถานที่ที่นิยมไปเลือกซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปที่สุด คือ ห้างเซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่แอร์พอร์ต ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปอยู่ที่ 501 – 1,000 บาทต่อชุด และมักจะซื้อรองเท้าควบคู่ สาเหตุที่เลือกซื้อชุดราตรีสำเร็จรูปเพราะได้ของเลยไม่ต้องรอ ส่วนใหญ่จะใช้เวลาเลือกซื้อชุดภายใน 1 อาทิตย์ โดยจะตัดสินใจซื้อหลังจากได้ลองสวมชุด ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุดคือตนเอง มีการ

หาข้อมูลด้วยการเดินดูตามร้านเอง ซึ่งขณะที่เลือกซื้อหุตราตรีจะคำนึงถึงรูปแบบ (ซิม) ของงานเลี้ยงมากที่สุด ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่ซื้อหุตราตรี 2 – 3 ชุด โดยแต่ละตัวจะใส่ซ้ำ 2 – 3 ครั้ง ซึ่งเหตุที่ต้องซื้อหุตราตรีใหม่เพราะกลัวคนอื่นจำชุดได้ ผู้ตอบคำถามครั้งนี้ส่วนใหญ่มีความรู้ลึกเกี่ยวกับหุตราตรีสำเร็จรูปที่จำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และมักจะซื้อหุตราตรีซ้ำจากร้านเดิม อีกทั้งจะแนะนำให้ผู้อื่นซื้อร้านเดียวกันด้วย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการซื้อหุตราตรีของผู้หญิงวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่ได้ดังนี้ ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยเรื่องของราคาเหมาะสมกับสินค้าที่ได้รับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยเรื่องการมีห้องลองหุตราตรีเป็นสัดส่วน ด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยเรื่องการให้ลองสวมชุดก่อนการซื้อได้ และด้านส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยเรื่องการมีส่วนร่วมลดสำหรับสมาชิก/ลูกค้าประจำ ตามลำดับ

Independent Study Title	Behavior of Working Women in Mueang Chiang Mai District Towards Purchasing Evening Dress
Author	Miss Natha Asanachinta
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

This independent study aims to study the behavior of working women in Mueang Chiang Mai district towards purchasing evening dress. Collecting data by questionnaires distributing to 300 respondents, whom selected by convenience sampling method at Malin Plaza (in front of CMU), Thanin Market (in front of Rajabhat University), Nimanheminda Road and Prasert Land, Chiang Mai Business Park, Central Plaza Chiang Mai Airport and Central Plaza Kad Suan Keaw. The samples of this study were women aged between 20-40 years old, who have bought at least 1 ready-to-wear evening dress in Mueang Chiang Mai district during the past year. The data was analyzed by using descriptive statistics, namely frequency, percentage and mean.

The study revealed that the majority of the respondents were single women aged between 26-30 years old with Bachelor's degree. They were employees in private corporations and earned 10,001-20,000 baht a month.

On the aspect of working women in Mueang Chiang Mai district's behavior, it was found that, most of respondents bought the semi-formal dresses for attending the wedding ceremony at night and preferred the evening dresses with knee length in medium size. They generally bought non-branded evening dresses at Central Plaza Chiang Mai Airport. 500-1,000 baht was their average expense for an evening dress. Most of them also chose to buy a pair of shoes together with purchasing dresses. The main reason of purchasing a ready-to-wear evening dress was to get the dress right away. The respondents made the buying decision by their own within a week after they have tried the dress. Moreover the buying decision was mostly rely on

the theme of the party they were invited to. In a year, 2-3 evening dresses were purchased from most of them which were used only for 2-3 times each, since they afraid of someone could recognize their dresses. The evening dresses sold in Mueang Chiang Mai district, were found that invariably from most of the respondents. Nevertheless they will recommend the dress shop they have been to their friends and continue to buy at the same shop in the future.

The study shows marketing mix factors affecting purchasing evening dress behavior of working women in Mueang Chiang Mai district sequenced by mean score in the following: Price; the sub-factor with the highest mean was the appropriate price for the quality of the evening dress. Place; the sub-factor with the highest mean was the fitting room available in the shop. Product; the sub-factor with the highest mean was to try on the dress before purchasing. Finally promotion; the sub-factor with the highest mean was the special discount for shop member.