

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มจัดเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพ การแต่งกายที่ทันสมัยหรือที่เรียกว่าการแต่งกายตามแฟชั่นนั้น จะเปลี่ยนไปตามค่านิยมของสังคม จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารต่างๆระหว่างกันอย่างไร้ขีดจำกัด จึงเกิดการผสมผสานและการลอกเลียนแบบทางวัฒนธรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าเป็นภาคที่ทำรายได้เข้าประเทศเป็นลำดับ 7 มูลค่า 2,797.1 ล้านบาทหรือสหรัฐ (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2547: ออนไลน์) ประเทศไทยได้มีการส่งเสริมและตื่นตัวในเรื่องอุตสาหกรรมแฟชั่น จะเห็นได้จากเดือนมีนาคม พ.ศ. 2545 ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีกระทรวงการคลังซึ่งเป็นผู้ดูแลด้านเศรษฐกิจในขณะนั้น ได้ประกาศโครงการ “กรุงเทพฯเมืองแฟชั่น” เป็นทางการครั้งแรก และกรกฎาคม พ.ศ. 2546 พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีได้เข้าร่วมประชุมที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อระดมความคิดเห็นให้โครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่น สามารถเกิดขึ้นได้จริงเชิงปฏิบัติ หลังจากทีคณะรัฐมนตรีได้อนุมัติโครงการในวงเงิน 1,824.635 ล้านบาท เพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางแฟชั่นอย่างแท้จริง โดยกำหนดวิสัยทัศน์ว่า ปี พ.ศ. 2548 กรุงเทพฯจะเป็นผู้นำแฟชั่นและศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นในอาเซียน ปี พ.ศ. 2550 กรุงเทพฯจะเป็นศูนย์กลางธุรกิจแฟชั่นในเอเชีย (แฟชั่นเมืองร้อน) และปี พ.ศ. 2555 กรุงเทพฯเป็นศูนย์กลางแฟชั่นอีกแห่งหนึ่งของโลก (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2548: ออนไลน์) นายวิรัตน์ ตันเดชนรัตน์ ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาสิ่งทอกล่าวว่า “อุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยมีความแข็งแกร่งตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตั้งแต่ขั้นปั่นด้าย ฟอกย้อม โรงงานผ้าและพิมพ์ ตลอดจนถึงดีไซน์เนอร์หรือนักออกแบบที่สามารถถ่ายทอดชิ้นงานได้อย่างมีเอกลักษณ์ ” (บิสิเนสไทย หน้า 11, 2546)

วัยรุ่น (Teenage) อายุ 13-19 ปี เป็นวัยที่ติดเพื่อนมาก ไม่ค่อยไปไหนมาไหนกับพ่อแม่ อำนาจซื้อที่แท้จริงไม่มี แต่เป็นกลุ่มที่ถูกชักเยอดีให้ซื้อ ซึ่งวัยนี้เป็นวัยที่ได้รับความกดดันจากเพื่อน (Peer group pressure) มักทำอะไรตามเพื่อน เป็นพวกที่คลั่งไคล้แฟชั่น ความนิยมในสินค้ามีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงได้ง่ายและรวดเร็ว สินค้าที่ขายให้กับกลุ่มวัยรุ่นต้องเป็นสินค้าที่มีวงจรชีวิตสั้น เน้นความเป็นแฟชั่นสร้างสินค้าให้เป็นของยอดนิยม เพราะชอบเลียนแบบบุคคลที่ตนยกย่อง

บุชา (Idol) ได้แก่ นักร้อง คารา (ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ, 2548: ออนไลน์) นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน นายกสสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย ได้ให้ความเห็นว่า “วัยรุ่นเป็นกลุ่มที่เปลี่ยนแปลงได้เร็วและเป็น Early Adapter รับเทรนด์ใหม่ๆ ได้เร็ว กลุ่มนี้อาจจะติดตามข่าวสารจากต่างประเทศ ดูหนังสือแฟชั่นแมกกาซีน ดังนั้นสินค้าหรือบริการที่เลือกใช้ ก็จะสะท้อนแบรนด์เนมที่ค่อนข้างเทรนด์ (ทันสมัย) และมีสีสัน แม้กำลังซื้อจะมีจำกัด แต่จะซื้อโดยไม่คิดมาก เพราะไม่ใช่เงินตัวเอง (อภิรักษ์ โกษะโยธิน, 2546: 120) นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า วัยรุ่นได้เงินค่าขนมเฉลี่ยเดือนละเกือบ 8,000 บาท ซึ่งไม่ต่างจากเงินเดือนของคนที่เริ่มทำงานทั่วไป แต่สิ่งที่น่าสนใจ คือ พวกเขาไม่ต้องทำงานเอง และยิ่งไปกว่านั้น เกือบครึ่งหนึ่ง คือ 44.8 % ของกลุ่มตัวอย่างสามารถขอเงินเพิ่มได้อีกไม่อื่น และ 26.8 % ถึงบัตรเครดิตอีกด้วย ทำให้มีวงเงินใช้จ่ายไม่จำกัด โดยวัยรุ่นในภาพรวมใช้เงินซื้อเสื้อผ้า 96.9% มากที่สุด รองลงมา คือ ซื้อเครื่องประดับ เช่น นาฬิกา สายสร้อย และต่างหู 74.7% ของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอางอีก 64.9% และอาหาร 62.9% (ธนันทน์ อภิวันทนาพร และเดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล. 2545: 69)

นายสมคิด จาคูศรีพิทักษ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีกระทรวงการคลัง เปิดเผยภายหลังหารือร่วมกับกระทรวงการคลัง สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย และสำนักงานปรมาณ เพื่อประเมินสถานะเศรษฐกิจ ฐานะการคลังในการจัดทำกรอบเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2549 ทั้ง 4 หน่วยงานได้เห็นชอบร่วมกันว่าแนวโน้มเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2549 จะดีขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2548 โดยคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจจะขยายตัวในระดับ 5.5-6.5% เพราะมั่นใจว่าในครึ่งปีหลังของปี พ.ศ. 2548 เศรษฐกิจจะกระเตื้องมากขึ้น ทั้งการท่องเที่ยว การส่งออก ขณะที่ราคาน้ำมันเริ่มมีเสถียรภาพไม่ผันผวนอย่างที่เป็นอยู่จนทำให้เศรษฐกิจของไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2548 ชะลอตัว (เดลินิวส์ หน้า 7, 26 เมษายน 2548) ซึ่ง น.ส. กิริฎา เภาพิจิตร นักเศรษฐศาสตร์ธนาคารโลก ประจำประเทศไทย เปิดเผยถึงประมาณการการเติบโตของเศรษฐกิจไทยปี 2548 ว่าตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี) จะขยายตัว 5.2% (เดลินิวส์ หน้า 7, 28 เมษายน 2548) จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจในปี 2549 โตขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของค่าจีดีพีจะมีผลกระทบต่อรายได้และอำนาจการซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากตลาดธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา สินค้าแฟชั่นมีวงจรชีวิตสั้น และผู้บริโภคมีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ก็มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายสินค้าต่างๆ เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างของสินค้า ให้โดดเด่นจากตราสินค้าอื่นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงจุดเด่นของสินค้า จดจำตราสินค้า และเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาพฤติกรรมและปัญหาของวัยรุ่นในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ของส่วนผสมทางการตลาด เพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้ประกอบการ และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คือ วัยรุ่นได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม ปัจจัย และปัญหาของวัยรุ่นในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในกรุงเทพมหานคร
2. สามารถนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้เป็นแนวทาง และข้อมูลในการวางแผนการตลาดของผู้ประกอบการ ให้สอดคล้องกับความต้องการเสื้อผ้าแฟชั่นของวัยรุ่นไทย

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

พฤติกรรมการซื้อ หมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย และปัญหาการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร โดยคำถามที่ใช้เพื่อการค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, Where, When และ How เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ 7O's ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organization, Occasions, Outlets และ Operations และส่วนประสมการตลาด

เสื้อผ้าแฟชั่น หมายถึง เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต กางเกงขาสั้น กางเกงขายาว กระโปรง และกระโปรงชุด รูปแบบที่เป็นที่ยอมรับในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง แต่อาจจะไม่ได้รับการยอมรับในช่วงเวลาอื่นๆ และเมื่อใดก็ตามที่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายนั้นๆ ไม่ได้รับการยอมรับแล้วก็ไม่ถือว่าเป็นแฟชั่น การยอมรับในที่นี้หมายถึงการสวมใส่ การเลือกซื้อเสื้อผ้าที่มีลักษณะรูปแบบของแฟชั่น

วัยรุ่น หมายถึง ประชากรชายหญิงที่มีอายุระหว่าง 13-19 ปี และมีพฤติกรรมของการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาในเขตกรุงเทพมหานคร