



บทที่ 1

บทนำ

\* ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ คือ เครื่องนุ่งห่ม ซึ่งนับว่ามีกระบวนการมาเป็นเวลาหลายร้อยล้านปี ความสำคัญของเครื่องนุ่งห่มทำให้เกิดธุรกิจประเภทต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเครื่องนุ่งห่มเพื่อเสนอให้กับผู้บริโภค นับตั้งแต่การมีช่างตัดเสื้อผ้าช่างทอผ้า ผู้ขายผ้าและผู้ที่เป็นพ่อค้าขายเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูป ตลาดเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปมีความสำคัญอย่างยิ่งในตลาดการค้าปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดโลก และเสื้อผ้าสำเร็จรูป ก็นับเป็นเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปชนิดหนึ่งที่มีผู้บริโภคมากที่สุดอีกทั้งเป็นแบบอย่างของเสื้อผ้าแบบต่างๆด้วย

ในสมัยเริ่มแรก มนุษย์คงตัดเย็บเครื่องนุ่งห่มเอง จนกระทั่งภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งใหญ่ในประเทศอังกฤษ ทำให้วัตถุดิบที่ไร้ตัดเสื้อผ้า คือ ผ้าที่ทอด้วยเครื่องจักรสามารถผลิตได้ปริมาณมากจนเป็นสินค้าที่นิยมกันแพร่หลาย การตัดเย็บเครื่องแต่งกายก็มีความขึ้น ประกอบกับคหกรรมเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ทำให้มนุษย์ไม่ค่อยมีเวลาในการตัดเย็บเครื่องแต่งกาย จึงไปจ้างช่างตัดให้ และเมื่อเทคโนโลยีเจริญก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น ก็ได้มีการตัดเสื้อผ้าโดยใช้เครื่องจักร ประกอบกับมีผู้ออกแบบแฟชั่นต่างๆมากขึ้น ที่ออกแบบมาเพื่อการค้า จึงทำให้เสื้อผ้าสำเร็จรูปมีจำนวนมากขึ้นและเป็นที่นิยมกันทั่วไป

การศึกษาในด้านข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปในกรุงเทพมหานครนี้เป็นหัวข้อเรื่องที่น่าสนใจเรื่องหนึ่ง เพราะธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปในประเทศไทยนั้นมีมานานแล้วและยังไม่มีบุคคลใดทำการศึกษารายละเอียด ชะแ่นเกี่ยวกับรัฐบาลและพ่อค้าต่างๆ ส่วนมากก็มักจะให้ความสนใจในการส่งออกของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปซึ่งเป็นในลักษณะของการขายแรงงานถูกๆ มากกว่าที่จะคำนึงถึงสภาพตลาดภายในประเทศไทยเอง ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงมีความคิดเห็นว่าการที่จะมีการสนใจในผู้บริโภคของประเทศไทยเองบ้าง ซึ่งนักการตลาดทั้งหลายควรให้ความสนใจในตลาดภายในประเทศบ้าง แทนที่

จะเข้าต่อสู้แข่งขันกับประเทศอื่นๆในการขายแรงงานถูกๆของประเทศเรา

ความหมายของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ หมายถึง "เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่สามารถหาซื้อได้จากห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าทั่วไป ไม่ใช่เสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดเป็นเสื้อที่มีลักษณะผ่าหน้าตลอด มีกระดุมปิดถึงคอ มีปกเสื้อตั้ง หนัวยผ้าที่ไม่ใช้ผ้ายีนส์ และผ้าดก" การให้คำจำกัดความดังกล่าวก็เพื่อจำกัดขอบเขตของการศึกษาให้แคบลง ซึ่งจะได้ผลสรุปที่ดีกว่า อีกทั้งเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปส่วนใหญ่มักจะทำด้วยผ้าฝ้ายหรือฝ้ายผสมมากกว่าทำด้วยผ้า ยีนส์ ผ้าใย และผ้าดก \*

- ในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนได้จัดแบ่งเรื่องออกเป็นบทต่างๆ ดังนี้
- บทที่ 1 บทนำ เป็นการกล่าวถึงที่มาของการทำโครงร่างวิทยานิพนธ์และการวิจัย
- บทที่ 2 กรรมวิธีการผลิต จะกล่าวถึง ขั้นตอนการผลิตเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป
- บทที่ 3 การตลาดของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป จะกล่าวถึงการดำเนินงานทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น การใช้ส่วนผสมทางการตลาด เป็นต้น
- บทที่ 4 การวิจัยและผลของการวิจัย
- บทที่ 5 ข้อเสนอแนะ

การแบ่งออกเป็นบทต่างๆดังกล่าวเพื่อให้ครอบคลุมถึงโครงร่างวิทยานิพนธ์ดังต่อไปนี้

ไปนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาถึงการดำเนินงานทางการตลาดของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาถึงสภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบัน สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้นจากการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ก้าวหน้าเป็นที่นิยมของผู้บริโภค

วิธีการศึกษาก่อนกว่า

ทำการศึกษาผู้บริโภคทั่วไปทั้งชายและหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการออกแบบ

สอบถามโดยใช้วิธีสัมภาษณ์โดยพนักงาน ( Personal Interview )

การสำรวจทางคำข้คิดเห็นนั้น เป็นเพียงรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นต่างๆ ส่วนข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้า จากหนังสือ ตำรา และเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของกระทรวงอุตสาหกรรม สหภาพผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปแห่งประเทศไทย กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ หอสมุดทั่วไป ศูนย์เอกสารแห่งประเทศไทย หน่วยงานเอกชนและองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลปฐมภูมิ ( Primary Data ) นั้นได้จากการสำรวจ ( Survey ) มีลำดับการรวบรวมข้อมูลดังนี้

### 1. เลือกวิธีการวิจัย

เนื่องจากการศึกษารังนี้ ต้องการศึกษาคำข้คิดเห็นของผู้บริโภคซึ่งเป็นการศึกษาอย่างกว้างๆครอบคลุมถึงบุคคลต่างๆจึงต้องใช้วิธีสร้างแบบสอบถาม ส่วนเทคนิคในการรวบรวมข้อมูลนั้น ใช้การสัมภาษณ์โดยพนักงาน ( Personal Interview ) เนื่องจากผู้เขียนเห็นว่าลักษณะปัญหาที่ถามและความยาวของแบบสอบถามไม่ยาวเกินไปที่จะต้องใช้เวลาในการตอบมาก ทั้งยังสามารถควบคุมการเก็บข้อมูลได้อย่างใกล้ชิด

### 2. การกำหนดจำนวนตัวอย่าง

การศึกษาถึงคำข้คิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้าสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ผู้เขียนได้กำหนดจำนวนตัวอย่างไว้ทั้งหมด 500 ราย

### 3. วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

จากการที่ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปนี้มีลักษณะสินค้าเป็นแบบ ผู้เขียนจึงใช้วิธีการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบง่ายๆ ( Simple Random Sampling ) โดยผู้เขียนใช้ตัวอย่างเป็นผู้บริโภคทั่วไปทั้งชายและหญิง ซึ่งแม้ว่ากลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะเป็นชายมากกว่า แต่ผู้หญิงก็เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเช่นกัน และในบางครั้งจะเป็นผู้ทำการซื้อให้ชายด้วย เช่น ในฐานะที่เป็นภรรยา เป็นต้น

ในการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่ายนี้ ผู้เขียนได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์โดยพนักงาน โดยให้พนักงานสัมภาษณ์ออกไปทำการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ ตามห้างสรรพสินค้า สหกรณ์

ร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป และตามสถานที่ราชการและบริษัทเอกชนทั่วไป ในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 4. การสร้างแบบสอบถาม

ผู้เขียนได้ร่างแบบสอบถามครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยอาศัยจากการศึกษาข้อมูลทฤษฎี คำแนะนำของท่านอาจารย์ที่ปรึกษารวมถึงความคิดเห็นของเพื่อนๆ ตลอดจนผู้ที่เคยทำงานหรือเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมาประกอบกัน เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์และรัดกุม ไม่ยาวจนเกินไปซึ่งสะดวกต่อการตอบ ต่อจากนั้นได้ทำการทดสอบ (Pre-test) แบบสอบถามกับผู้บริโภคทั่วไปทั้งชายและหญิง โดยใช้จำนวนตัวอย่างในการทดสอบแบบสอบถาม 50 ราย แล้วทำการแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติมแบบสอบถามเพื่อให้แบบสอบถามนั้นสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจมีหัวข้อคำถามสำคัญดังนี้

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์
2. การมีหรือไม่มีผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป
3. การเคยซื้อหรือไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปด้วยตนเอง
  - ก. (1) การซื้อด้วยตนเองโดยเจาะจงหรือไม่เจาะจงตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป
  - (2) แสดงเหตุผลที่เจาะจงซื้อตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนั้น
  - ข. (1) เหตุผลหรือองค์ประกอบที่ใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป
  - (2) เหตุผลในการตัดสินใจของผู้ที่ไม่มีหรือไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป
4. ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในร้านค้าต่างๆ เช่น ร้าน ราคา สี รูปแบบ เนื้อผ้า ลายผ้า การโฆษณา สถานที่จัดจำหน่าย และอื่นๆ

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ แยกออกเป็น 2 ส่วนคือ ข้อมูลส่วนตัวทั่วไป ของผู้ให้สัมภาษณ์และส่วนที่เป็นแบบสอบถามทางค่านพฤติกรรมและข้อคิดเห็น ผู้เขียนได้จัดกลุ่มคำถามที่ใช้ในการศึกษาในรูปแบบต่างๆดังต่อไปนี้

ก. คำถามที่มีคำตอบได้ 2 อย่าง (Dichotomous Questions) เช่น ให้ตอบว่า "มี" หรือ "ไม่มี" เช่นคำถามในข้อ 1,4,7,10 ซึ่งจะได้คำตอบชัดเจน

ข. คำถามที่มีเลือกคำตอบได้หลายอย่าง (Multiple choice Questions) ผู้เขียนจะให้คำตอบหลายๆคำตอบ โดยให้ผู้ตอบมีโอกาสเลือกได้ตรงกับข้อคิดเห็นของตนให้มากที่สุด เช่นคำถามในข้อ 2,8,12,15

ค. คำถามที่ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ผู้เขียนจะให้คำตอบหลายๆคำตอบโดยให้ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ง. คำถามที่เปิดโอกาสให้ตอบเต็มที่ (Free Answer or Open-end Questions) ผู้เขียนต้องการให้ผู้ตอบได้ตอบเต็มที่เท่าที่จะตอบได้ ดังเช่นคำถามในข้อ 11, 16 เป็นการแสดงข้อคิดเห็นของผู้ตอบ

## 5. การออกงานสนาม

การศึกษาถึงข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อเสื้อเจ็ทสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ผู้เขียนได้ทำการสุ่มเลือกตัวอย่างขึ้นมา โดยวิธีสุ่มอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ระยะเวลาที่ทำการสำรวจอยู่ระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2522-วันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2522 โดยกำหนดให้ได้ตัวอย่างทั้งสิ้น 500 ราย

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้เขียนได้รวบรวมแบบสอบถาม จัดเตรียมกระดาษ และตีตารางเพื่อแจงข้อมูลจากการตอบของผู้ให้สอบถาม ในคำตอบของแต่ละข้อผู้เขียนจะแยกตารางออกเป็น 3 ตาราง ในตารางแรก จะแยกคำตอบออกตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษาของผู้ตอบ ในตารางที่สองจะถือเพศชายเป็นหลัก แล้วทำการแยกออกตาม อายุ รายได้ การศึกษา และในตารางที่สามจะถือเพศหญิงเป็นหลัก แล้วทำการแยกออกตาม อายุ รายได้ การศึกษา สำหรับคำถามที่เป็นคำถามเปิด (Open-end Questions) คำตอบจะกระจายไปตามข้อคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ จึงต้องทำการรวบรวมคัดลอกข้อความที่เป็นคำตอบออกมาให้หมด แล้วพิจารณาจัดหมวดหมู่ ข้อใดที่มีความหมายเหมือนกันก็จัดไว้ด้วยกัน

เมื่อได้ผลรวมของคำตอบทั้งหมดแล้วจึงนำมาลงตารางวิเคราะห์ ซึ่งได้จัดเตรียมไว้ล่วงหน้าและทำการวิเคราะห์ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

### ข้อสมมติฐาน

1. วิธีการทางการตลาดสามารถนำมาใช้ในกิจการผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครได้อย่างประสพผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพ
2. ผู้ใช้เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครมีความสนใจในด้านรูปแบบและเนื้อผ้ามากกว่าด้านราคาหรือตราผลิตภัณฑ์
3. ผู้ใช้เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครใช้เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมากกว่าใช้เสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดในการไปทำงาน

### ประโยชน์ที่จะได้จากการศึกษา

1. การวิจัยนี้ ช่วยชี้ให้เห็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในตลาดผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางข้อเสนอแนะที่เหมาะสม
2. ทำให้ทราบถึงข้อคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในด้านต่างๆ เช่น ด้านราคา รูปแบบ สี เนื้อผ้า การโฆษณา สถานที่จัดจำหน่าย และด้านอื่นๆ
3. ทำให้ทราบถึงการดำเนินงานทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิต และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการนำวิธีการทางการตลาดมาใช้ในผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย