

ชื่อเรื่อง	ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เสื้อผ้ามือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นางสาววารุณี โคลงฉันท
รหัสนักศึกษา	52641203
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2554
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ศิริจรยา เครือวิริยะพันธ์

บทคัดย่อ

เสื้อผ้ามือสองเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภคที่มีข้อจำกัดเรื่อง รายได้แต่ยังคงต้องการ ก้าวทันกระแสแฟชั่นหรือต้องการของคุณภาพดี ราคาถูก ดังนั้นถ้าผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้า มือสองเข้าใจผู้บริโภค สามารถสนองความต้องการผู้บริโภคได้ดี ย่อมจะมีโอกาสประสบผลสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจสูง การศึกษาครั้งนี้เป็น การศึกษาถึง พฤติกรรมการบริโภค ทักษะคิด และ ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน ตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยเก็บตัวอย่างจาก แหล่งซื้อขาย เสื้อผ้ามือสองที่เป็นที่นิยม ได้แก่ ตลาดนัด จตุจักร ตลาด น้ด เมืองทองธานี ตลาด ปัฐวิกรณ์ ศูนย์การค้า ตะวันนา และ ตลาดยิ่งเจริญ

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจึงต้องการสวมใส่ เสื้อผ้าเพื่อ สร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเอง มีราคาที่เหมาะสม และสอดคล้องกับรายได้ที่มี โดยเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000-20,000 บาท กลุ่มตัวอย่าง เลือกซื้อเสื้อผ้า มือสองประเภทกางเกง มากที่สุด อยู่ในช่วง 101-300 บาทต่อชิ้น เนื่องจากเสื้อผ้ามือสองมีราคาถูกผู้บริโภคจึงสามารถ ตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเอง แต่นาน ๆ ครั้งจึงซื้อเพราะกลุ่มตัวอย่างมีรายได้น้อย ส่วน สถานที่ซื้อ เสื้อผ้ามือสอง คือ ตลาดนัดจตุจักร ซึ่งเป็นแหล่ง ซื้อปิ้งขนาดใหญ่ผู้คนนิยม ไปซื้อเสื้อผ้ามือสอง เนื่องจากมีร้านค้าเสื้อผ้ามือสองจำนวนมากและแบ่งเป็น โซนอย่างชัดเจน โดยทราบแหล่งซื้อเสื้อผ้า มือสองจากการบอกต่อกันของเพื่อน ซึ่งเสื้อผ้ามือสองที่นิยมซื้อ ส่วนใหญ่ ผู้ใช้นำมาขายเอง ช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้ามือสอง คือ 18.01-22.00 น. เพราะเป็นช่วงเวลาว่างหลังจากการทำงาน มีเวลาในการเลือกซื้อมากกว่าช่วงเวลาอื่นและอากาศไม่ร้อนเหมะ ะแก่การเลือกซื้อของ ส่วน ทักษะคิด ที่มีต่อเสื้อผ้า มือสอง โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย แสดงว่าเสื้อผ้ามือสองเริ่มเป็นที่

ยอมรับมากขึ้นเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันจึงทำให้เสื้อผ้าราคาถูกได้รับความนิยม และในปัจจุบันเสื้อผ้ามือสองส่วนใหญ่ได้ผ่านการฆ่าเชื้อหรือทำความสะอาดก่อนนำมาขายจึงทำให้ผู้ซื้อมั่นใจมากยิ่งขึ้น สำหรับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสอง พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทุกรายการ กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญมาก แสดงว่าเสื้อผ้ามือสองต้องใช้ในการพิจารณาหลาย ๆ ด้านในการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เนื่องจากเสื้อผ้ามือสองเป็นของที่ผ่านการใช้งานแล้วจึงต้องคำนึงถึงรายละเอียดในส่วนต่าง ๆ มากเป็นพิเศษ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสอง ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะ คือ ควรมุ่งเน้นประเภทของเสื้อผ้า มือสองที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและเพศชาย มีจำนวนไม่แตกต่างกันมาก แสดงให้เห็นว่าเพศชาย มีการบริโภคเสื้อผ้ามือสองเช่นกัน อาชีพของกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงาน บริษัทเอกชนมากที่สุด จึงควรเน้น จำหน่าย ชุดที่สามารถใส่ไปได้หลายโอกาสหรือสามารถใส่ทำงานได้ควรให้ความสำคัญในเรื่องของราคา โดยกำหนดให้อยู่ในช่วงที่ผู้บริโภค ยอมรับได้และมีคุณภาพเหมาะสมสอดคล้องกับรายได้ของกลุ่ม เป้าหมาย ควรปรับแผนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ ให้มากขึ้น ทั้งทางด้านสิ่งพิมพ์และทางด้านอินเทอร์เน็ตซึ่งอาจจัดทำเว็บไซต์ที่สามารถให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเสื้อผ้า เช่น ประเภทเสื้อผ้า ราคา ทำเลที่ตั้งร้าน เป็นต้น ควรปรับบริเวณแหล่งซื้อขายให้มี ความสะดวกต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้า เช่น ติดเครื่องปรับอากาศหรือจัดสถานที่ซื้อขายให้อยู่ในร่ม มีอากาศถ่ายเทสะดวก ทางเดินเท้าเรียบไม่ขรุขระ ควรเน้นในเรื่องของการบริการ การจัดป้ายประชาสัมพันธ์หน้าร้าน การจัดหุ่นโชว์เสื้อผ้า รวมทั้งอาจมีของแถม ให้กับผู้ซื้อ และสิ่งที่สำคัญมากที่ควรเน้นคือ เรื่องของความสะอาด เนื่องจากจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสอง