

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรีวัยทำงานระหว่างพนักงานภาครัฐและเอกชนในเขตเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาว นิตพร พ่วงภิญโญ

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติต พันธมิตร อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รองศาสตราจารย์เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสตรีวัยทำงานระหว่างพนักงานภาครัฐและเอกชนในเขตเมืองเชียงใหม่ โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสตรีวัยทำงานภาครัฐ จำนวน 100 คน และภาคเอกชนจำนวน 100 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 21 – 30 ปี มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 30,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มักเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเภท เสื้อยืดคอกกลม, คอปกซื้อเพื่อใส่ทำงาน โดยตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ที่แหล่งรวมสินค้าแฟชั่น แต่ครั้งจะซื้อ 3 – 4 ตัว ตัวละ 301 – 500 บาท มีงบประมาณ 1,501 – 2,000 บาทต่อเดือน ความถี่ในการเลือกซื้ออยู่ที่เดือนละ 1 – 2 ครั้ง และจะไปเลือกซื้อวันจันทร์ – ศุกร์ ช่วงต้นเดือน (สัปดาห์แรก) และกลางเดือน (สัปดาห์ที่ 2 – 3) เวลา 15.01 – 18.00 น.

สำหรับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก เรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ทางเดินกว้างสะดวกต่อการเดินเลือกสินค้า) ด้านการส่งเสริมการตลาด (พนักงานขายบริการดี เป็นกันเอง) ด้านราคา (ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ) และด้านสินค้า (สินค้านี้มีคุณภาพ)

Independent Study Title A Buying Behavior Comparison of Ready-made Clothes for Working Women Between Government and Private Employees in Chiang Mai City

Author Ms.Nitiporn Phaungpinyo

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dr. Nisit Pantamit Advisor

Associate Professor Seksin Srivatananukulkit Co-advisor

Abstract

This study had the purpose of comparing the buying behavior of ready-made clothes of the working women of the government employees and those of the private sector in Chiang Mai City. The data was collected from a sample population of 100 women who were government employees and 100 women who were employees in the private sector. The data was then analyzed using statistical description, frequency, percentage, mean and standard deviation.

The study results showed that the respondents were mainly at the age of 21-30 years old whose education was higher than a Bachelor's Degree and they had a salary between 20,001 and 30,000 Baht per month.

Most of the respondents chose to buy t-shirts or those with collars for wearing to work. They made the decision to buy the clothes mainly from the fashion stores. They tended to buy three or four items of clothes each time at a price of around 301-500 Baht apiece by budgeting approximately 1,501 – 2,000 Baht monthly for the clothing. The purchase frequency was found to be at one to two times each month during the weekdays (Monday – Friday), especially at the beginning (first week) and at the middle (2nd and 3rd weeks) of the month at around 15:01-18:00 hrs.

As for the mixed market factors, that affected their decision to purchase their ready-made clothes, the respondents' overall answers were averaged at a high level as shown in the order of importance as follows: sales channel (wide or convenient walkway for shopping), market

promotion (good service and hospitality of the shop assistants), price (reasonable, and suitable quality) and products (of good quality).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved