

๒/

✓ ๗๙-๕๑

ข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อยืดสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร



นายวิรัตน์ โสฬสรัตนพร

004783

ศูนย์วิทยทรัพยากร


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษิตตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2523

CONSUMERS' OPINIONS TOWARD READY-MADE SHIRTS
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



Mr. Wirat Sorodratanaorn

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Commerce

Department of Marketing


Graduate School

Chulalongkorn University

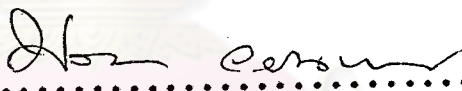
1980


หัวข้อวิทยานิพนธ์ ข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย นายวิรัตน์ โสฬสรัตนพร
ภาควิชา การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ นงนิตย์ ศิริโกศากิจ


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุประกิจฐ์ มุขนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ปรียา วอนขอพร)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรพัฒน์ วัชรประทีป)


.....กรรมการ
(อาจารย์ นงนิตย์ ศิริโกศากิจ)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ นายวิรัตน์ โสฬสรัตนพร
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ นงนิตย์ ศิริโกศากิจ
ภาควิชา การตลาด
ปีการศึกษา 2522



บทคัดย่อ

การศึกษาในค่านข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในเขตกรุงเทพมหานครนี้ เป็นหัวข้อเรื่องที่น่าสนใจเรื่องหนึ่ง เพราะธุรกิจเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในประเทศไทยนั้นมีมานานแล้วและยังไม่มีบุคคลใดทำการศึกษาย่างจริงจัง ขณะเดียวกันรัฐบาลและพ่อค้าต่างๆส่วนมากก็มักจะให้ความสนใจในค่านการส่งออกของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปซึ่งเป็นไปในลักษณะของการขายแรงงานถูกๆภายในประเทศมากกว่าที่จะคำนึงถึงสภาพของตลาดภายในประเทศไทยเอง ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงคิดว่าควรที่จะมีการสนใจในสภาพของตลาดผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปภายในประเทศไทยบ้าง

การศึกษาคั้งนี้จะเน้นหนักไปทางค่านการวิจัยโดยการออกแบบสอบถาม เพื่อต้องการทราบถึงข้อคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในค่านต่างๆ และเพื่อต้องการทราบถึงความต้องการของตลาดเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแง่ของผู้บริโภคเป็นหลัก สำหรับประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาเรื่องนี้คือ จะทราบถึงแนวทางในการที่จะปรับปรุงกลวิธีทางการตลาดสำหรับธุรกิจประเภทนี้ รวมถึงการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติในค่านต่างๆของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะยอมรับ เพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์นี้ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

จากการผลการศึกษาและวิเคราะห์ ทำให้ทราบว่าการศึกษาข้อคิดเห็นของผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ เช่น ทางค่านราคาของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ค่านการโฆษณา ค่านการส่งเสริมการขายและค่านอื่นๆคั้งนี้ ในค่านราคาของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความเห็นว่า ราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมีราคาแพงกว่าเสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดตามร้านตัดเสื้อผ้าทั่วไป ในค่านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคส่วนใหญ่

มีความเห็นว่า เนื้อผ้าและลายผ้าของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปนั้นอยู่ในชั้นพอใช้ได้ มีสีของเนื้อผ้าที่สวยงาม และมีรูปแบบสวยพอใช้ได้ ในด้านการโฆษณาและสถานที่จัดจำหน่าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปดำเนินการในค่านี้นั้นได้คืออยู่แล้ว ส่วนในค่านอื่นๆนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ขนาดของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมักจะมีขนาดที่ไม่พอดีกับตัวของผู้บริโภค

การศึกษาในเรื่องนี้ ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรให้ความสนใจในค่านรูปแบบของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ควรทำการโฆษณาเน้นประโยชน์ถึงข้อสำคัญของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูป เช่น การได้สินค้ามาใช้ทันที ราคาของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมีระดับราคาที่ใกล้เคียงกันกับราคาของเสื้อเชิ้ตที่สั่งตัดตามร้านตัดเสื้อผ้าทั่วไป เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปมีคุณภาพที่ดีและมีการตัดเย็บที่ปราณีตเรียบร้อย ควรที่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปร่วมมือกันเพื่อจัดงานแสดงสินค้าเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปขึ้น เพื่อเป็นการชักชวนให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคหันมานิยมใช้ผลิตภัณฑ์นี้มากขึ้น ควรทำการตั้งโชว์สินค้าในร้านและจัดตู้โชว์สินค้าให้สวยงามน่าสนใจ และกำหนดราคาขายของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในแต่ละรูปแบบให้แน่นอนตายตัว ควรทำการเน้นในค่านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการขายผ่านคนกลางที่เป็นร้านค้าที่จำหน่ายเสื้อผ้าทั่วไปให้มากกว่าที่เป็นอยู่ และข้อที่สำคัญอย่างยิ่งคือ บริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปควรที่จะนำเครื่องทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินงานในผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งจะมีส่วนทำให้ตลาดของผลิตภัณฑ์เสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปภายในประเทศมีความกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The result of the research indicated that many factors - have strong influences on the consumers purchasing decision of ready-made shirts. These factors were, the price of product, the quality of product, advertising, promotion. The consumers thought that the price of ready-made shirts was higher than the tailor's price. The quality of product in terms of material and design was satisfactory. Colour was good and Style was proper. As for advertising and channel of distribution, most of consumers with the producers' advertising is that the size of the ready-made shirts are not fit the consumers.

From the findings, it was suggested that the manufacturers and the distributors of the ready-made shirts business must pay more attention to its style, that advertising theme should concentrate on benefits like the readiness to wear of the shirts, the fine quality and finish and should point out that the price of ready-made shirts is as cheap as the tailor's price. The manufacturers and distributors should also organize an exhibition of the ready-made shirts to promote interest in the market; make an attractive display and window display and set a fix price for each style of the shirts. Distribution should focus an agent. Moreover, Producers and Distributors of the ready-made shirts should make more use of various marketing tools available, so that they can expand the ready-made shirts market more than their expectation in the future.

กิติกรรมประกาศ

ในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนได้รับความร่วมมือจากบุคคลและหน่วยงานต่างๆทั้งหน่วยงานของเอกชนและรัฐบาล ซึ่งผู้เขียนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์จำกัด เจ้าหน้าที่ของบริษัท เชนทรัล จำกัด พร้อมทั้งขอขอบคุณ กองวิจัยสินค้าและการตลาด กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการลงทุน สมาคมผู้ผลิตเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปแห่งประเทศไทย ที่ได้ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆเพื่อใช้ประกอบในการเขียนวิทยานิพนธ์เรื่องนี้

ผู้เขียนขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ปรีชา วอนขอพร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุรพัฒน์ วัชรประทีป ที่ได้สละเวลาเพื่อการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องและให้คำแนะนำเพื่อทำให้วิทยานิพนธ์นี้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้เขียนขอขอบคุณอาจารย์ นงนิตย์ กิริโกคากิจ ที่ได้สละเวลาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์นี้จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณอีกครั้งสำหรับทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ทั้งที่ได้กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนามมาแล้วข้างต้น ถ้าวิทยานิพนธ์นี้มีส่วนดี ผู้เขียนขอมอบความดีนั้นให้กับมารดาของผู้เขียน และบิดาผู้ล่วงลับของผู้เขียน ตลอดจนคุณครู อาจารย์ทุกท่านและผู้มีพระคุณต่อผู้เขียนทุกท่าน หากมีสิ่งใดบกพร่องในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขออภัยไว้แต่เพียงผู้เดียว



สารบัญ

หน้า

มีภาพแล้ว	จำนวนหน้า	
บทคัดย่อภาษาไทย.....		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....		ฉ
กิติกรรมประกาศ.....		ช
รายการตารางประกอบ.....		ณ
บทที่ 1 บทนำ		
ความเป็นมา.....		1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....		2
ขอบเขตของการศึกษา.....		2
วิธีการศึกษากันแล้ว.....		2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา.....		6
บทที่ 2 กรรมวิธีการผลิต		
วัตถุดิบ.....		7
แผนกออกแบบ.....		10
แผนกตัด.....		11
แผนกเย็บ.....		12
แผนกรีด.....		12
แผนกหีบห่อ.....		12
บทที่ 3 การดำเนินงานด้านการตลาด		
ด้านผลิตภัณฑ์		16
ด้านราคา		18
ด้านการจัดจำหน่าย		22
ด้านการส่งเสริมการขาย		19
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย		24
บทที่ 5 ข้อเสนอแนะ		103



บรรณานุกรม..... 111

ภาคผนวก..... 112

ประวัติย่อผู้เขียน..... 118.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการตารางประกอบ

ตารางที่	หน้า
1. แสดงถึงการมีและไม่มีเลือดแข็งตัวสำเร็จรูปของผู้ตอบแยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	43
2. แสดงถึงจำนวนเลือดแข็งตัวสำเร็จรูปที่ผู้ตอบมี แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	44
3. แสดงถึงการใช้เลือดแข็งตัวในการไปทำงานของผู้ตอบ เพศชาย แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	46
4.ก แสดงถึงจำนวนของเลือดแข็งตัวสำเร็จรูปแบบแขนยาวที่ผู้ตอบมี แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	47
4.ข แสดงถึงจำนวนของเลือดแข็งตัวสำเร็จรูปแบบแขนสั้นที่ผู้ตอบมี แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	49
5. แสดงถึงลักษณะการมีหยื่อเลือดแข็งตัวสำเร็จรูปของผู้ตอบ แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	51
5.ก แสดงถึงจำนวนหยื่อของผู้ตอบมี แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	52
6. แสดงถึงลักษณะของการซื้อเลือดแข็งตัวสำเร็จรูปของผู้ตอบแยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	55
7. แสดงถึงระดับราคาของเลือดแข็งตัวสำเร็จรูปที่ผู้ตอบซื้อ แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	56
8. แสดงถึงสถานที่ที่ผู้ตอบซื้อเลือดแข็งตัวสำเร็จรูป แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	59

ตารางที่

หน้า

9. แสดงถึงลักษณะการซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปโดยถือกรายี่ห้อ เป็นสำคัญของผู้ตอบ แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา 61
10. แสดงถึงยี่ห้อของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่ผู้ตอบเจาะจงซื้อ แยกตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตามอายุ รายได้ การศึกษา 62
11. แสดงถึงจำนวนของเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปที่ผู้ตอบซื้อในระยะเวลา 1 ปี แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา 65
12. แสดงถึงองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปของผู้ตอบ แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา 67
13. แสดงถึงลักษณะเหตุผลในการไม่ซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปของผู้ตอบ แยกตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา 70
14. แสดงถึงผู้ที่ซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปให้ผู้ตอบที่ไม่ได้ซื้อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปด้วยตนเอง แยกตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา 73
- 15.ก แสดงถึงลักษณะความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในค่านราคา แยกตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา 75
- 15.ข แสดงถึงลักษณะความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในค่านสี แยกตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตามอายุ รายได้ การศึกษา 78
- 15.ค แสดงถึงลักษณะความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อเสื้อเชิ้ตสำเร็จรูปในค่านรูปแบบ แยกตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตามอายุ รายได้ การศึกษา 82

ตารางที่	หน้า
15.ง แสดงถึงลักษณะความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อสื่อเช็ทสำเร็จรูปในค่านเนื้อผ้า ลายผ้า แยกตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	85
15.จ แสดงถึงลักษณะความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อสื่อเช็ทสำเร็จรูปในค่านการ โฆษณา แยกตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	91
15.ฉ แสดงถึงลักษณะความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อสื่อเช็ทสำเร็จรูปในค่านสถานที่ จัดจำหน่าย แยกตามเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศ ชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	97
15.ช แสดงถึงลักษณะความคิดเห็นของผู้ตอบที่มีต่อสื่อเช็ทสำเร็จรูปในค่านอื่นๆ แยก ตาม เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และของผู้ตอบที่เป็นเพศชาย หญิง แยกตาม อายุ รายได้ การศึกษา	100

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย