

(ก)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับคุณลักษณะของสินค้าและเหตุผลในการซื้อสินค้า และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของสินค้ากับเหตุผลในการซื้อสินค้า

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือผู้ชายวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 20-49 ปี ที่ทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 1,307,291 คน (ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2550) เหตุผลที่เลือกผู้ชายวัยทำงานในช่วงอายุนี้ เพราะเป็นช่วงอายุที่มีความพร้อมทางด้านการเงินและสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างอิสระ รวมทั้งมีแนวโน้มว่าเป็นผู้บริโภคสินค้าจำพวกเสื้อผ้าและเครื่องประดับในระดับสูง โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 25-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ รายได้ต่อเดือน คือ 10,001-20,000 บาท การเลือกซื้อในการติดตามข้อมูลข่าวสารของแฟชั่น พบว่า ผู้ชายวัยทำงานให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของ สื่อโทรทัศน์ ความถี่ในการซื้อสินค้าประเภทต่างๆ ผู้ชายวัยทำงานให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของ เสื้อผ้า การพิจารณาคุณลักษณะของสินค้าแฟชั่น ผู้ชายวัยทำงานให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของ คุณภาพของสินค้า เหตุผลในการซื้อสินค้าแฟชั่น ผู้ชายวัยทำงานให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของ ซื้อเมื่อต้องการใช้งาน พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น ผู้ชายวัยทำงานให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของ ความไม่ยึดติดกับตราสินค้าหรือร้านค้าถ้าถูกใจซื้อได้หมด สถานที่ซื้อสินค้าแฟชั่น ผู้ชายวัยทำงานให้ความสำคัญที่สุดในเรื่องของ ร้านแผงลอยในตลาดนัด การใช้จ่ายเงินในแต่ละเดือนกับสินค้าแฟชั่น ผู้ชายวัยทำงานใช้จ่ายเงินในแต่ละเดือนกับสินค้าแฟชั่นมากที่สุดอยู่ระหว่าง 1,001-2,000 บาท และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การศึกษาและสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะของสินค้า อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการซื้อสินค้า คุณลักษณะของสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่นของผู้ชายวัยทำงาน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05