

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หมวก เป็นสิ่งที่ใส่สวมใส่บนศีรษะเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ เช่น ใส่เพื่อป้องกันสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง เช่น แสงแดด ฝน งานเฉลิมฉลอง เล่นกีฬา เหตุจำเป็นเกี่ยวกับศาสนา เพื่อความปลอดภัย หรือเพื่อประดับเป็นแฟชั่น ในอดีตหมวกใช้บ่งบอกสถานะทางสังคม ในทางการทหาร ใช้หมวกเพื่อแสดงถึงชาติ ตำแหน่ง ยศของทหารนายนั้น บางคนก็ใช้หมวกบอกถึงตำแหน่งหน้าที่การงานของอาชีพนั้น ๆ เช่น พยาบาล ทหาร ตำรวจ และพ่อครัว เป็นต้น ปัจจุบันได้มีหมวกมากมายหลายรูปแบบให้ได้เลือกสวมใส่กัน แล้วแต่ความต้องการใช้งานของแต่ละบุคคล ในยุคปัจจุบัน เราเห็นคนนิยมใส่หมวกเป็นแฟชั่นมากขึ้น คนส่วนมากต้องการที่จะค้นหาแฟชั่นใหม่ ๆ เพื่อมาสนองความต้องการ และแฟชั่นที่ดีที่สุด คือแฟชั่นที่ล้ำสมัยไม่เหมือนใคร และไม่มีใครเหมือน แม้จะอยู่ในที่ร่มอย่างห้างสรรพสินค้าก็ยังใส่หมวก ทั้ง ๆ ที่ไม่มีแดดมีฝนให้ต้องระวัง แม้แต่น้อย บางคนใส่หมวกผ้าแบบที่ใช้กันหนาว เพราะในห้างสรรพสินค้าเครื่องปรับอากาศมีอุณหภูมิต่ำ เลยต้องใส่หมวก ทั้งหมดก็เป็นเรื่องของปัจเจกที่แล้วแต่จะคิดปรุงแต่งกันไป

หมวกในยุคแรก ๆ ทำขึ้นมาจากหนังของสัตว์ แล้วนำมาเอามาคลุมศีรษะไว้เพื่อปกป้องอันตรายต่าง ๆ ถ้าจะให้เรียกว่าหมวกก็คงจะยังไม่ได้ เพราะรูปทรงคงจะไม่เหมือนหรือคล้ายกับหมวกในสมัยนี้เท่าที่ควร อาณาจักรกรีกโบราณถือได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของหมวกในยุคแรก ๆ ซึ่งก็เรียกว่า Pileus เป็นหมวกที่มีรูปทรงคล้ายกับศีรษะของมนุษย์มากกว่าการนำผ้ามาคลุมไว้บนศีรษะ ต่อมา The Phrygian cap ถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งการปลดปล่อยอิสรภาพ ที่ชาวกรีกและโรมันได้ให้กับทาสเพื่อแสดงว่าทาสเหล่านั้นได้ถูกปลดปล่อยเป็นอิสระ และหมวก The Peatasos เป็นหมวกที่มีปีกใบแรก ซึ่งได้ถูกคิดค้นโดยชาวกรีกโบราณนั่นเอง หมวกทั้ง 3 ชนิดนี้มีลักษณะไม่ค่อยจะแตกต่างกันมากเท่าไรหรอก และถูกออกแบบสำหรับไว้ให้ผู้ชายได้สวมใส่เท่านั้น

ในช่วงต้นศตวรรษที่ 17 มีการคิดค้นหมวกสำหรับผู้หญิง โดยช่างชาวเมืองมิลาน ประเทศอิตาลี ใช้วัสดุพื้นฐานแบบง่าย ๆ ในการทำนั้นก็คือ ริบบิ้น ถูมือ เส้นฟาง มาประกอบกันเป็นหมวก บางใบก็อาจนำเอาดอกไม้ประดิษฐ์ ผลไม้ปลอม หรือผ้าลายลูกไม้ มาตกแต่งบนหมวกให้สวยงาม ซึ่งมีชื่อเรียกว่า Millaner (เรียกชื่อตามเมืองที่เริ่มทำหมวกชนิดนี้เป็นครั้งแรก) เมื่อ

ผู้หญิงเริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมมากขึ้น จึงมีการพัฒนารูปแบบหมวกทรงต่าง ๆ ไว้สำหรับผู้หญิงใส่โดยเฉพาะ เป็นการออกแบบไว้ไว้สำหรับการออกงานสังคม หรือแม้แต่การใส่สำหรับเล่นกีฬา ต่อมาในช่วงครึ่งแรกของศตวรรษที่ 19 หมวกประเภท บอนเน็ต (มีสายผูกไว้และไม่มีขอบ) ได้รับความนิยอย่างสูง เวลาที่เดินไปตามท้องถนนก็จะเห็นผู้หญิงในสมัยนั้นสวมใส่กันเกือบทุกคน คงไม่ต่างอะไรกับแฟชั่นกางเกงขาเดฟ แบบที่วัยรุ่นในปัจจุบันชอบใส่ให้เห็นกันทั่วบ้านทั่วเมืองหลังจากที่หมวกทรง บอนเน็ต ได้รับความนิยมากก็เริ่มมีการพัฒนาหมวกทรงสไตล์ เลดี้ ต่างๆ ขึ้นมา ด้วยการเพิ่มความกว้างของปีกหมวกบ้าง หรือมีการตกแต่งประดับประดาด้วยวัสดุต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ริบบิ้น, ดอกไม้,ขนนก, ผ้าแพร

ในช่วงกลางทศวรรษ 1920 บรรดาผู้หญิงถูกนิยมตัดผมสั้น เพื่อให้ดูกระฉับกระเฉงมากขึ้น ขนาดของหมวกก็เล็กกะทัดรัดลงไปตามทรงผมด้วย โดยยุคนี้ผู้หญิงส่วนใหญ่จะนิยมหมวกสไตล์เฮลเม็ต มีลักษณะทรงคล้ายกับหมวกดับเพลิง จนกระทั่งผ่านช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 ไปแล้ว แฟชั่นหมวกจึงพัฒนาไปสู่ขั้นสูงสุด มีหมวกให้เลือกหลากหลายสไตล์ และสารพัดวัสดุ ให้เลือกกันมากมายแต่เมื่อถึงจุดสูงสุด ก็มาถึงยุคตกต่ำของหมวก หลังจากเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้หญิงส่วนใหญ่ทำงานนอกบ้านกันมากขึ้น จึงไม่มีเวลาสนใจกับเรื่องความสวยความมากนัก ทำให้เหล่าบรรดาช่างเย็บหมวก ต้องพลอยตกงานกันไปตาม ๆ กัน

ในช่วงทศวรรษที่ 1980-1990 เป็นช่วงยุคทองของหมวกอีกครั้งหนึ่งเมื่อผู้นำกระแสนิยมคนสำคัญของโลกนั้นก็คือ “เจ้าหญิงไดอาน่า” ได้นำแฟชั่นหมวกกลับมาอีกครั้งหนึ่ง จึงมีนักออกแบบหมวกรุ่นใหม่ ๆ แฉงเกิดกันเป็นแถว จนกระทั่งทุกวันนี้ก็มีหมวกให้บรรดาผู้หญิงทั้งหลาย ได้เลือกสวมใส่กันมากมาย ขึ้นอยู่กับประเภทการใช้งานบ้างหรือแม้แต่ กระแสนิยมแฟชั่นต่าง ๆ ที่ทยอยออกมาให้ผู้หญิงได้ใส่กันมากขึ้น ในปัจจุบัน แฟชั่นในประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งเสื้อผ้า กางเกง รองเท้า หมวก และอื่น ๆ อีกมากมาย คนส่วนมากต้องการที่จะค้นหาแฟชั่นใหม่ ๆ ที่ทันสมัย เพื่อสนองความต้องการของตนเองและเพื่อความทันสมัยของสังคม

บริษัท ที.ซี.เค โพรดัคท์ (1997) จำกัด เป็นบริษัทผลิตหมวกประเภทต่าง ๆ ได้แก่ หมวกแก๊ป หมวกกีฬา หมวกว่ายน้ำ หมวกตกปลา หมวกทหาร หมวกเปิดหัว หมวกแคตตี้ หมวกสาน หมวกญี่ปุ่น หมวกซาฟารี หมวกตำรวจ หมวกนักสืบ หมวกแฟชั่น หมวกวัยรุ่น หมวกตามกระแสนิยม หมวกเด็กเล็ก หมวกแฟนซี หมวกประจำบริษัท หมวกปาร์ตี้ หมวกแบรนดเนม หมวกอเมริกัน ผ้าขนหนูชั้นนำ บริษัทยังให้บริการเป็นที่ปรึกษาและรับผลิต ออกแบบตามความต้องการของลูกค้าโดยช่างผู้ชำนาญการ บริษัทเริ่มจดทะเบียนในรูปบริษัท เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2540 โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 75/5 หมู่ที่ 11 ถ.พระรามที่ 2 ซอย 30 เขตจอมทอง กรุงเทพฯ

10150

ความเป็นมาของธุรกิจเริ่มจากประสบการณ์คนทำรองเท้ากีฬา ออกแบบ เขียนแบบ Design Nike Reebok Adidas จนประสบความสำเร็จสู่ตลาดโลก จึงนำประสบการณ์มาประยุกต์ ทำหมวกกีฬาและหมวกแฟชั่น ทุกแบบทุกสไตล์ จนประสบความสำเร็จระดับหนึ่ง แต่ทั้งนี้บริษัทก็ไม่หยุดพัฒนาสินค้า เพื่อให้คุณภาพสินค้าได้มาตรฐานสูงสุด ปัจจุบัน บริษัท ได้มีการขยายแผนการผลิตประเภทของสินค้าเพิ่มขึ้น โดยเน้นที่ คุณภาพ ความสวยงาม ความหลากหลาย เพื่อรองรับความต้องการที่รับของบริโภคที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งในปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางธุรกิจที่เข้มข้น ไม่ว่าจะอยู่ ณ จุดใดก็ดูเหมือนจะมีคู่แข่งอยู่เต็มไปหมด การที่จะดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดและเจริญเติบโต จึงต้องอาศัยการวางแผน การบริหารจัดการที่ดี วิสัยทัศน์ในการมองอนาคตได้ชัดเจนเพื่อเตรียมรับมือ และนำบริษัทก้าวไปข้างหน้าได้เข้ากับ สถานการณ์ต่าง ๆ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยในฐานะผู้บริหารของบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักท์ (1997) จำกัด มีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการเลือกซื้อสินค้าบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักท์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการวางแผนการตลาด การปรับปรุงการบริหารจัดการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอันเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาเพื่อความก้าวหน้าและความเจริญเติบโตของบริษัทต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าต่อการเลือกซื้อสินค้าบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักท์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้าต่อการเลือกซื้อสินค้าบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักท์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

สมมติฐานของการวิจัย

ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการเลือกซื้อสินค้าบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักท์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการเลือกซื้อสินค้า บริษัท ที.ซี.เค. โปรดักต์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาเลือกซื้อสินค้าบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักต์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร จำนวน 120 คน (ที่มา: ใบเสนอราคา ใบสั่งซื้อ ของบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักต์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร เดือนพฤษภาคม 2557) เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- อาชีพ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.2 ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ในด้าน ส่วนผสมทางการตลาด (4Ps) ประกอบด้วย

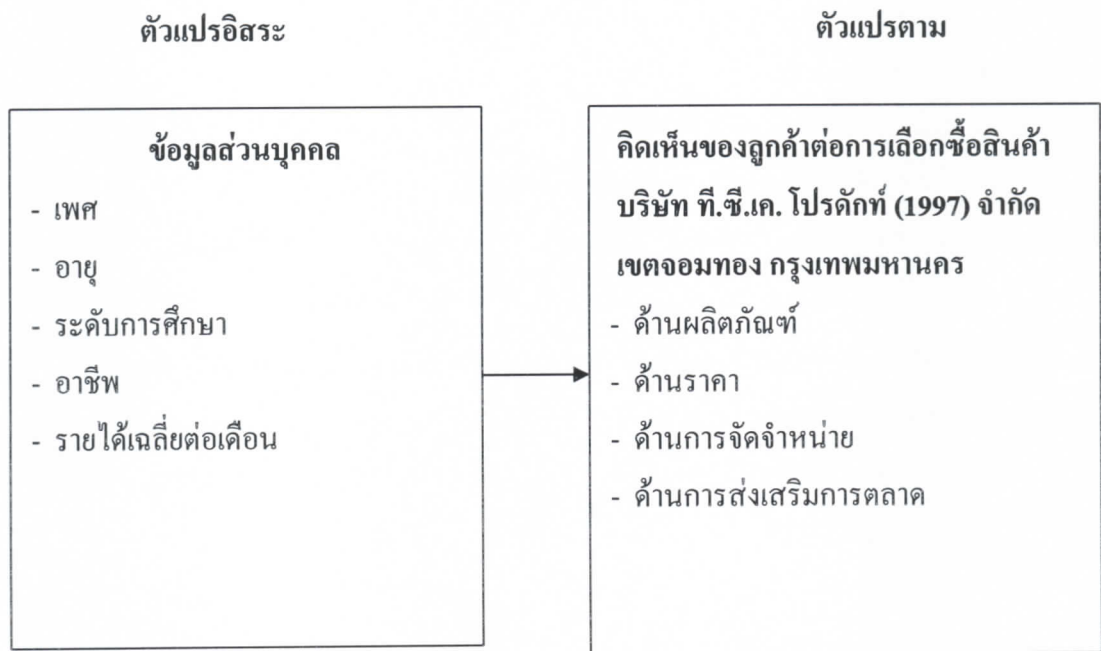
- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

3. ขอบเขตด้านเวลา

ศึกษาระหว่างเดือน ตุลาคม ถึงเดือน ธันวาคม 2557

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้านต่อการเลือกซื้อสินค้าบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักท์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (4Ps) ของ สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, หน้า 35-38) มาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงความรู้สึกลูกค้าแต่ละบุคคล ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ซึ่งแตกต่างกันไปตามความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อม

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าหรือผู้มาเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ของบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักท์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง

การเลือกซื้อ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอในชีวิตประจำวัน

บริษัท ที.ซี.เค. โปรดักท์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง หมายถึง บริษัทผลิตหมวดประเภทต่าง ๆ ได้แก่ หมวดแก้ว หมวดกีฬา หมวดว่ายน้ำ หมวดตกปลา หมวดทหาร หมวดเปิดหัว หมวดแคทตี้ หมวดสาน หมวดญี่ปุ่น หมวดซาฟารี หมวดตำรวจ หมวดนักสืบ หมวดแฟชั่น หมวดวัยรุ่น หมวดตามกระแสนิยม หมวดเด็กเล็ก หมวดแฟนซี หมวดประจำบริษัท หมวดปาร์ตี้ หมวดแบรนด์เนม หมวดอเมริกัน ผ้าขนหนูชั้นน้ำ บริษัทยังให้บริการเป็นที่ปรึกษาและรับผลิต ออกแบบตามความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าบริษัท ที.ซี.เค. โปรดักท์ (1997) จำกัด เขตจอมทอง
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ ในการวางแผนทางการตลาด และปรับปรุงการบริหารจัดการ แก้ปัญหา อุปสรรคในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ผู้ที่สนใจในการดำเนินธุรกิจ สามารถนำผลจากการศึกษาไปใช้ประโยชน์ ในการบริหารจัดการเพื่อดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จได้