

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รองเท้ามีความสำคัญต่ออวัยวะส่วนที่สำคัญที่สุดของร่างกายที่มนุษย์ที่ใช้ ในการเคลื่อนไหวร่างกายจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งตามความต้องการและความจำเป็น ในการดำรงชีวิต คือ เท้า ในสมัยแรกมนุษย์เริ่มรู้จักประดิษฐ์รองเท้าจากวัสดุที่หาได้ง่ายในธรรมชาติ เช่น เปลือกไม้ หนังสัตว์ เพื่อปกป้องเท้าจากอันตรายที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น สภาพภูมิอากาศ สภาพภูมิประเทศ สัตว์ป่า เป็นต้น ดังมีหลักฐานที่ยืนยันได้ถึง รองเท้าคู่แรกที่มนุษย์นำมาสวมใส่ คือภาพเขียนเกี่ยวกับวิถีชีวิตของมนุษย์ในยุคก่อนดึกดำบรรพ์ที่มีผู้ค้นพบตามส่วนบนของฝาผนังถ้ำในประเทศสเปนและทางบริเวณตอนใต้ของประเทศฝรั่งเศสเมื่อ 1,200-1,500 ปีก่อน คริสตศักราช (ค.ศ.) ซึ่งในภาพเขียนได้แสดงให้เห็นว่ามนุษย์ผู้ชายจะสวมใส่ชิ้นส่วนของหนังสัตว์ที่บริเวณข้อเท้าคล้ายรองเท้าบูท (boot) ขณะที่ผู้หญิงจะสวมใส่เครื่องห่อหุ้มเท้าแบบรองเท้าบูทที่ทำด้วยขนสัตว์ จึงพอประมาณการได้ว่ามนุษย์ในสมัยนั้นรู้จักหาวัสดุมาห่อหุ้มอวัยวะส่วนที่เป็นเท้ามาเป็นเวลามากกว่า 14,000 ปีมาแล้ว นอกจากนี้รองเท้าจะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเดินทางโดยใช้สวมใส่เพื่อปกป้องและป้องกันไม่ให้เกิดการบาดเจ็บหรือผิดปกติของรูปเท้า แล้วรองเท้ายังถูกนำมาใช้เป็นเครื่องประดับเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพให้แก่ผู้สวมใส่อีกด้วย (กิตติมา รัตนชู. 2546 : 43-44)

การประดิษฐ์และการทำรองเท้าให้มนุษย์ใช้เพื่อสวมใส่ในปัจจุบัน ทำมาจากวัสดุหลายชนิดทั้งจากธรรมชาติและวัสดุสังเคราะห์ และมีหลายรูปแบบให้เลือกตามความต้องการและความจำเป็นของผู้สวมใส่ภายใต้สภาพเศรษฐกิจ สังคม และค่านิยมของผู้บริโภคซึ่งแตกต่างกันทำให้รองเท้าที่เปรียบเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของร่างกายที่มนุษย์จำเป็นต้องใช้ตั้งแต่เริ่มเดินทางออกจากที่พักอาศัยเพื่อทำกิจธุระ ทำงาน หรืออื่นๆ จนกลับถึงบ้านเพื่อพักผ่อนหลับนอนก่อนจะออกจากที่พักอาศัยของตนเพื่อปฏิบัติภารกิจตามวิถีของตนในวันต่อไป ซึ่งความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการเลือกซื้อรองเท้าเป็นประเด็นหนึ่งที่ต้องศึกษาเพื่อทำความเข้าใจที่เกี่ยวกับเรื่องของรองเท้า จึงสรุปได้ว่าการสวมรองเท้าเพื่อปกป้องเท้าไม่ให้ได้รับอันตราย แต่รองเท้าที่ไม่พอดีนอกจากจะทำให้รู้สึกไม่สบายขณะสวมใส่แล้ว ยังอาจทำให้เกิดการบาดเจ็บหรือผิดปกติของเท้าตามมาได้ ในภายหลังหลักการที่จะเลือกซื้อรองเท้า แม้ว่าความสวยงามต้องใจจะเป็นสิ่งแรกที่ทำให้เป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคอยากจะได้ใส่รองเท้า แต่สิ่งสำคัญยิ่งกว่าที่ควรพิจารณา คือรูปทรงที่เข้าได้กับเท้า ซึ่งจะทำให้ความรู้สึกสบายขณะสวมใส่ ในการซื้อรองเท้า ควรระลึกไว้เสมอว่า “ควรเลือกรองเท้าให้ใส่

พอดีกับเท้า ไม่ใช่พยายามใส่เท้าให้พอดีกับรองเท้าที่เลือก” ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจรองเท้าจึงต้องคำนึงถึงการผลิตให้ตรงต่อความต้องการรองเท้าของลูกค้าที่นับวันจะมีความต้องการแตกต่างกันให้มากที่สุดจากการศึกษาข้อมูลการผลิตรองเท้า ในปัจจุบัน พบว่า อุตสาหกรรมรองเท้าเป็นอุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้ที่สามารถนำเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานจากมนุษย์เป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งเป็นแหล่งสำคัญในการสร้างแรงงานของประเทศไม่น้อยกว่า 100,000 คน ในภาคอุตสาหกรรมนี้ เนื่องจากการผลิตยังคงอาศัยแรงงานและทักษะความชำนาญของแรงงาน สถิติโรงงานอุตสาหกรรมผลิตรองเท้าของไทยในปี พ.ศ. 2549 มีผู้ประกอบการภายในประเทศในอุตสาหกรรมประเภทรองเท้าและส่วนประกอบเป็นจำนวนทั้งสิ้น 548 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่จำนวน 30 ราย ผู้ประกอบการขนาดกลางจำนวน 130 ราย ผู้ประกอบการขนาดเล็กจำนวน 388 ราย และผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำนวน 31 ราย (“รองเท้าและส่วนประกอบรองเท้า,” 2545 : ออนไลน์) ทำให้สินค้าประเภทนี้มีความหลากหลาย เพราะเกิดการเปรียบเทียบ ทั้งในด้านราคา รูปแบบ การใช้งาน ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าได้มากขึ้นเพื่อให้ตรงต่อความต้องการของตนเอง จากแนวโน้มสถานการณ์ของอุตสาหกรรมรองเท้าที่มีฐานการผลิตในประเทศไทย มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องหนัง เครื่องใช้ในการเดินทาง และรองเท้า ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2550 มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม การย้ายฐานการผลิตไปยังลาว เวียดนาม กัมพูชา และอินเดีย ซึ่งมีต้นทุนการผลิต (แรงงาน) ที่ต่ำกว่า และยังได้สิทธิพิเศษ GSP (ลาว) และค่าเงินบาทที่มีอัตราแข็งค่ากว่าคู่แข่ง ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตของไทยเพิ่มสูงกว่า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบกับการผลิตสินค้าสำเร็จรูปของไทยในขณะนี้เช่นกันคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ จีน เวียดนาม และอินเดีย ตลาดส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง เบลเยียม สหราชอาณาจักร และ ญี่ปุ่น รวมกันคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.26 (ในปี 2550 ม.ค.- เม.ย.) ตลาดอื่นที่มีอัตราการขยายตัวสูง ได้แก่ เดนมาร์ก เม็กซิโก จีน ฮองกง และเวียดนาม (“เครื่องหนังเครื่องใช้ในการเดินทาง และรองเท้า,” 2550 : ออนไลน์)

ดังนั้นเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน จึงต้องมีการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดแก่กลุ่มลูกค้า จึงต้องใช้ยุทธวิธีในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าตัดสินใจใช้สินค้าของตน ซึ่งมีกลยุทธ์ทางการตลาดหลายรูปแบบ เช่น กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ในเรื่องราคา กลยุทธ์ในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย ดังนั้นเพื่อให้ทราบพฤติกรรม

ชื่อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้า จึงสมควรที่จะมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกซื้อรองเท้าของลูกค้าในด้านต่างๆ ตลอดจนศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้า

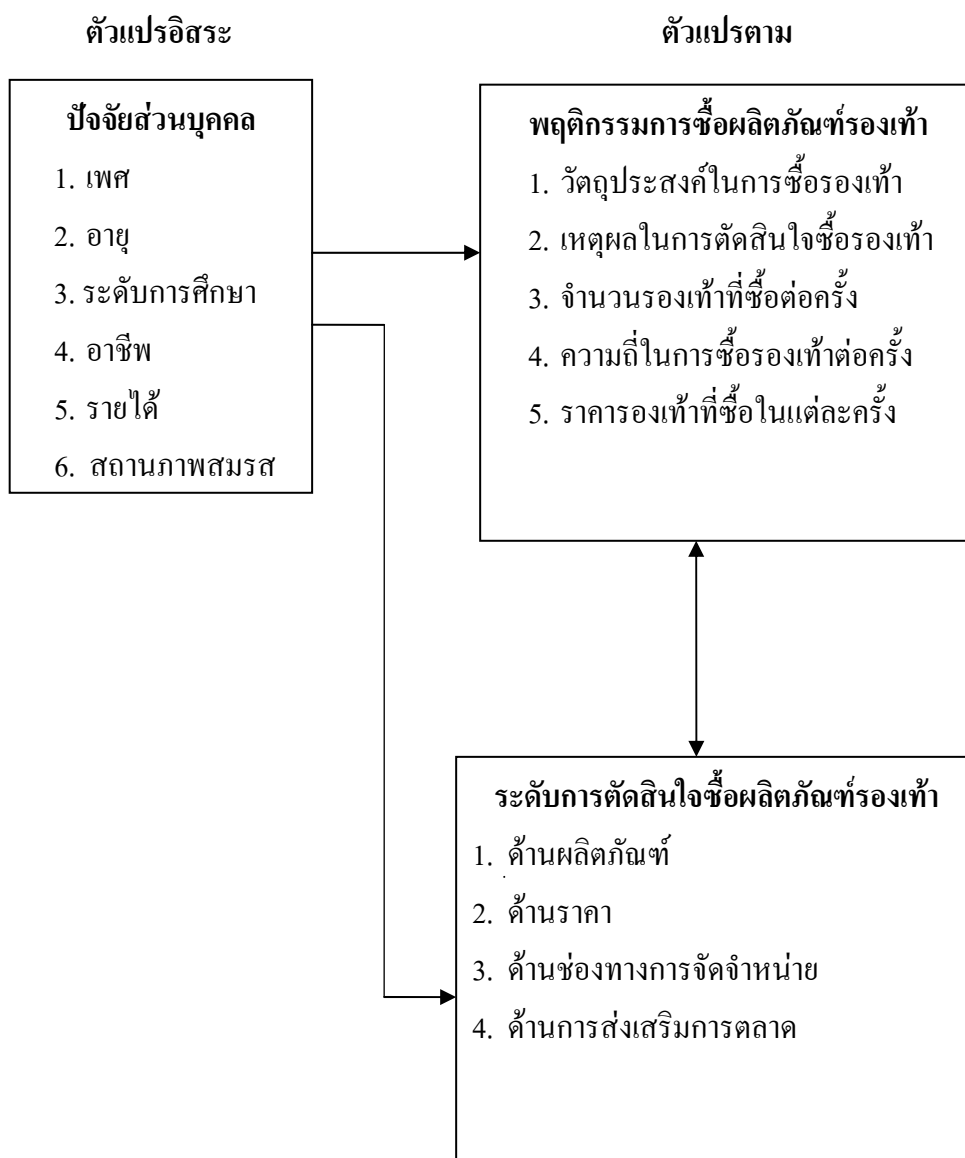
ผลการศึกษาในครั้งนี้จะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์รองเท้า หรือผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์รองเท้า เพื่อนำไปใช้ในการวางแผน ตลอดจนตัดสินใจใช้กลยุทธ์ การตลาดให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการใช้ผลิตภัณฑ์รองเท้า อันเป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่แก่อุตสาหกรรมรองเท้า ต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้า
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร

### กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแสดงให้เห็นเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนครแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนครแตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษา พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร โดยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยด้านต่างๆดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

ขอบเขตด้านเนื้อหาในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส
2. ตัวแปรตาม ได้แก่
  - 2.1 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้า ประกอบด้วย
    - 2.1.1 วัตถุประสงค์ในการซื้อรองเท้า
    - 2.1.2 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อรองเท้า
    - 2.1.3 จำนวนรองเท้าที่ซื้อต่อครั้ง
    - 2.1.4 ความถี่ในการซื้อรองเท้า
    - 2.1.5 ราคาของรองเท้าที่ซื้อในแต่ละครั้ง
  - 2.2 ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้า ประกอบด้วย
    - 2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์
    - 2.2.2 ด้านราคา
    - 2.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
    - 2.2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บริเวณนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เดือนเมษายน พ.ศ. 2551

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร
2. ทำให้ทราบระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร
3. ทำให้ทราบการเปรียบเทียบ ระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. ทำให้ทราบการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อรองเท้า
5. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนคร
6. ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดให้ผู้บริหาร บริษัทผลิตสินค้าประเภทรองเท้าได้เข้าใจถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**พฤติกรรมการซื้อรองเท้า** หมายถึง วัตถุประสงค์ในการซื้อรองเท้า เหตุผลสำคัญอันดับแรกในการซื้อรองเท้า จำนวนรองเท้าที่เลือกซื้อในแต่ละครั้ง จำนวนรองเท้าที่เคยซื้อมากที่สุดต่อหนึ่งครั้ง ความถี่ในการซื้อรองเท้าต่อครั้งของลูกค้า และราคารองเท้าที่ลูกค้าเลือกซื้อในแต่ละครั้งต่อหนึ่งคู่

**การตัดสินใจซื้อ** หมายถึง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าของลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมสหรัตนนครที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

**ด้านผลิตภัณฑ์** หมายถึง สินค้ามีหลายประเภท สินค้ามีหลายขนาดหลายรุ่น สินค้าตรงต่อความต้องการ สินค้ามีความแตกต่างจากบริษัทอื่น ชื่อเสียงของบริษัทที่ผลิต มีความแข็งแรงทนทานอายุการใช้งานนาน และมีมาตรฐานทางอุตสาหกรรมรับรอง

**ด้านราคา** หมายถึง ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้ามีหลายราคาให้เลือก มีเครดิตทางการค้า (ซื้อก่อน จ่ายทีหลัง ผ่านบัตรเครดิต) มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน และมีป้ายแสดงการลดราคาอย่างชัดเจน

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** หมายถึง ทำเลที่ตั้งร้านค้าไปมาสะดวก หน้าร้านมีป้ายชื่อหรือสัญลักษณ์ของร้านสังเกตเห็นได้ง่าย การจัดสินค้าเป็นหมวดหมู่สะดวกในการซื้อ เลือกซื้อได้อย่างทั่วถึงมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เวลาเปิด-ปิดบริการของร้านมีความเหมาะสม และบริการมีความรวดเร็ว

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขาย และผู้ให้บริการ ได้แก่ มีการโฆษณาสินค้า มีสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้ทดลอง มีการลดราคาสินค้า มีการรับประกันสินค้าแก่ลูกค้า มีบริการหลังการขาย เช่น ซ่อมแซม เปลี่ยนพื้น เป็นต้น พนักงานขายมีการตอบข้อสงสัยและให้คำแนะนำแก่ลูกค้า

**ผลิตภัณฑ์รองเท้า** หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทรองเท้าที่มีจำหน่ายในนิคมอุตสาหกรรม สหรัตนนคร ได้แก่ รองเท้าสุภาพบุรุษ รองเท้าสุภาพสตรี รองเท้าเด็กและรองเท้ากอล์ฟ

**ลูกค้า** หมายถึง ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์รองเท้าในนิคมอุตสาหกรรม สหรัตนนคร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**นิคมอุตสาหกรรม สหรัตนนคร** หมายถึง นิคมอุตสาหกรรม สหรัตนนคร ที่ตั้งอยู่ใน ตำบลนครหลวง อำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา