

การศึกษาความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุเพศหญิง

BUSINESS DEMAND AND OPERATIONS OF APPAREL FOR FEMALE ELDERLY

รัตนาภรณ์ คำหนักพงษ์

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุเพศหญิง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความต้องการซื้อเสื้อผ้าของผู้สูงอายุของผู้บริโภค 2) ระดับความต้องการซื้อเสื้อผ้าของผู้สูงอายุของผู้บริโภคที่มีลักษณะต่างกัน 3) พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าของผู้สูงอายุของผู้บริโภค 4) พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าของผู้สูงอายุของผู้บริโภคที่มีลักษณะต่างกัน 5) ลักษณะการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าของผู้สูงอายุ 6) กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุใช้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยให้ตอบแบบสอบถามออนไลน์แบบสมัครใจที่จะตอบแบบสอบถาม (Convenience Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง 200 คนและผู้ประกอบการสำหรับเสื้อผ้าผู้สูงอายุขนาดกลางจำนวน 10 ราย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาด้านผู้บริโภคส่วนใหญ่อายุ 55-65 ปี รายได้ 20,001-30,000 บาท สถานภาพอยู่กับคู่สมรส ในขณะที่ผู้ประกอบการเสื้อผ้าผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่เป็นแบบเจ้าของคนเดียว มีพนักงานจำนวน 1-5 คน ระยะเวลาในการดำเนินกิจการเสื้อผ้าผู้สูงอายุคือ 1-5 ปี มีเงินลงทุนในกิจการมากกว่า 500,000 บาทขึ้นไป มีการรับเสื้อผ้าจากในประเทศมาขายมากที่สุด ประเภทของเสื้อผ้าที่มีขายมากที่สุดในร้านคือ เสื้อราคาเสื้อผ้าที่ถูกที่สุดในร้านราคา 1-500 บาท ราคาเสื้อผ้าที่แพงที่สุดในร้านราคามากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป ธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุมีผ้าฝ้ายและผ้าไหมจำหน่ายในร้านมาก มีเสื้อผ้าสีดำและสีครีมจำหน่ายในร้านจำนวนเท่ากัน

ผลการศึกษาด้านผู้บริโภคพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความต้องการซื้อเสื้อผ้าผู้สูงอายุค่อนข้างมาก ลักษณะอายุ รายได้ สถานภาพที่ต่างกัน ระดับความต้องการซื้อสินค้าในบางรูปแบบและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าต่างกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าจากห้างสรรพสินค้าในวันที่สะดวก ไม่มีกำหนด

เวลา 12.01-15.00 นาฬิกา โดยซื้อเสื้อผ้าจำนวน 1-2 ครั้งต่อเดือน เฉลี่ย 2 ตัวต่อครั้ง ราคาเฉลี่ยต่อชิ้นที่ซื้อคือ 501-1,000 บาท สาเหตุที่ซื้อเพื่อสวมใส่ไปเที่ยว โดยประเภทที่กลุ่มตัวอย่างซื้อมากที่สุดคือเสื้อ ด้านผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุพบว่า กลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการเลือกใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ คือ เสื้อผ้าที่ร้านต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ ไม่เหมือนใคร รองลงมาคือ เสื้อผ้าต้องมีคุณภาพ ไม่บาง ไม่ขาดง่าย

คำสำคัญ: ความต้องการดำเนินงาน, ธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุ

Abstract

The objectives of this research were 1. Purchasing decision on apparel from elderly 2. The differences of personal factor affecting purchasing decision 3. Consumer behavior in elderly 4. The differences of personal factor affecting consumer behavior in elderly 5. Business Operation of apparel for elderly 6. Marketing strategy related to business operations. The sample group in this study included target customers 200 people and 10 entrepreneurs, selected by using the convenience sampling method. Questionnaires were used as the data collection tool. The method of specific and the basic statistics used for analysis of data were Frequency, Percentage, Mean and standard Deviation.

Most of samples were aged between 55-65, earned salaries 20,001-30,000 baht per month, married. Most of entrepreneurs are Sole Proprietorship, there are 1-5 employees, had 1-5 years experience, spent over 500,000 baht for being investment amount for starting business. The lowest price was 1-500 baht; the highest price was over 2,000 baht. Most of them sell cotton shirts and silk shirts with black color and cream color.

Results show that most of samples want to buy apparel for elderly quite a lot. Demographic factors such as age, income and status affect purchasing decision. Most of them buy clothes at department store, any day, between 12 P.M.- 3 P.M., one or two times per month and two pieces per time. Average price is about 501-1,000 baht, the reason of buying clothes is for travel.

The business strategy of the sample entrepreneurs mostly focused on product differentiation and quality.

Keywords: Demand and Operation, Apparel for elderly

บทนำ

เสื้อผ้าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่ถือเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ซึ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ความเจริญของมนุษย์ทำให้เสื้อผ้าแตกต่างกันไปในแต่ละยุคสมัย เริ่มแรกมนุษย์ใส่เสื้อผ้าเพื่อปกป้องร่างกายจากสิ่งแวดล้อมหรือภัยอันตรายต่างๆ เช่น ป้องกันร่างกายจากแสงแดด ป้องกันร่างกายไม่ให้โดนฝน ป้องกันแมลงกัดต่อย เป็นต้น กล่าวง่ายๆคือ เมื่อมนุษย์เราเลือกใส่เสื้อผ้าที่เหมาะสมกับช่วงเวลาหรือเหตุการณ์ ก็จะสามารถป้องกันร่างกายจากอันตรายและรู้สึกมันคงปลอดภัยได้ นอกจากนี้การที่เราเลือกใส่เสื้อผ้าที่มีคุณภาพดีและถูกต้องตามกาลเทศะ เมื่อเราได้รับการชื่นชมจากผู้อื่นจะช่วยให้เรารู้สึกมั่นใจในตนเองมากขึ้น และหากเมื่อต้องพบเจอกับคนที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน เราจะถูกตัดสินจากรูปลักษณะภายนอกเป็นอันดับแรก ซึ่งก็คือจากการแต่งตัว การใส่เสื้อผ้าจึงสามารถใช้แสดงสถานะทางสังคมได้ คนที่มีชื่อเสียงในสังคมจึงมักจะแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่มีคุณภาพ กล่าวได้ว่าคนส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเสื้อผ้าตามฐานะและสังคมที่ตนเองอยู่ เพื่อให้ได้รับการยอมรับและยกย่องจากคนในสังคม สิ่งสำคัญของเสื้อผ้าก็คือสามารถบ่งบอกถึงค่านิยมและเอกลักษณ์ของตนได้เป็นอย่างดี

เสื้อผ้าสามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของเราได้ แต่ละคนมีรูปแบบในการแต่งตัวไม่เหมือนกันอันเนื่องมาจากความชอบที่ต่างกัน ดังจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันลักษณะของเสื้อผ้ามีความหลากหลายมากกว่าแต่ก่อน การเลือกซื้อเสื้อผ้าจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะถ้าเลือกสวมใส่เสื้อผ้าที่สวยงาม มีการตัดเย็บที่ประณีตเหมาะกับบุคลิกของผู้ที่สวมใส่ จะทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกดีขึ้นได้ เราจึงต้องเลือกเสื้อผ้าที่มองด้วยตาเปล่าสวยงาม ถูกใจเราเป็นอันดับแรก ต่อมาต้องให้ความสำคัญกับเนื้อผ้า เนื่องจากเมืองไทยเป็นเมืองที่มีอากาศร้อน เหมาะกับเนื้อผ้าที่สวมใส่สบาย ใส่แล้วไม่ร้อน พอเหงื่อออกไม่เกิดอาการคัน ดูแลรักษาง่าย ไม่ต้องรีดเยอะ แต่ก็ต้องระวังไม่เลือกเนื้อผ้าที่บางจนเกินไป เพราะอาจจะทำให้ขาดง่าย ไม่ทนทาน เมื่อเทียบราคากับจำนวนครั้งที่ใส่แล้วรู้สึกว่าจะคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป ทั้งนี้เสื้อผ้าบางแบบสามารถช่วยอำพรางรูปร่างของเราได้ดี เช่น เสื้อผ้าสีเข้มหรือลายทางยาวๆจะช่วยอำพรางหุ่นให้ดูเพรียวขึ้น ทั้งนี้ทั้งนั้นควรเลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับตัวเอง ไม่ใหญ่ไป ไม่เล็กไป เมื่อ

สวมใส่แล้วรู้สึกมั่นใจ เพราะเสื้อผ้าไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพของผู้ใส่เท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มของคนใส่ได้อีกด้วย

ทั่วโลกสัดส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีมีจำนวนเพิ่มขึ้น ในปี 2019 จำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปี มีประมาณ 1 พันล้านคน โดยคาดการณ์ว่าจะเพิ่มไปจนถึง 1.4 พันล้านคนภายในปี 2030 และเพิ่มไปจนถึง 2.1 พันล้านคนภายในปี 2050 หรือ 14% ของประชากรทั้งหมดจะมีอายุ 65 ปีขึ้นไป โดยภูมิภาคที่คาดว่าจะมีประชากรอายุมากกว่า 65 ปี เพิ่มสัดส่วนขึ้นเป็น 2 เท่า ได้แก่ แอฟริกาเหนือ เอเชียตะวันตก เอเชียกลาง เอเชียใต้ เอเชียตะวันออก เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และละตินอเมริกา สัดส่วนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นนี้ถือเป็นปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนและจำนวนจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งรวมไปถึงประเทศไทย

ในปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ โดยมีสัดส่วนผู้สูงอายุ 20% ของประชากรทั้งประเทศ ในทวีปเอเชียประเทศไทยมีจำนวนผู้สูงอายุเป็นอันดับสามรองจากญี่ปุ่นและสิงคโปร์ตามลำดับ เป็นอันดับสองในอาเซียนรองจากสิงคโปร์เท่านั้น มีการคาดการณ์ว่าในอีก 14 ปีข้างหน้าประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงวัยระดับสุดยอด คือมีสัดส่วนผู้สูงอายุ 30% ของประชากรในประเทศ มีสาเหตุมาจากอัตราการเกิดลดลง ดังจะเห็นได้ว่าคนในปัจจุบันเน้นการมีลูกน้อยลง แต่เลี้ยงให้มีคุณภาพมากขึ้นแทน ประกอบกับประชากรมีอายุยาวขึ้นเนื่องมาจากการรักษาพยาบาลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้โครงสร้างทางสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก เมื่อสังคมผู้สูงอายุขยายตัวมากขึ้น ถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุเนื่องจากผู้สูงอายุเหล่านี้มีความต้องการสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ สามารถตอบรับการดำเนินชีวิตและการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุได้

คนที่อายุ 60 ปีขึ้นไปในประเทศไทย นิยมเรียกว่า Gen B หรือ Baby Boomer Generation ซึ่งคือคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 – 2507 หลังจากสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง ประเทศต่างๆต้องเผชิญกับปัญหาขาดแคลนสินค้าจำเป็นและภาวะเงินเฟ้อ ทำให้ต้องเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจในประเทศให้กลับมาปกติ ส่งผลให้เกิดเป็นค่านิยมของการมีลูกหลายคนเพื่อนำมาเป็นแรงงานจำนวนมาก จากการเติบโตท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทำให้คนกลุ่มนี้ต้องทำงานหนัก เคารพกฎเกณฑ์ในสังคมและเคร่งครัดเรื่องขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งมักถูกจัดว่าเป็นพวกอนุรักษนิยม การเติบโตมาในครอบครัวที่สอนให้เป็นคนอดทน ประหยัด รู้จักอดออม ทำให้มีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวังและรอบคอบ คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับราคาของสินค้าเป็นอย่างมาก กล่าวได้ว่าผู้สูงอายุ

กลุ่มนี้เต็มใจที่จะซื้อสินค้าหากเห็นว่าสินค้านั้นมีคุณภาพที่คุ้มค่าคุ้มราคาและรู้สึกประทับใจ พร้อมกับวิธีการสั่งซื้อที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนและตรงไปตรงมา

เพศหญิงเป็นเพศที่ซื้อเสื้อผ้าบ่อยกว่าเพศชายโดยมีอารมณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญมากกว่าเหตุผล ไม่ว่าจะเริ่มต้นเมื่อ เสาร์หรือ โครธ การซื้อเสื้อผ้าจึงเป็นหนทางหนึ่งในการชนะอารมณ์ของตัวเอง กล่าวคือ หากอารมณ์บวกเพิ่มขึ้น การซื้อเสื้อผ้าก็เพื่อให้รางวัลหรือให้กำลังใจตัวเอง ในขณะที่เดียวกันหากมีอารมณ์ลบเพิ่มขึ้น การซื้อเสื้อผ้านั้นก็เพื่อเป็นการปลอบใจหรือให้กำลังใจตัวเองได้ด้วยเช่นกัน ผู้สูงอายุเพศหญิงจึงเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง ต้องการสินค้าที่มีรูปแบบเฉพาะซึ่งเอื้อประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยได้เล็งเห็น โอกาสการเติบโตของธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุเพศหญิงและความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรม การซื้อสินค้าและระดับความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคกลุ่มนี้ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์โดยตรงในการเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุเพศหญิงร้าน “บ้านลูกไม้” รวมไปถึงดำเนินการให้สอดคล้องกับ ความความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยในส่วนของผู้บริโภคและในส่วนของ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุไว้ 2 ลักษณะดังนี้คือ

ศึกษาด้านผู้บริโภค

- 1) เพื่อศึกษาระดับความต้องการซื้อเสื้อผ้าผู้สูงอายุรูปแบบต่างๆของผู้บริโภค
- 2) เพื่อศึกษาระดับความต้องการซื้อเสื้อผ้าผู้สูงอายุของผู้บริโภคที่มีลักษณะต่างกัน
- 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าผู้สูงอายุของผู้บริโภค
- 4) เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าผู้สูงอายุของผู้บริโภคที่มีลักษณะต่างกัน

ศึกษาลักษณะธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุและผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุ

- 1) เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุ
- 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุใช้

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1) ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาลักษณะของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคตามทฤษฎีของ Kotler ระดับความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ตลอดจนลักษณะการดำเนินงานธุรกิจและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุใช้ในการประกอบธุรกิจ

2) ขอบเขตด้านประชากร ศึกษาเฉพาะผู้สูงอายุเพศหญิงเฉพาะที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยตอบแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ อายุระหว่าง 55-75 ปี จำนวน 200 คน และผู้ประกอบการสำหรับเสื้อผ้าผู้สูงอายุขนาดกลางจำนวน 10 ราย

3) ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการในช่วงระหว่างเดือน กรกฎาคม 2564 - พฤศจิกายน 2564

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดกรอบแนวคิดด้านผู้บริโภคเกี่ยวกับลักษณะของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อสินค้าและความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค กำหนดกรอบแนวคิดด้านผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุเกี่ยวกับลักษณะธุรกิจและกลยุทธ์ที่เลือกใช้

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ตอบแบบสอบถามออนไลน์แบบสมัครใจที่จะตอบแบบสอบถาม (Convenience Sampling) คือ การเลือกแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงอายุระหว่าง 55-75 ปี ที่ซื้อเสื้อผ้าผู้สูงอายุ โดยใช้วิธีคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างไม่เกิน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย รวบรวมข้อมูลได้ใช้แบบสอบถามทำการสอบถามผู้บริโภคที่ซื้อเสื้อผ้าผู้สูงอายุและผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุจำนวน 10 ราย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุ ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญ มาอภิปรายผลดังนี้

1) ประเทศไทยตั้งอยู่ในเขตร้อน ทำให้มีภูมิอากาศแบบร้อนชื้น ทั่วประเทศมีอุณหภูมิเฉลี่ย 19-38 องศาเซลเซียสและเนื่องมาจากผู้สูงอายุมีผิวแพ้ง่าย การสวมใส่ผ้าที่ผลิตจากเส้นใยสังเคราะห์จะทำให้ไม่สบายตัว และเมื่อเหงื่อออกอาจจะอับชื้น ทำให้ไม่สบายได้ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงมีความต้องการซื้อเสื้อผ้าที่ทำมาจากผ้าฝ้าย และเป็นผ้าฝ้ายแบบไม่ผสมใยสังเคราะห์ ราคา 1,000 บาทมากที่สุด เนื่องมาจากมีคุณสมบัติที่ดี คือ สวมใส่สบาย ใส่แล้วไม่ร้อนเนื่องจากระบายอากาศได้ดี มีความยืดหยุ่นสูง ซับเหงื่อได้ดี มีความทนทาน ซักรีดและทำความสะอาดได้ง่าย ทนความร้อนได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิตสุดา อภิสรภาสกร ที่ทำการศึกษารื่องแผน ธุรกิจเครื่องแต่งกายสตรีสำหรับผู้สูงอายุพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อผ้าที่มีเนื้อผ้าสวมใส่สบาย คือ ผ้าฝ้าย นอกจากนี้สีขาวเป็นสีที่ใส่แล้วไม่รู้สึกร้อน เหมาะสมกับภูมิอากาศแบบร้อนชื้นในเมืองไทยและสีขาวถือเป็นสีสุภาพสามารถใส่ได้ไปในทุกโอกาสด้วย ใส่ได้หลากหลาย ไม่ว่าจะใส่กับผ้าถุงพื้นเรียบหรือมีลาย ให้ความรู้สึกเรียบง่าย นอกจากนี้ยังเหมาะกับเพศหญิงที่ชอบสวมใส่เครื่องประดับ เนื่องมาจากช่วยเสริมให้เครื่องประดับดูโดดเด่น กลุ่มตัวอย่างจึงมีความต้องการซื้อเสื้อผ้าสีขาวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉรา ฉะนั้นท์, นฤมล ศรราชพันธุ์และอภิญา หิรัญวงษ์ ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้สูงอายุสตรี ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนจูงใจผู้สูงอายุบริโภคเสื้อผ้าสำเร็จรูปในระดับมากคือ สีสันของเสื้อผ้าอ่อน ชนิดของผ้าเส้นใยธรรมชาติ มีเนื้อผ้านุ่ม ไม่ระคายผิว

จากงานวิจัยที่สอดคล้องกัน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการซื้อเสื้อผ้าที่ตัดเย็บมาจากผ้าฝ้าย ไม่ผสมเส้นใยสังเคราะห์ เนื่องมาจากมีคุณสมบัติสวมใส่สบาย และต้องการซื้อเสื้อผ้าที่เป็นสีโทนอ่อน เช่น สีขาวมากที่สุด

2) กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท หากแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามรายได้แล้ว จะอยู่ในกลุ่มดีคือมีรายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาทต่อเดือนและกลุ่มดีบวก คือ มีรายได้ประมาณ 10,000-15,000 บาทต่อเดือน จะเห็นได้ว่ารายได้เป็นหลักสำคัญในการบอกถึงความสามารถในการใช้จ่าย การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของคนกลุ่มนี้ จะใช้การเปรียบเทียบมากขึ้น จะมีการจับจ่ายใช้สอยอย่างระมัดระวัง โดยคำนึงถึงราคาสินค้าที่ถูกด้วย ทำให้

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีระดับความต้องการซื้อเสื้อผ้าปานกลางในทุกๆด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉรา จะนนท์, นฤมล ศรราชพันธุ์และอภิญา หิรัญวงษ์ ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเสื้อผ้าสำเร็จรูปของผู้สูงอายุสตรี ในกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

จากงานวิจัยที่สอดคล้องกันแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีข้อจำกัดในเรื่องค่าใช้จ่ายมากกว่า ทำให้มีความต้องการซื้อสินค้าในรูปแบบต่างๆอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป ซึ่งมีระดับความต้องการซื้อสินค้าในรูปแบบต่างๆค่อนข้างมาก

3) ผลการสำรวจพบว่ากลุ่มคนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในประเทศไทย มีการปรับตัวกับโลกออนไลน์ได้ดี เนื่องจากเข้าสู่วัยเกษียณซึ่งเป็นการได้พักหลังจากทำงานมายาวนาน ทำให้มีเวลาว่างมากขึ้นและหันมาศึกษาการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ผ่านมือถือหรือไอแพดมากขึ้น เฟซบุ๊กถือเป็นโซเชียลมีเดียที่คนกลุ่มนี้ใช้รวมตัวกันเนื่องจากสามารถติดตามข่าวสารและอัปเดตชีวิตจากเพื่อนในวัยเดียวกันได้มากที่สุด นอกจากนี้ผู้บริโภคกลุ่มนี้เชื่อคำโฆษณาจากเฟซบุ๊กมากกว่ากลุ่มอื่น โดยสินค้าส่วนใหญ่ที่กลุ่มนี้ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่าของชิ้นใหญ่ และลักษณะการซื้อจะเป็นของชิ้นเล็กแต่การซื้อถี่ ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 3.84 ในกรณีที่จำหน่ายผ่านทางออนไลน์ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการด้านการจัดจำหน่ายที่อยู่ในระดับค่อนข้างมาก คือ มีการจัดจำหน่ายผ่านทางออนไลน์ และมีความเห็นว่ากลยุทธ์การจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง มีค่าน้อยที่สุด เนื่องจากสามารถจัดส่งสินค้าจากผู้ประกอบการถึงผู้บริโภคได้โดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญลักษณ์ สุมนานุสรณ์ ที่ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุกลุ่มเบบีบูมเมอร์ พบว่าส่วนใหญ่นิยมสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊กเนื่องจากความสะดวกสบาย วิธีการดำเนินการไม่มีความยุ่งยากและประหยัดเวลารวมถึงค่าใช้จ่าย

จากงานวิจัยที่สอดคล้องกันแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมเลือกซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยแอปพลิเคชันที่ผู้สูงอายุนิยมใช้มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก ในขณะเดียวกัน หากผู้ประกอบการต้องการจัดจำหน่ายเสื้อผ้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ควรทำผ่าน เฟซบุ๊ก เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและเป็นที่นิยมที่สุดบนแพลตฟอร์มออนไลน์

4) ธุรกิจเจ้าของคนเดียว คือธุรกิจที่มีผู้ลงทุนเพียงคนเดียว ส่วนมากมักควบคุมดำเนินการทั้งหมดด้วยตัวเอง หากกิจการมีกำไรจะได้รับผลประโยชน์คนเดียวเต็มๆ มีการจัดตั้งง่าย ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งไม่แพง มี

ข้อบังคับเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องน้อย เสียภานีน้อยกว่ารูปแบบบริษัท เหมาะกับธุรกิจขนาดเล็ก เช่น การดำเนินการธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนมากจึงเป็นรูปแบบเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 80 และมีพนักงานจำนวน 1-5 คน โดยบางร้านคือเจ้าของธุรกิจเป็นพนักงานขายและทำหน้าที่แนะนำสินค้าด้วยตนเองและเลือกใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการมุ่งเน้นไปที่ตลาดเป้าหมาย โดยเฉพาะได้ตลาดผู้สูงอายุมีความต้องการเฉพาะ เป็นส่วนแบ่งตลาดที่มีศักยภาพในการทำกำไร โดยผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยการเน้นที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นอย่างชัดเจน ความทนทานของผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายของสี กำหนดเป้าหมายหลักคือลูกค้า ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยไม่ต้องแข่งขันด้านราคา ซึ่งจากผลการวิจัย หากต้องการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้า ผู้สูงอายุสามารถกำหนดคุณสมบัติของเสื้อและปัจจัยอื่นๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพที่ดี และตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติมา ผลารัตน์สกุล ที่ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจ ประเภทค้าปลีก เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวและผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความแตกต่าง

จากงานวิจัยที่สอดคล้องกันแสดงให้เห็นว่าธุรกิจเสื้อผ้า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทค้าปลีก เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว และผู้ประกอบการนิยมใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างความแตกต่าง มีเอกลักษณ์และมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุ

จากการวิจัยทำให้พบว่าเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุจะพิจารณาถึงรูปแบบต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุเพศหญิงในการผลิตเสื้อผ้าเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างความพึงพอใจและทำให้เกิดการซื้อซ้ำของผู้บริโภค สำหรับผู้ที่ต้องการดำเนินงานธุรกิจเสื้อผ้าผู้สูงอายุเพศหญิง ควรจะให้ความสำคัญกับเนื้อผ้าที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ สวมใส่สบาย ระบายความร้อนได้ดี ไม่ระคายเคืองผิว

ผู้สูงอายุ ดูแลรักษาง่าย ซึ่งก็คือผ้าฝ้าย สีอ่อน เช่น สีขาว สีครีมและสีฟ้า แขนสั้น คอกลมและทำการส่งเสริมการตลาดผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กมากที่สุด

2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่นอกเหนือจากพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาเกี่ยวกับผู้สูงอายุควรใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ด้วย เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายและเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์โดยใช้คำถามที่เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อน และทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

2.2) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีพฤติกรรมซื้อเสื้อผ้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้การศึกษาสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้สูงอายุไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของผู้สูงอายุในกลุ่มนั้น และสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการซื้อเสื้อผ้าในรูปแบบต่างๆ ได้

เอกสารอ้างอิง

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). ธุรกิจแห่งจ้างสูงวัย เทสโก้ โลตัส-เซ็นทรัล-อิกิยา นำร่อง. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.dop.go.th/>

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2563). เกษียณ แต่ยังมีไฟ ทำงานที่ไหนได้บ้าง. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/>

แจ็กเก็ตบีเคเค. (2562). ที่มาของเสื้อผ้าและแฟชั่น. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.jacketbkk.com/>

ณัฐพล อัสสระรัตน์. (2562). งานวิจัยเทรนด์ ประจำปี 2562. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.baramizi.co.th/>

นนท์รัช ไชยวัง. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภคหลังโควิด-19 จะเป็นอย่างไร? Startup ต้องรู้ให้ทัน. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.smethailandclub.com/>

ปาริชาติ บุญเอก. (2564). ส่งธุรกิจนำจับตารับ ‘สังคมสูงวัย’. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/>

สราวุธ ไพฑูรย์พงษ์. (2561). การเกษียณอายุแรงงานของภาคเอกชน. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก <https://tdri.or.th/>

Nattanam Waiyahong. (2563). ย้อนรอยประวัติศาสตร์แฟชั่น 5,000 ปีจากยุคอียิปต์จนถึงปัจจุบันแฟชั่นเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.vogue.co.th/>

Phaksornkan Thongkam. (2562). Customer Loyalty 2019. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.storehub.com/>

Prakai. (2564). ตำรวจผู้บริโภคกลุ่ม Baby Boomers ในยุคดิจิทัล กับ พฤติกรรมใหม่ที่หันหน้าเข้าสู่โลกออนไลน์มากขึ้น. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.marketingoops.com/>

สุรัตน์ ลีลาทวิวัฒน์. (2563). ส่งโอกาสธุรกิจ เมื่อคนไทยกำลังเข้าสู่สังคมสูงวัย. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.prachachat.net/>

Carmen Ang. (2021). Visualizing the World's Population by Age Group. Retrieved July 15, 2021, from <https://www.visualcapitalist.com/>

Dolores Monet. (2021). Ready-to-wear. Retrieved October 1, 2021, from <https://bellatory.com/>