

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปาง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามจาก นักเรียนและนักศึกษาหญิง ในจังหวัดลำปาง ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับอุดมศึกษา จำนวน 300 คน โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา ตามสัดส่วนของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม และประมวลผลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศหญิง จำนวน 300 ราย โดยแบ่งเป็นนักเรียนและนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ร้อยละ 33.33 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 33.33 ระดับอุดมศึกษา ร้อยละ 33.33 โดยส่วนใหญ่ ผู้ปกครองประกอบอาชีพ เกษตรกร มากที่สุด รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง ต่ำกว่า 4,000 บาท มากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักเรียนและนักศึกษามีรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อคือ แบบเรียบง่าย มากที่สุด โทนมสีที่ซื้อคือ โทนมสีอ่อน ๆ มากที่สุด ทรายี่ห่อไม่มีความสำคัญต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นอยู่ระหว่าง 301-600 บาทมากที่สุด ประเภทเสื้อผ้าที่ซื้อเป็นประจำ มากที่สุด คือ เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด เสื้อผ้าที่ซื้อเป็นครั้งคราว มากที่สุด คือ กางเกงขายาว/กางเกงบุดีก และเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่เคยซื้อเลยมากที่สุด คือ ชุดกีฬา ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเฉลี่ยต่อชิ้น อยู่ระหว่าง ราคา 100-199 บาท มากที่สุด จำนวนการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ครั้งละ 2 ชิ้น มากที่สุด เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งคือ ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ มากที่สุด ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งจะตัดสินใจด้วยตนเอง มากที่สุด ดาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นคือ ฉญาญา อุรัสยา มากที่สุด

ช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น คือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มากที่สุด วันที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นคือ แล้วแต่วันว่าง/สะดวก มากที่สุด จำนวนครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 2 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด สถานที่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นคือ ตลาดอัสวิน มากที่สุด ข้อมูลข่าวสารที่ค้นหาเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น คือ เดินดูตามร้านเสื้อผ้าเอง เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น คือ สวมใส่สบาย มากที่สุด ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้ง วางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จะเทียบราคากับร้านอื่นก่อนตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นมาสวมใส่เป็นครั้งแรก คือ พอใจ/ชอบ มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 49 แสดงปัจจัยในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่มีอิทธิพลต่อ นักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัด ลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.04 (มาก)	-ใช้ได้หลายโอกาส -รูปแบบสวยงาม ทันสมัย -ดูแลรักษาง่าย
ด้านราคา	4.08 (มาก)	-มีป้ายบอกราคาชัดเจน -ราคาถูก และราคาเหมาะสมกับตราสินค้า -สามารถต่อรองราคาได้
ด้านการจัดจำหน่าย	3.79 (มาก)	-สถานที่จัดจำหน่ายห่างไกล -มีการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน -สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70 (มาก)	-มีการลดราคา -มีบริการให้ลองสวมใส่ -มีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปาง
ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 50 สรุปลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัด
ลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมของนักเรียนและ นักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางใน การซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ระดับการศึกษา		
	ประกาศนียบัตร วิชาชีพ (ปวช.)	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อุดมศึกษา
รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ	เรียบง่าย	เรียบง่าย	เรียบง่าย
โทนสีเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อ	โทนสีอ่อนๆ	โทนสีอ่อนๆ	โทนสีอ่อนๆ
ความสำคัญของตราหือต่อการ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ไม่มีความสำคัญ	ไม่มีความสำคัญ	ไม่มีความสำคัญ
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่ซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่น	น้อยกว่า 300 บาท	301-600 บาท	301-600 บาท
ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเป็น ประจำ	เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด	เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด	เสื้อยืดที่เช็ด/เสื้อยืด
ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเป็น ครั้งคราว	กางเกงขายาว/ กางเกงบูติก	กางเกงขายาว/กางเกงบู ติก	กางเกงขายาว/ กางเกงบูติก
ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่เคยซื้อ เลย	ชุดกีฬา	กระโปรงสั้น	ชุดกีฬา
ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อชิ้นที่ ซื้อ	ราคา 100-199 บาท	ราคา 100-199 บาท	ราคา 100-199 บาท
จำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่เลือกซื้อ เฉลี่ยต่อครั้ง	2 ชิ้น	2 ชิ้น	2 ชิ้น
เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ในแต่ละ ครั้ง	มีการลดราคา	ซื้อตามความจำเป็น/ โอกาส เช่น มีการ เดินทาง ท่องเที่ยว ไป งานต่างๆ	มีการลดราคา
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมากที่สุด	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ตัดสินใจด้วยตนเอง	ตัดสินใจด้วยตนเอง

ตารางที่ 50 (ต่อ) สรุปพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ระดับการศึกษา		
	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อุดมศึกษา
ดาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่น	อ้ม พัชราภา	ญาญา อุษยา	ชมพู่ อารยา
ช่วงเวลาของเดือนที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	วันหยุดสุดสัปดาห์	วันหยุดสุดสัปดาห์	วันหยุดสุดสัปดาห์
วันที่ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	แล้วแต่วันว่าง/สะดวก	แล้วแต่วันว่าง/สะดวก	แล้วแต่วันว่าง/สะดวก
จำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเฉลี่ยต่อเดือน	1 ครั้ง	2 ครั้ง	1 ครั้ง
สถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด	ตลาดอัสวิน	ร้านค้าแฟชั่นทั่วไป	ร้านค้าแฟชั่นทั่วไป
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น	เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง	เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง	เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง
เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น	สวมใส่สบาย	สวมใส่สบาย	สวมใส่สบาย
การวางแผนในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	ไม่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า	วางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง	วางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง
การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	เทียบราคาร้านอื่นก่อนตัดสินใจ	เทียบราคาร้านอื่นก่อนตัดสินใจ	เทียบราคาร้านอื่นก่อนตัดสินใจ
ความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น	พอใจ/ชอบ	พอใจ/ชอบ	พอใจ/ชอบ

จากตารางที่ 50 พบว่า พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมีความคล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีความแตกต่างกันในเรื่องของเหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้ง คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) และระดับอุดมศึกษา จะซื้อเพราะมีการลดราคา แต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ ดาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่น มีความแตกต่างกันทุกระดับการศึกษา คือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) ดาราต้นแบบ อ้ม พัชราภา ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ดารา

ต้นแบบ ญาญา อุรัสยา ระดับอุดมศึกษา ดาราต้นแบบ ชมพู อารยา จำนวนครั้งที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 2 ครั้งต่อเดือน แต่ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) และระดับอุดมศึกษา จำนวน 1 ครั้งต่อเดือน ในด้านของสถานที่ที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ้อยที่สุดก็มีความแตกต่างกันคือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) จะซื้อที่ตลาดอัสวิน แต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอุดมศึกษา จะซื้อตามร้านค้าแฟชั่นทั่วไป ในการวางแผนการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น มีความแตกต่างกันคือ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ปวช.) จะไม่มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้า แต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอุดมศึกษา มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น โดยศึกษาตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws 1H และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

จากคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws 1H สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย

ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้มีรายได้จากผู้ปกครอง ต่ำกว่า 4,000 บาทต่อเดือน มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่าได้รับเงินจากผู้ปกครอง 3,001 – 4,000 บาทต่อเดือน ซึ่งอาจเนื่องมาจากลักษณะทางด้านเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่และลำปางมีความใกล้เคียงกัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนรัตน์ ศรีชื่น (2548) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาการเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของวัยรุ่นหญิง วิทยาลัยการศึกษาร้านบิซูร์ ตลาดนัดจตุจักร ที่พบว่าได้รับเงินจากผู้ปกครอง 3,000-6,000 บาท ซึ่งอาจเนื่องมาจากค่าครองชีพที่สูงทำให้ได้รับเงินจากผู้ปกครองค่อนข้างสูง

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร

จากการศึกษา พบว่า รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อมากที่สุด คือ แบบเรียบง่าย และโทนสีที่ซื้อเป็นประจำคือ โทนมืดอ่อน ๆ ทรายี่ห่อไม่มีความสำคัญต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่อเดือนอยู่ระหว่าง 301-600 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิง

เมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่ง อาจเนื่องมาจาก ระดับรายได้ที่ได้รับต่อเดือนจากผู้ปกครองใกล้เคียงกัน ประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเป็นประจำคือ เสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ประเภทของเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อส่วนใหญ่ ได้แก่ เสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด อาจเป็นเพราะเสื้อยืดสามารถสวมใส่ได้ง่ายและใส่ได้แทบทุกโอกาส ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเฉลี่ยต่อชิ้นคือราคา 100-199 บาท มากที่สุด จำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อแต่ละครั้งมากที่สุดจำนวน 2 ชิ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ

จากการศึกษาพบว่าเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งคือซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น คือ สวมใส่สบาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่า เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้ง ซื้อตามความชอบและรสนิยม เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น คือ แบบเสื้อผ้าแฟชั่นถูกใจ อาจเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้มองเห็นถึงความจำเป็นในการซื้อมากกว่า

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นจะตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่า บุคคลที่ให้คำปรึกษาในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นและไปเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นด้วย คือ เพื่อน อาจเนื่องมาจากต้องการมีรูปแบบการแต่งตัวที่บ่งบอกความเป็นตัวเองมากกว่าตามเพื่อน ดาราต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่น คือ ญาญา อรุณษา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ดารยา ใจแปง (2551) ที่ศึกษาเรื่อง การซื้อเครื่องแต่งกายแฟชั่นผู้หญิงของผู้บริโภคในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและเป็นต้นแบบในการแต่งกายคือดารา นักร้อง และนักแสดง ซึ่งอาจเป็นดาราวัยรุ่นที่กำลังได้รับความนิยมมากที่สุดในขณะนี้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ มากที่สุด วันที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสัปดาห์ คือแล้วแต่วันว่าง/สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ

การศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของ นักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไปเลือกซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่น บ่อยที่สุดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (วันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์) และในวันว่าง/ สะดวก

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด คือ ตลาดอัสวิน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือ ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น บ่อยที่สุดที่ตลาดนัดหน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (หน้ามอ) อาจเนื่องมาจากเป็นแหล่งรวมสินค้า ประเภทแฟชั่นที่หลากหลาย

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้า แฟชั่น โดยการ เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่คือ ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการเดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง ในการซื้อเสื้อผ้า แฟชั่นมีการวางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิง เมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือ ไม่มีการวางแผนล่วงหน้าในการซื้อ การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นจะ เทียบราคากับร้านอื่นก่อนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือซื้อทันทีที่พบเสื้อผ้าแฟชั่นที่ถูกใจ ความรู้สึกภายหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น เมื่อนำเสื้อมาสวมใส่เป็นครั้งแรก มีความรู้สึก พอใจ/ชอบ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่คือ พอใจ/ชอบ อาจเนื่องมาจากเสื้อผ้าแฟชั่นปัจจุบันมีความหลากหลายใน ด้านของรูปแบบ และขนาด

ปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับ มาก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ใช้ได้หลายโอกาส รองลงมาคือ รูปแบบสวยงาม ทันสมัย และ ดูแลรักษาง่าย สี สันสวยงาม โดยปัจจัยแรกที่สำคัญคือ ใช้ได้หลายโอกาส ไม่สอดคล้องการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือ รูปแบบสวยงาม ซึ่งอาจเนื่องมาจาก ปัจจุบันในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมักมองถึงประโยชน์จากการซื้อมากกว่าการใส่เพื่อความสวยงามเพียงอย่างเดียว เพราะปัจจุบันแนวการแต่งตัวจะเป็นการซื้อเสื้อผ้าที่สามารถผสมผสานกันได้

ด้านราคา

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับ มาก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาถูก และ เหมาะสมกับตราสินค้า โดยปัจจัยแรกที่สำคัญคือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือ สามารถต่อรองราคาได้ ซึ่งอาจเนื่องมาจาก กลุ่มนักเรียนและนักศึกษามีความอ่อนไหวต่อราคา การที่มีการติดป้ายราคาที่ชัดเจนอาจจะเป็นสิ่งแรกที่สามารถจูงใจให้มีความต้องการซื้อ และทำการต่อรองราคาในภายหลัง

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับ มาก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายหาง่าย รองลงมาคือ มีการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน และ สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง โดยปัจจัยแรกที่สำคัญคือ สถานที่จัดจำหน่ายหาง่าย ซึ่งไม่สอดคล้องการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือ สะดวกในการเดินทางและมีที่จอดรถ ซึ่งอาจเนื่องมาจาก กลุ่มนักเรียนและนักศึกษามีข้อจำกัดในด้านของเวลาเพราะเนื่องจากเป็นวัยที่ต้องการความรวดเร็ว จึงมองหาร้านค้าที่หาง่ายเป็นอันดับแรก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น อยู่ในระดับ มาก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการลดราคา รองลงมาคือ มีบริการให้ลองสวมใส่ และ มีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ โดยปัจจัยแรกที่สำคัญคือ มีการลดราคา ซึ่งไม่สอดคล้องการศึกษาของ วิกานดา ปกปิงเมือง (2552) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คือ พนักงานขายมีอรรถยาศัยดี พุดจาดี ซึ่งอาจเนื่องมาจาก กลุ่มนักเรียนและนักศึกษามีข้อจำกัดในเรื่องของรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองจึงทำให้มองหาสินค้าที่มีส่วนลดเป็นหลัก

พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่สอดคล้องกับปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดที่นำไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย 6W 1H นั้นมีความสอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย คือนักเรียนและนักศึกษาหญิง มีรายได้จากผู้ปกครอง ไม่เกิน 4,000 บาทต่อเดือน และส่วนใหญ่ผู้ปกครองประกอบอาชีพ เกษตรกร และสามารถนำไปกำหนดแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร

จากการศึกษาพบว่า สิ่งที่นักเรียนและนักศึกษาต้องการซื้อ คือ รูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นที่แบบเรียบง่าย และ โทนสีที่ซื้อเป็นประจำคือ โทนสีอ่อน ๆ ครายี่ห่อไม่มีความสำคัญต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่อเดือนอยู่ระหว่าง 301-600 บาท ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเฉลี่ยต่อชิ้นคือราคา 100-199 บาท จำนวนเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อแต่ละครั้งมากที่สุดจำนวน 2 ชิ้น เสื้อผ้าแฟชั่นที่นิยมซื้อคือ เสื้อยืด/เสื้อยืดที่เชิ้ต และสามารถนำไปกำหนดแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านของผลิตภัณฑ์คือการหาเสื้อผ้าแฟชั่นในรูปแบบที่นักเรียนและนักศึกษาต้องการ อีกทั้งการเพิ่มความหลากหลายในตัวสินค้าเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ในด้านราคา ควรกำหนดราคาอยู่ในระดับที่นักเรียนและนักศึกษาสามารถหาซื้อได้และควรมีการศึกษาระดับราคา

ของกลุ่มแข่งขันเพื่อให้สามารถนำมาปรับระดับราคาของสินค้าให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของนักเรียนและนักศึกษา

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ

จากการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อของนักเรียนและนักศึกษา คือ เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งคือซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้น คือ สวมใส่สบาย สามารถนำไปกำหนดแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมทางการตลาด ให้ตรงกับวัตถุประสงค์การซื้อ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาพบว่า บทบาทของนักเรียนและนักศึกษาหญิง ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นจะตัดสินใจด้วยตนเอง คาราดันแบบในการแต่งตัวแฟชั่นคือ ญาญา อรุณยา สามารถนำไปกำหนดแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านการส่งเสริมทางการตลาด อาจจะมีการรูปของคาราที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวเสื้อผ้าแฟชั่น เพื่อเป็นการช่วยกระตุ้นให้นักเรียนและนักศึกษา มีการตัดสินใจซื้อที่เร็วยิ่งขึ้น

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด

จากการศึกษาพบว่า โอกาสในการซื้อของนักเรียนและนักศึกษา คือซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ วันที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของสัปดาห์ คือแล้วแต่วันว่าง/สะดวก สามารถนำไปกำหนดแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านการส่งเสริมทางการตลาด คือการจัดทำการส่งเสริมการขายในช่วง วันเวลาที่นักเรียนและนักศึกษาเลือกซื้อสินค้า เป็นการช่วยเพิ่มยอดขายให้กับร้านค้า

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน

จากการศึกษาพบว่า ช่องทางหรือแหล่งที่นักเรียนและนักศึกษา ต้องการซื้อคือ ตลาด อีคิว สามารถนำไปกำหนดแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านการจัดจำหน่าย การติดป้ายร้านที่ทำให้มองเห็นได้ชัดเจน การจัดแสดงสินค้าหน้าร้านเพื่อสร้างความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษา

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

จากการศึกษาพบว่า ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของนักเรียนและนักศึกษา คือจะหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น โดยการ เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการเดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าเอง ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมีการวางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นจะเทียบราคากับร้านอื่นก่อนการตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการ

ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อนำเสื้อมาสวมใส่เป็นครั้งแรก มีความรู้สึก พอใจ/ชอบ สามารถนำไปกำหนดแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดทำแคตตาล็อกรูปแบบของเสื้อผ้า หรือการตั้งจองเสื้อผ้าตามรูปแบบ สี ที่ต้องการ เนื่องจากมีการหาข้อมูลตามร้านค้าด้วยตนเอง

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น มีข้อค้นพบ ดังนี้

1. นักเรียนและนักศึกษาหญิง ในจังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่ตราหือไม่มีความสำคัญในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
2. นักเรียนและนักศึกษาหญิง ในจังหวัดลำปาง มีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง และในการหาข่าวสารเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่นก็จะเดินดูตามร้านค้าแฟชั่นเอง
3. นักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางมีความนิยมในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นประเภท เสื้อยืดที่เข้ด/เสื้อยืด เสื้อเชิ้ตแขนสั้น/ยาว กางเกงขาสั้น และกางเกงขายาว/กางเกงบูติก ส่วนเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่นิยมซื้อ คือ ชุดกีฬา และกระโปรงสั้น
4. นักเรียนและนักศึกษาหญิง สามกลุ่มตามระดับการศึกษา อันได้แก่ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับอุดมศึกษา มีพฤติกรรมในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่คล้ายคลึงกัน อาจเนื่องมาจาก นักศึกษาทุกกลุ่มอยู่ในช่วงของวัยที่ใกล้เคียงกัน ทำให้มีพัฒนาการทางร่างกายและจิตใจ ที่ใกล้เคียงกัน ทำให้พฤติกรรมในการเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นโดยรวมไม่แตกต่างกัน แม้ว่าระดับการศึกษาจะมีความแตกต่างกัน
5. กลุ่มนักเรียนและนักศึกษาหญิงมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีรูปแบบเสื้อผ้าแฟชั่นและโทนสีที่ไม่แตกต่างกัน คือเน้นความเรียบง่าย โทนสีอ่อน ๆ และเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเป็นประจำ คือ เสื้อยืดที่เข้ด/เสื้อยืด อาจเนื่องมาจากการแต่งกายเสื้อผ้าแฟชั่นในปัจจุบันเป็นแบบเรียบง่าย ที่กำลังได้รับความนิยม
6. กลุ่มนักเรียนและนักศึกษาหญิงมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีรายได้เฉลี่ยที่ได้รับจากผู้ปกครองโดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ต่ำกว่า 4,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับราคาเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเฉลี่ยต่อชิ้นอยู่ที่ ราคา 100-199 บาท ต่อชิ้นเหมือนกัน
7. กลุ่มนักเรียนและนักศึกษาหญิงมีดาราดันแบบในการแต่งตัวแฟชั่นที่แตกต่างกันกล่าวคือ กลุ่มที่เรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) คือ อัม พัชราภา ซึ่งมีบุคลิกที่โดดเด่น มีความเป็นผู้หญิงที่มั่นใจในตัวเองสูง กลุ่มที่เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คือ ฉญาญา อูร์สยา ซึ่งมีบุคลิกที่อ่อนหวาน น่ารัก ดูร่าเริง สดใส กลุ่มที่เรียนระดับอุดมศึกษา คือ ชมพู่ อารยา ที่ดู

ฉลาด หลากหลายบุคลิก และเป็นผู้นำแฟชั่น จะเห็นได้ว่าคาราคต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นจะมีความโดดเด่น ที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะแสดงให้เห็นถึงบุคลิกของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาหญิง แต่ละระดับการศึกษาที่มีลักษณะการเรียนที่แตกต่างกัน

8. กลุ่มนักเรียนนักศึกษาหญิงที่เรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และกลุ่มที่เรียนระดับอุดมศึกษา มีเหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน คือ มีการลดราคา แต่ในขณะที่ กลุ่มที่เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีเหตุผลในการซื้อคือตามความจำเป็น/โอกาส เช่นมีการเดินทาง ท่องเที่ยวไปงานต่าง ๆ แต่เหตุผลในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งนั้นไม่แตกต่างกันคือ เน้นในเรื่องการสวมใส่ที่สบาย และการตัดสินใจซื้อจะเทียบกับราคาร้านอื่นก่อน การตัดสินใจซื้อ ทำให้พบว่าในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาหญิง ในปัจจุบันนั้นเน้นเรื่องของความคุ้มค่าและประโยชน์ในการสวมใส่ แต่ก็ยังอยู่ในรูปแบบแฟชั่นที่กำลังนิยมมีการประยุกต์เสื้อผ้าแฟชั่นให้ใส่ได้หลากหลายมากขึ้น

9. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ของกลุ่มนักเรียนและนักศึกษาหญิง ในจังหวัดลำปาง โดยเรียงลำดับปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก คือ อันดับที่ 1 ใช้ได้หลากหลายโอกาส อันดับที่ 2 รูปแบบสวยงามทันสมัย อันดับที่ 3 สี สันสวยงาม อันดับที่ 4 ดูแลรักษาง่าย เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 5 สามารถเปลี่ยนคืนได้เมื่อเสื้อผ้ามีปัญหา เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับที่ 6 มีป้ายราคาบอกชัดเจน อันดับที่ 7 ราคาถูก เป็นปัจจัยด้านราคา อันดับที่ 8 มีการลดราคา เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับที่ 9 เนื้อผ้าที่ตัดเย็บมีคุณภาพ เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับที่ 10 ราคาเหมาะสมกับตราสินค้า เป็นปัจจัยด้านราคา ซึ่งทำให้ทราบว่าปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับโดยส่วนใหญ่เป็นด้านผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ควรนำเสนอปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามลำดับค่าเฉลี่ยรวม ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาหญิง ในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ใช้ได้หลายโอกาส รองลงมาคือ รูปแบบสวยงาม ทันสมัย และ ดูแลรักษาง่าย สี สันสวยงาม

ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นควรมุ่งเน้นที่เสื้อผ้าแฟชั่นประเภท เสื้อยืดที่เซ็ด/เสื้อยืด และกางเกงขาสั้น/กางเกงบูติก ที่มีโทนสีอ่อน ๆ หรือตามแนวแฟชั่นขณะนั้นเป็นหลัก โดยเน้นด้านรูปแบบสวยงาม ทันสมัย อีกทั้งมีเนื้อผ้าที่ดูแลรักษาง่าย ในขณะที่ควรเน้นในด้านของการตกแต่งร้านค้าให้มีความสวยงาม โดดเด่น เนื่องจากว่าโดยส่วนใหญ่จะเดินดูเสื้อผ้าตามร้านแฟชั่น และควรมีการติดตามข่าวสารบนเท็ง หรือนิตยสารแฟชั่นที่มีดาราที่เป็นต้นแบบของกลุ่มลูกค้า

ควรมีการหมุนเวียน/ผลัดเปลี่ยนสินค้าใหม่ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เนื่องจากเป็นวันที่กลุ่มลูกค้าว่าง และมักจะใช้เวลาดังกล่าวไปหาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุด

ด้านราคา

การศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาหญิง ในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน รองลงมาคือ ราคาถูก และ เหมาะสมกับตราสินค้า

จากผลการศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นส่วนมาก ไม่เกิน 600 บาทต่อเดือน และซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นราคาไม่เกิน 200 บาทต่อชิ้น ซึ่งนิยมซื้อเสื้อผ้าที่มีราคาระหว่าง 100-199 บาท ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นต่อครั้งจำนวน 2 ชิ้น

ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ควรให้ความสำคัญในการติดป้ายราคาที่ชัดเจน เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ลูกค้าเข้าร้าน และมั่นใจว่าไม่มีการโกงราคา อีกทั้งหากมีการลดราคาควรจะปิดป้ายบอกให้ชัดเจนว่าเป็นเสื้อผ้า โชนใดของร้านเพื่อป้องกันการเข้าใจผิด ซึ่งหากเลือกเสื้อผ้าที่ไม่ลดราคา อาจจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจเนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยต่อรองราคา และร้านค้าควรเน้นเสื้อผ้าที่มีราคาไม่เกิน ชิ้นละ 200 บาท และอยู่ในช่วงราคา 100-199 บาท เป็นหลัก อีกทั้งไม่ควรลืมในด้านคุณภาพ แม้ว่าจะมีราคาถูกแต่คุณภาพควรเหมาะสมกับราคา

ด้านการจัดจำหน่าย

การศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาหญิง ในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สถานที่จัดจำหน่ายหาง่าย รองลงมาคือ มีการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน และสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง

ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ควรให้ความสำคัญในเรื่องของทำเลที่ตั้งที่หาง่าย อาจจะตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งสถานศึกษา ใกล้หอพัก ซึ่งลูกค้าสะดวกในการเดินทางมาที่ร้าน ซึ่งจากผลการศึกษา ร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นที่นักเรียนและนักศึกษาหญิง ไปซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นบ่อยที่สุดคือ

ตลาดอัสวิน รองลงมาคือ ร้านค้าแฟชั่นทั่วไปที่ตั้งอยู่ตามแหล่งต่าง ๆ ดังนั้นควรมีการตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม เพื่อให้ลูกค้าทราบแนวโน้มของแฟชั่นใหม่ ๆ และดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาดูเสื้อผ้าในร้าน เพราะการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน เป็นปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากเป็นอันดับที่สอง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

การศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของนักเรียนและนักศึกษาหญิง ในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ มีการลดราคา รองลงมาคือ มีบริการให้ลองสวมใส่ และ มีส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ

ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด คือมีการลดราคาเป็นระยะ ๆ เพื่อกระตุ้นกลุ่มลูกค้าแต่ไม่ควรทำบ่อยเกินไปเพราะอาจจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของร้านค้าที่ลูกค้าอาจจะมองว่าสินค้าไม่มีคุณภาพ และควรมีการบริการให้ลองสวมใส่ บางครั้งลูกค้าอาจจะประมาณการรูปร่างไม่ใกล้เคียงกับขนาดของเสื้อผ้า หากมีการลองสวมใส่ มีตะขอกเกี่ยว สำหรับให้ลูกค้าแขวนกระเป๋า หรือเสื้อผ้าที่นำมาลอง ลูกค้าก็เกิดความสะดวก และเกิดความมั่นใจมากยิ่งขึ้นในการซื้อ

ผู้ประกอบการควรจะมีการจัดทำบัตรส่วนลด หรือบัตรสะสมแต้มให้กับลูกค้าที่ซื้อสินค้าเป็นประจำ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณเองได้รับสิทธิพิเศษ ในบางครั้งมีลูกค้าที่ซื้อและมักจะพูดว่า เคยซื้อร้านนี้เป็นประจำ แต่ผู้ประกอบการอาจจะปฏิเสธไม่ได้เพราะลูกค้าที่มาที่ร้านมากมาย ซึ่งการที่มีการจัดทำบัตรส่วนลด หรือบัตรสะสมแต้มอาจจะเป็นการการันตีว่าลูกค้าเป็นลูกค้าที่ซื้อเป็นประจำ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า เมื่อเกิดความพึงพอใจก็จะบอกต่อลูกค้ารายต่อไป