

ชื่อเรื่องการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ

พฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัด
ลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น

ผู้เขียน

นางสาวกฤษณา คำเครื่อง

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระ รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้าปลีกค้าปลีกแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปางในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ประชากรที่ศึกษา คือ นักเรียนและนักศึกษาหญิง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน และสุ่มตัวอย่างแบบโควตา ตามสัดส่วนของระดับการศึกษา ได้แก่ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับอุดมศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองต่ำกว่า 4,000 ต่อเดือน รูปแบบเสื้อผ้าที่ซื้อคือแบบเรียบง่าย และมีโทนสีอ่อน ๆ และไม่ให้ความสำคัญกับตรียี่ห้อ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นอยู่ระหว่าง 301-600 บาท ประเภทเสื้อผ้าที่นิยมซื้อเป็นประจำ คือ เสื้อยืดที่เชิ้ต/เสื้อยืด กางเกงขายาว/กางเกงบุดีก และเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่นิยมซื้อคือชุดกีฬา ราคาเสื้อผ้าแฟชั่นที่ซื้อเฉลี่ยต่อชิ้น อยู่ระหว่าง ราคา 100-199 บาท จำนวนการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นครั้งละ 2 ชิ้น เหตุผลที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งคือ ซื้อตามความจำเป็น/โอกาส เช่น มีการเดินทาง ท่องเที่ยว ไปงานต่าง ๆ ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้งจะตัดสินใจด้วยตนเอง คาราคาที่เป็นต้นแบบในการแต่งตัวแฟชั่นคือ ญาญา อูร์สยา ช่วงเวลาในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นคือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ วันที่ซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นคือแล้วแต่วันว่าง/สะดวก จำนวนครั้งในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น 2 ครั้งต่อเดือน สถานที่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นคือ ตลาดอัสวิน ข้อมูลข่าวสารที่ค้นหาเกี่ยวกับเสื้อผ้าแฟชั่น คือ เดินดูตามร้านเสื้อผ้าเอง เหตุผลในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละชิ้นคือ สวมใส่สบาย ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นแต่ละครั้ง มีการวางแผนการซื้อล่วงหน้าเป็นบางครั้ง

ในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น จะเทียบราคากับร้านอื่นก่อนตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกละหลังการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นเมื่อนำเสื้อผ้าแฟชั่นมาสวมใส่เป็นครั้งแรก คือ พอใจ/ชอบ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของนักเรียนและนักศึกษาหญิงในจังหวัดลำปาง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 อันดับแรก คือ อันดับที่ 1 ใช้ได้หลากหลายโอกาส อันดับที่ 2 รูปแบบสวยงามทันสมัย อันดับที่ 3 สีทันสมัย 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

Independent Study Title Behavior of Female Students in Lampang Towards
Buying Fashionable Clothes

Author Miss Kitsana Kamkrueng

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Associated Professor Orachorn Maneesong

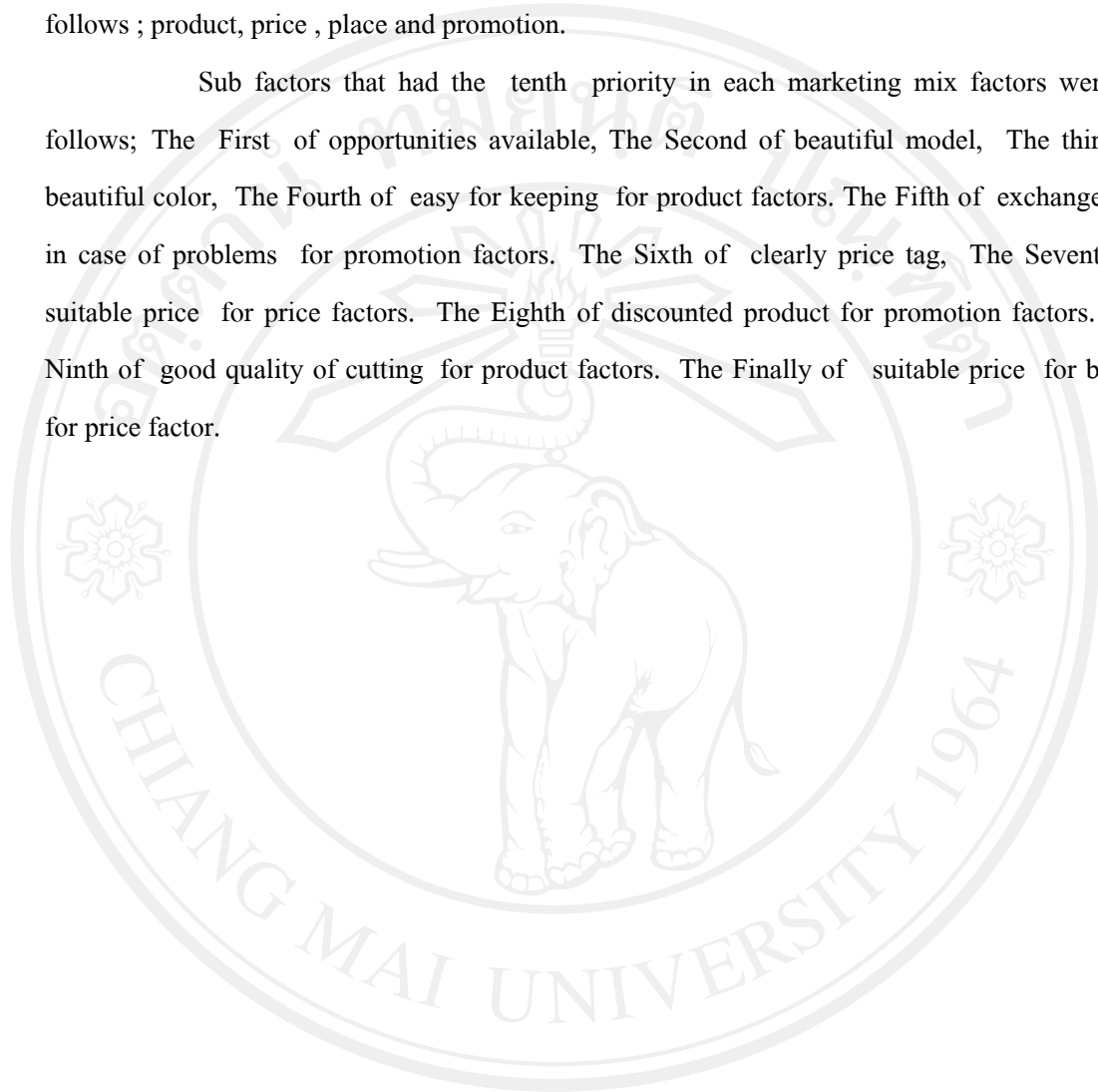
ABSTRACT

This research was intended to study the behavior of female students of Lampang towards fashionable clothes buying. The populations were 300 female students which were sampled by quota according to education levels; Vocational Certificate, High School Certificate and Bachelor's Degree. The data was collected by questionnaires and then it was evaluated by descriptive statistics such as frequency, percentage and mean.

It was found that most female students of Lampang got monthly income from their parents which was lower than 4,000 Baht per month. The fashion style they like was easy, soft color and no brand. The average fashionable expense was between 301-600 Baht per month. Their favourite costume was T-shirt and trousers. They were not satisfied with sports wears. The satisfying price was between 101-200 Baht per piece. They usually bought 2 items each time. The reason for buying clothes depend on the necessity and occasions; buying for travelling or for events. They made decision for buying clothes by themselves and their idol is Yaya Urassaya. They liked to go shopping most on weekend or during their free or convenience time. They mostly bought clothes 2 times a month. The shopping place they used to buy the fashionable clothes was Assawin Market. They mostly received fashion information by visiting the clothing store. The reason for clothes buying each piece was comfortable. They mostly bought clothes with having shopping plan some time and compared the price with other stores before buying. When they wore the fashionable clothes for the first time, they were satisfied.

The marketing mix factors which influenced the fashionable clothes buying decisions of female students of Lampang overall ranked at the high level. The sequence was as follows ; product, price , place and promotion.

Sub factors that had the tenth priority in each marketing mix factors were as follows; The First of opportunities available, The Second of beautiful model, The third of beautiful color, The Fourth of easy for keeping for product factors. The Fifth of exchangeable in case of problems for promotion factors. The Sixth of clearly price tag, The Seventh of suitable price for price factors. The Eighth of discounted product for promotion factors. The Ninth of good quality of cutting for product factors. The Finally of suitable price for brand for price factor.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved