

197362

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัย รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายแฟชั่นของกลุ่มนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาหญิง ระดับปริญญาตรี จำนวน 360 คน

คำร้อยละแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะเลือกซื้อเครื่องแต่งกายแฟชั่นตามร้านขายเสื้อผ้าที่มีอยู่ทั่วไป และมีความถี่ในการเลือกซื้ออยู่ที่ 1 ครั้งต่อ 2 สัปดาห์ โดยช่วงเวลาส่วนใหญ่ในการเลือกซื้อจะเป็นวันเสาร์ ช่วงต้นเดือนหรือสัปดาห์แรกของเดือน ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งอยู่ที่ประมาณ 500 บาท และโดยมากกลุ่มตัวอย่างนิยมเลือกซื้อเครื่องแต่งกายแฟชั่นประเภทเสื้อผ้าแฟชั่น ในรูปแบบของเสื้อยืดที่มีลวดลายแบบรูปตัวอักษร และมีสีสันทอนกลาง คำ ขาว เทา น้ำตาล ครีม ซึ่งผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดจะเป็นกลุ่มเพื่อน โดยมีต้นแบบการแต่งกายมาจากการแต่งกายของกลุ่มดารานักร้อง นักแสดง ที่มีให้เห็นทั่วไปในสื่อโทรทัศน์

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายแฟชั่น ของกลุ่มตัวอย่าง คำร้อยละแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านราคาถือเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเป็นอันดับแรก โดยจะเน้นให้ความสำคัญในด้านสินค้ามีราคาที่เหมาะสม ดังนั้นทางร้านควรเน้นกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาเป็นสิ่งสำคัญที่สุด และในด้านปัญหาในการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายแฟชั่นของกลุ่มตัวอย่าง ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ คือ ปัญหาด้านตัวสินค้า โดยจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับสินค้าไม่มีขนาดที่ต้องการ

197362

This study was conducted to investigate behaviours, factors and problems encountered in the purchase of woman fashion apparel of undergraduate woman students in Maejo University, Chiangmai province. A set of questionnaires was used as a tool for data collection from a sample group of 360 undergraduate woman students.

The percentage indicated that most of the respondents usually bought fashion apparel from general costume shops once per two weeks on the first Saturday of the month. Moreover, the respondents preferred to buy T-shirts with alphabets on them and dark, white, gray, brown or cream in colour with 500 baht each time. The reason for the buying preference is the influence of their friends, they also liked to imitate dressing style of movie stars and singers seen on television.

The mean also demonstrated that price was the most important market factor when buying fashion apparel. Therefore, the emphasis on price strategy should be done. Furthermore, attention should be focused on product sizes.