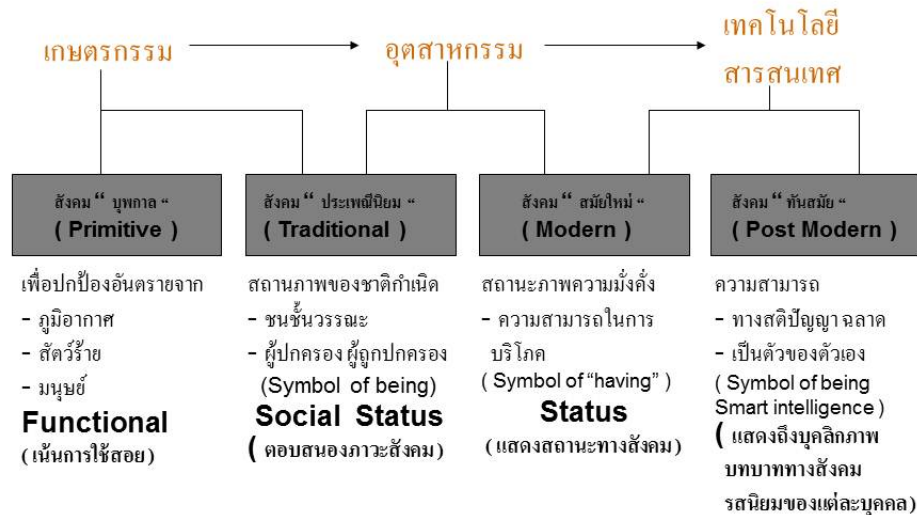


ทำไมคนเราจึงต้องใส่เสื้อผ้า ???



ความต้องการของผู้บริโภค

1. การใช้งาน

- สภาพภูมิอากาศ (Climate)
- ความสบายในการสวมใส่ (Comfort)
- ต้องห้าม (ปกปิด) (Taboo)

2. สถานภาพ

- ชนชั้นทางสังคม (Social Class)
- ความมั่งคั่ง (Wealth)
- ความชาญฉลาด (Intelligence)

3. ความเป็นตัวของตัวเอง

- รสนิยม (Taste)
- โอกาสในการใช้สอย กาลเทศะ (Occasion)

การจัดการเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หมายถึง

การวางแผนเตรียมสินค้า ให้มีสัดส่วนที่พอดีอย่างเหมาะสม และลงตัว ในองค์ประกอบดังนี้

- รูปแบบ (Form) รูปแบบอย่างไร?
- สีสันท (Color) โทนสีที่ใช้โทนไหน?
- วัสดุดิบ (Material) วัสดุอะไรบ้าง?
- ราคา (Price) ราคาขายเท่าไร?
- สถานที่ (Place) ขายที่ไหน?

องค์ประกอบทั้ง 5 นี้เป็นปัจจัยหลัก ๆ ในการจัดการบริหารสินค้าเพื่อให้เกิดการขายที่ดี และทำให้ลูกค้าพอใจ และกลับมาซื้อซ้ำอีก

วิถีแห่งชีวิต (ช่วงอายุ) ต่อความต้องการการบริโภคสินค้าแฟชั่น ดังนี้

Baby แรกเกิด – 13 ปี

ไม่มีอำนาจในการซื้อ มีช่วงการเปลี่ยนแปลงสรีระบ่อย

Junior 13 – 17 Junior or High School

ไม่มีอำนาจในการซื้อมากนัก เริ่มมีรูปแบบแฟชั่นเข้ามาบ้างแต่ไม่มาก ราคาไม่สูงมากนัก

Yong18 – 22 College

เริ่มมีอำนาจในการซื้อมากขึ้น เริ่มรู้จักการบริหารการเงิน มีรูปแบบแฟชั่นเข้ามาพอสมควรถึงมาก ราคาถูก – ราคา
กลาง

Yong Adult 22 – 27 วัยทำงานตอนต้น

เริ่มทำงานวัยตอนต้น เริ่มมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อเองมากขึ้นเพราะหารายได้เอง แฟชั่น เริ่มมีเยอะขึ้นทั้งเสื้อผ้าลำลอง
และเสื้อผ้าทำงาน รวมถึงเสื้อผ้าออกงานสังสรรค์ เน้นความงามเป็นหลัก

Adult 26 – 37 วัยทำงานตอนกลาง

เริ่มมีรายได้สูงขึ้น อำนาจในการซื้อสินค้าก็ตามมา แต่ก็มีรายได้เรื่องครอบครัวเพิ่มขึ้นมาสำหรับคนที่แต่งงาน จึงคิดก่อน
ซื้อ การแต่งตัวเริ่มภูมิฐานและ แต่งให้เหมาะสมกับกาลเทศะความถูกต้อง ระดับหัวหน้า

Mistress 40 UP ระดับสูงผู้บริหาร

ทำงานระดับสูง อำนาจในการซื้อสูงแต่เป็นของที่มีระดับ แสดงถึงความภูมิฐาน จะเริ่มมีความรักดีต่อแบรนด์สินค้าที่ชอบ
และซื้อประจำ

Fashion Merchandise and Management

- **Consumer Motivation in Fashion**

การศึกษาผู้บริโภคต่อความเคลื่อนไหวแฟชั่น

- **Concept Brand Image**

การวางแผนความคิด และภาพลักษณ์ต่อการสร้างสรรค์แบรนด์สินค้าแฟชั่น

- **Merchandising Strategies**

การวางแผนกลยุทธ์ การวางแผนงานการจัดการสินค้าแฟชั่น

- **Fashion Buying and Merchandising**

การจัดการ การวางแผนงานการจัดซื้อ และการขายสินค้าแฟชั่น

- **Fashion Trend Research**

ค้นหาแนวทาง **Fashion Trend**

- **Channel of Distribution Fashion Retailing**

กำหนดวางช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า และ แนวทางการขายสินค้า

- **Product Design**

การออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

- **Costing**

การคำนวณต้นทุนสินค้าและตั้งราคาขายสินค้าให้เหมาะสม

- **Product Development**

การออกแบบสินค้าและทำการพัฒนาให้มีความเหมาะสม

- **Showroom Design in Fashion**

การจัดวางสินค้าภายในร้าน การจัดแสดงงาน การจัดดีสเพลย์ เป็นต้น

FASHION DESIGN

เสื้อผ้า (Costume)



เครื่องหนัง (Leather)



เครื่องประดับ (Jewelry)



PRODUCT LINE IN FASHION

- Mens' wear
- Ladies' wear
- Kids' wear
- Accessory .. Leather & Jewelry

เครื่องแต่งกายสำเร็จรูปที่จัดประเภทโดยใช้สถานที่ผลิตและออกแบบตัวสินค้าเป็นตัวกำหนด ได้ดังนี้

โลคอล แบรินด์ (Local Brand)

คือ สินค้าที่ผลิตภายในประเทศ เช่น Soda , Greyhound , Espada , AIIZ เป็นต้น

อิมพอร์ต แบรินด์ (Import Brand)

คือสินค้านำเข้าจากต่าง ประเทศ เช่น Gucci , DKNY

ไลเซนส์ แบรินด์ (Import Brand)

คือ แบรินด์สินค้าภายในประเทศ แต่ชื่อสินค้าเป็นลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เช่น Lacoste , Guy Laroche

ดีไซน์เนอร์ แบรินด์ (Designer Brand)

คือ แบรินด์สินค้าที่ผลิตขึ้นในนาม หรือชื่อของนักออกแบบเช่น Nagara , Pichitra , Kai Boutique

ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้



ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่าย
ในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้

1. ตลาด **A+ , A** สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปชั้นสูง
(High Fashion หรือ Haute Couture) Boutique
 - ราคาแพง ราคาเฉลี่ยประมาณ 15,000 – 200,000 บาท
 - เสื้อผ้าจัดอยู่ในระดับที่มีคุณภาพสูง วัสดุและการตัดเย็บดี เนื้อผ้าดี มีรายละเอียดที่ประณีต ผลิตจำนวนไม่มากหรือจำนวนจำกัด อาจมีการสั่งตัดเฉพาะรายบุคคลเพื่อให้เข้ากับรูปร่างและสรีระ
 - ส่วนใหญ่จะเป็น Import Brand และ Designer Brand
 - ตัวอย่างแบรนด์เช่น Chanel , Prada , Kai เป็นต้น





ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่าย
ในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้

2. ตลาด **B+ , B** สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป
(Rather High Class)
Ready to wear or Pret a Porter

- ราคาค่อนข้างสูง ราคาเฉลี่ยประมาณ 5,000 – 20,000 บาท
- เสื้อผ้าระดับนี้มีคุณภาพดี วัสดุในการตัดเย็บดี รูปแบบเหมาะกับ การใส่ต่อในโอกาสต่าง ๆ เป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับคนที่มีฐานะดีถึงค่อนข้างดี
- ส่วนใหญ่จะเป็น Import Brand และ Designer Brand
- ตัวอย่างแบรนด์เช่น CK , DKNY , ISSUE เป็นต้น



ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่าย
ในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้

3. ตลาด **C+ , C** สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปหลากหลาย
(Medium Class) Mass Product

- ราคาปานกลาง ราคาเฉลี่ยประมาณ 1,500 – 6,500 บาท
- เสื้อผ้าระดับนี้มีคุณภาพพอใช้ได้ดี ผลิตอยู่ในระบบอุตสาหกรรม ขนาดเสื้อเป็นมาตรฐาน S M L XL
- รูปแบบเสื้อที่ผลิตมีรูปแบบใกล้เคียงกัน เน้นการขายปริมาณมากกว่าคุณภาพ ใช้วัสดุกลาง ๆ เพื่อลดต้นทุนในการผลิตสินค้าเป็นกลุ่มเป้าหมายของคนที่มีฐานะปานกลาง
- ส่วนใหญ่จะเป็น Local Brand และ License Brand
- ตัวอย่างแบรนด์เช่น Jaspal , Lacoste , AIZ , Espada

Blue Gravel - Free Shipping
Order complete your profile now!



ประเภทตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีจำหน่าย
ในประเทศไทย แบ่งออกได้ดังนี้

4. ตลาด **D+ , D** สินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับล่าง
(Low Class) Low Market

- ราคาปานกลาง ราคาเฉลี่ยประมาณ 199 – 1,200 บาท
- เสื้อผ้าระดับนี้ ไม่ค่อยคำนึงถึงคุณภาพหรืออาเขตพอใช้ ไม่เน้นความประณีต เน้นการผลิตจำนวนมาก ต้นทุนการผลิตถูก เป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับคนที่มีรายได้ไม่สูงนัก และเน้นการประหยัด
- แบรนด์ที่เปิดขายปลีกส่งที่ Platinum Fashion Mall , จตุจักร , สวนจตุจักร , JJ Mall เป็นต้น



ประเภทของร้านค้าสินค้าแฟชั่น ดังนี้

1. Shop Plaza

เป็นลักษณะร้านค้า ที่แสดงสินค้าอยู่ในส่วนของ PLAZA มีห้องประตูทางเข้าออกแบ่งสัดส่วนชัดเจน มีสินค้าลงเต็มรูปแบบ มีการจัดรูปแบบร้านตามสไตล์ของแบรนด์ชัดเจน รวมถึงการจัดแสดงディスプレイตามฤดูกาล ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าใหญ่ ที่ขายเสื้อผ้าราคาค่อนข้างสูง

2. Department Store แบ่งได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

- M shop เป็นลักษณะ Shop ที่ตั้งอยู่ติดกับฟลาวน์นิ่ง
- Corner Shop เป็นลักษณะ Shop ที่ตั้งลอยตัวไม่ติดผนัง

3. Stand Alone Shop

เป็นลักษณะ Shop ที่ไม่ได้ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า อยู่โดดเดี่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ในย่านธุรกิจการค้า ย่านธุรกิจแฟชั่น เช่น สยาม เป็นต้น

VARIETY PRODUCT

- Casual Wear

ชุดลำลอง , ชุด Street wear

ชุด weekend

ชุด Sport wear , Active wear

- Business Wear

ชุดทำงาน ชุดที่เป็นทางการ และกึ่งทางการ

- Party Wear

ชุดไปงานเลี้ยงสังสรรค์ทั้งที่เป็นทางการและกึ่งทางการ

Party wear , Party Cocktail

Evening Dress

Party Elegance ชุดหรูหราสง่างาม



การแบ่งแยกประเภทสินค้าตาม **ITEMS** ได้ดังนี้

1. **TOP**
 - Blouse
 - Tank top
 - Camisole
 - Shirt
 - Jacket , Coat
 - Suite
 - Corset
 - T – Shirt
2. **BOTTOM**
 - Skirt
 - Pants
 - Bermuda
 - Mini Skirt
 - Short Pants
3. **DRESS**
 - Dress
 - Jumper , Combination
 - Sack
4. **LINGERIE**
 - Brassiere
 - Corset
 - Underpants
5. **ACCESSORIES**
 - Bag
 - Belt
 - Jewelry
 - Shoe
 - Hat
 - Glove

SEASON COLOR

- Spring (Mar – May)



Spring (Mar – May)

- Bright Color
- Origin (การกำเนิดคิดใหม่)
- Blossom (พืชบาน)
- Fresh
- Full Energy



- Summer (Jun – Aug)



Summer (Jun – Aug)

- Chill Out , Beach
- Sunshine (แสงแดด)
- Blossom (พืชบาน)
- Blend & Mix & Culture
(การผสมผสานทางวัฒนธรรม)
- Color Full , Power



- Autumn (Sep – Nov)



Autumn (Sep – Nov)

- Earth tone
- Fall , Drop (การร่วงโรย)
- Weath (สภาพภูมิอากาศ)
- Deep Warm (โทนสีเข้มแต่อบอุ่น)
- Rich , Luxury tone
(โทนสีดูแพง หรูหรา มั่งคั่ง ผู้ดี)



- Winter (Dec – Feb)



Winter (Dec – Feb)

- Unpredictable (คาดไม่ได้ , ไม่คาดคิด)
- Imagination , Drama (การจินตนาการ)
- Contrast (ความแตกต่าง , ตรงกันข้าม)
- Deep Cool , Dark (โทนสีเข้มแต่เย็น มีด)
- Luxury tone , Strong , Secret
(โทนสีดู หรูหรา แข็งแกร่ง ความลับ น่าค้นหา)

