

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด	4
2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรม (Culture)	8
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	16
3.1 การกำหนดผลิตภัณฑ์และรวบรวมข้อมูล	19
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการสร้างแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม	19
3.3 เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล	21
3.4 การออกแบบแฟ้มข้อมูลฝ่ายสำหรับชุมชน	22

3.5 จัดทำต้นแบบชุดแฟชั่น	23
--------------------------	----

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 จัดทำต้นแบบ Collection Book Medias	23
3.7 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการสร้างแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม	24
3.8 เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ต้นแบบแฟชั่น	25
3.9 ทำการทดลองตลาดและสรุปผล	26
3.10 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	27
4.1 ผลการวิเคราะห์กระบวนการทางการตลาด เพื่อนำมาประกอบกับ แผนภูมิการออกแบบแฟชั่น ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ กรณีศึกษา บริษัทพันธุ์สิ่งทอ	29
4.2 ผลจากการวิเคราะห์แนวโน้มการออกแบบและความนิยมเพื่อ การออกแบบแฟชั่นผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ	60
บทที่ 5 สรุปผลการค้นคว้า อภิปราย และข้อเสนอแนะ	102
5.1 สรุปผลการค้นคว้า	102
5.2 อภิปรายผล	103
5.3 ข้อเสนอแนะ	105
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก	109
ภาคผนวก ก ข้อมูลเพิ่มเติมแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	110

ภาคผนวก ข กิจกรรมภาคสนาม	128
ภาคผนวก ค ภาพผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ	142

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์	146
ภาคผนวก จ แบบสอบถามความคิดเห็น	151
ประวัติผู้เขียน	167

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา	17
4.1 คำร้อยละข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง	45
4.2 พฤติกรรมของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปเลือกซื้อโดยเฉลี่ยต่อความถี่ในการเลือกซื้อ	46
4.3 พฤติกรรมของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อราคาเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปที่ราคาโดยเฉลี่ยที่เลือกซื้อ	47
4.4 พฤติกรรมของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อ	47
4.5 พฤติกรรมของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อประเด็นการตัดสินใจเลือกซื้อ	48
4.6 พฤติกรรมของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปจำแนกตามประเภทของเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปที่มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค	49
4.7 ทักษะคิดของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	50
4.8 ทักษะคิดของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อปัจจัยด้านสีสันทและลวดลาย	50
4.9 ทักษะคิดของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อปัจจัยด้านราคา	51
4.10 ทักษะคิดของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อปัจจัยด้านคุณภาพ	51
4.11 ทักษะคิดของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อปัจจัยต่อโทนสี	52
4.12 ทักษะคิดของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อปัจจัยต่อลักษณะเนื้อผ้า	52
4.13 ทักษะคิดของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อปัจจัยด้านการตกแต่งลวดลาย	53
4.14 ทักษะคิดของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อปัจจัยต่อแหล่งในการซื้อ	53
4.15 ทักษะคิดของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปต่อปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	54
4.16 ระดับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปด้านคุณภาพการผลิต	55

4.17	ระดับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปด้านผลิตภัณฑ์	56
4.18	ระดับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปด้านราคา	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.19	คำร้อยละข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน	89
4.20	คำร้อยละข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะของ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน (ต่อ)	90
4.21	คำร้อยละ จำแนกตามทัศนคติการเลือกใช้จากทดลองตลาดสำเร็จรูป ต่อการเลือกซื้อ	91
4.22	คำร้อยละ จำแนกตามทัศนคติต่อต้นแบบชุดที่ทำการออกแบบ	92

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า
2.1 แสดงการสร้างเชื่อมั่นและทัศนคติ	12
2.2 แสดงการส่งเสริมการตลาดโดยใช้สื่อ	13
3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา	18
4.1 โครงสร้างของธุรกิจบริษัทนพรัตน์สิ่งทอ	30
4.2 วัตถุประสงค์ของการวางตำแหน่งสินค้า	30
4.3 การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้หลักการ STP Marketing บริษัทนพรัตน์สิ่งทอ	33
4.4 แสดง STP ของบริษัทนพรัตน์สิ่งทอ	36
4.5 ข้อกำหนดของการออกแบบบริษัทนพรัตน์สิ่งทอ	37
4.6 พฤติกรรมของผู้บริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป	39
4.7 เหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อและประเด็นในการตัดสินใจซื้อ	40
4.8 สินค้าที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ประเภทเสื้อ	41
4.9 สินค้าที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ประเภทกางเกง กระโปรงและการตัดสินใจซื้อ	42
4.10 การตัดสินใจซื้อ	43
4.11 การตัดสินใจซื้อลวดลาย และแหล่งซื้อ	44
4.12 เรื่องเพศ	86
4.13 เรื่องอายุ	86
4.14 เรื่องอาชีพ	87
4.15 เรื่องรายได้	87
4.16 เรื่องทัศนคติการบริโภคเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป	88
4.17 เรื่องทัศนคติการบริโภคที่มีต่อชุดที่ทำการออกแบบครั้งนี้	88

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ บุญรัตน์ ฌ วิชัย	32
4.2 ภาพถนนคนเดินราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่	58
4.3 ภาพการสัมภาษณ์และสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค ต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป ณ ถนนคนเดินราชดำเนิน จังหวัดเชียงใหม่	58
4.4 ภาพการสัมภาษณ์และสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค ต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป	59
4.5 ภาพการสัมภาษณ์และสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภค ต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป	59
4.6 แสดงภาพแนวโน้มความนิยมที่ศึกษาจากสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยของท้องถิ่น	60
4.7 แสดงแนวโน้มสีจากต่างประเทศ จาก Madrona Tree 2012 Color & Women's Apparel	62
4.8 แสดงแนวโน้มโครงสร้างผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	63
4.9 การวิเคราะห์การออกแบบ ตามแนวโน้มแฟชั่นของกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มหลัก 3 แนวทาง IDEA SKETCH	64
4.10 รูปแบบแบบร่างแนวคิด SKETCH DESIGN 1 รูปแบบ Lanna Style	66
4.11 รูปแบบแบบร่างแนวคิด SKETCH DESIGN 1 รูปแบบ Lanna Style	66
4.12 รูปแบบแบบร่างแนวคิด SKETCH DESIGN 1 รูปแบบ Japanese Style	67
4.13 รูปแบบแบบร่างแนวคิด SKETCH DESIGN 1 รูปแบบ Japanese Style	67
4.14 รูปแบบแบบร่างแนวคิด SKETCH DESIGN 1 รูปแบบ Western Style	68
4.15 รูปแบบแบบร่างแนวคิด SKETCH DESIGN 1 รูปแบบ Western Style	68
4.16 การเข้าถึงโดยการรวมกลุ่มความคิด TEAM APPROACH รวมทั้งนักออกแบบ	69
4.17 การรวมกลุ่มความคิด DESIGN REFINEMENT การกลั่นกรองการออกแบบ	69

4.18	ขั้นตอนการทำแบบร่างและแบบตัดเพื่อการตัดเย็บส่วนรายละเอียด	70
------	---	----

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูป	หน้า
4.19	ผลของการตกลงใจในการออกแบบ รูปแบบ Lanna Style 71
4.20	ผลของการตกลงใจในการออกแบบ รูปแบบ Japanese Style 72
4.21	ผลของการตกลงใจในการออกแบบ 2 รูปแบบ Western Style 73
4.22	ผลของการตกลงใจในการออกแบบ ชุดสุภาพบุรุษ 74
4.23	การตกลงใจในการออกแบบร่วมกับผู้ประกอบการ 74
4.24	การวิเคราะห์วัตถุดิบที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ 75
4.25	ขั้นตอนการสร้างแบบตัดและการวางแบบตัดเสื้อผ้า 75
4.26	ขั้นตอนการทดสอบเพื่อหาจุดบกพร่องของแบบตัด 76
4.27	ต้นแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป รูปแบบ Lanna Style 77
4.28	ต้นแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป รูปแบบ Japanese Style 77
4.29	ต้นแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูป รูปแบบ Western Style 78
4.30	ต้นแบบเสื้อผ้าสำเร็จรูปชุดสุภาพบุรุษรูปแบบ Lanna Style ,Japanese Style และ Western Style 78
4.31	แสดงแบบด้วยสื่อเสื้อผ้าสำเร็จรูป รูปแบบ Lanna Style 79
4.32	แสดงแบบด้วยสื่อเสื้อผ้าสำเร็จรูป รูปแบบ Lanna Style 80
4.33	แสดงแบบด้วยสื่อเสื้อผ้าสำเร็จรูป รูปแบบ Japanese Style 80
4.34	แสดงแบบด้วยสื่อเสื้อผ้าสำเร็จรูป รูปแบบ Japanese Style 81
4.35	แสดงแบบด้วยสื่อเสื้อผ้าสำเร็จรูป รูปแบบ Western Style 81
4.36	แสดงแบบด้วยสื่อเสื้อผ้าสำเร็จรูป รูปแบบ Western Style 82
4.37	ผลการออกแบบ DESIGN ANALYSIS (Collection Book Medias) 83
4.38	ผลการออกแบบ DESIGN ANALYSIS (Collection Book Medias) 84
4.39	ผลการออกแบบ DESIGN ANALYSIS (Collection Book Medias) 84

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูป	หน้า
4.41 แนวโน้มความนิยมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของนพรัตน์สิงทอง	94
4.42 การทดลองตลาดจากการสำรวจทัศนคติของผู้บริโภค ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่	96
4.43 งานนำเสนอแฟชั่น FASHION SHOW	97
4.44 งานนำเสนอแฟชั่น FASHION SHOW	98
4.45 งานนำเสนอแฟชั่น FASHION SHOW	98
4.46 งานนำเสนอแฟชั่น FASHION SHOW	99
4.47 งานนำเสนอแฟชั่น FASHION SHOW	99
4.48 งานนำเสนอแฟชั่น FASHION SHOW	100