

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

ในการดำเนินการศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้กับการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้ายเพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชน ได้ใช้การวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ผู้ศึกษาได้สรุปขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษาที่สำคัญ

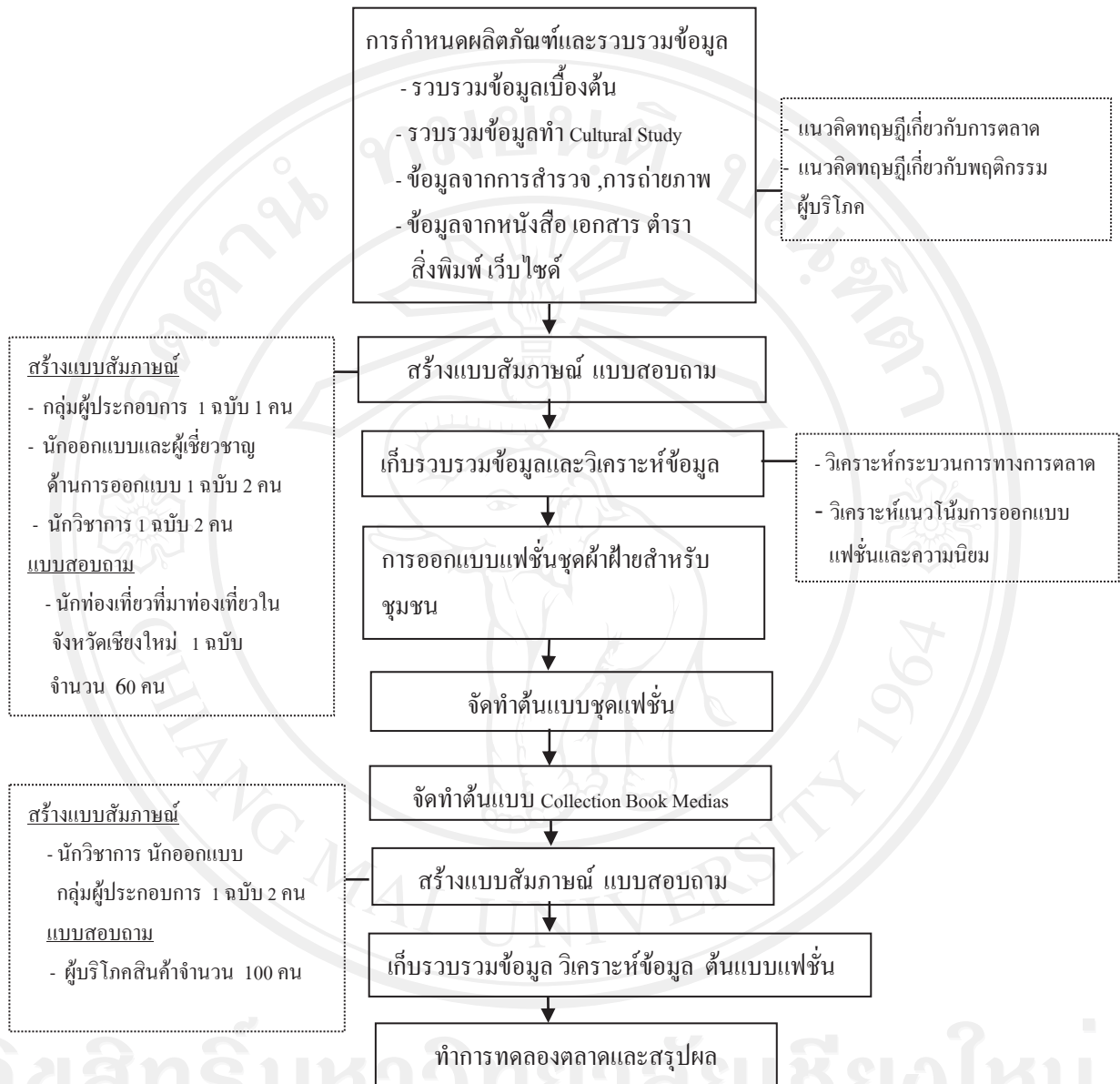
ดังตารางที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา

ปฏิบัติการ (ACTION)	กลุ่มตัวอย่าง ประชากร (WHO)	วัตถุประสงค์ (AIMS)	วิธีการดำเนินการ (WHAT TO DO)
1.กำหนดผลิตภัณฑ์ - รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น - ข้อมูลจากการสำรวจ - ถ่ายภาพ เอกสาร - ทำ Cultural Study การศึกษาวัฒนธรรม	- ผู้ประกอบการ หมู่บ้านแม่โป่ง	- เพื่อศึกษาเบื้องต้นหลัง ปรากฏการณ์ ภูมิหลังของ ผู้ประกอบการ - สภาพแวดล้อมของภูมิ ปัญหาที่เกิดลักษณะสื่อเดิม	- ศึกษาผลิตภัณฑ์เดิมสังคม พื้นถิ่น - ลงพื้นที่พรีต้น - ลักษณะสื่อเพื่อการส่งเสริม ภาพลักษณ์เดิม
2. สร้างแบบสัมภาษณ์ (ก่อนการวิเคราะห์)	- ผู้ประกอบการ - นักออกแบบ - นักวิชาการ	- เพื่อปรึกษาเรื่องความ เหมาะสมและรูปแบบที่ ต้องการ - วิเคราะห์การตลาดความ เป็นไปได้ของตลาดและการ ออกแบบ	- กระบวนการทางการ ตลาดเดิม - แนวโน้มการออกแบบ - แนวโน้มความนิยม - การส่งเสริมการตลาด - การออกแบบ - การสร้างตราสินค้า
3. สร้างแบบสอบถาม	- ผู้บริโภคกลุ่มหลัก - นักท่องเที่ยว	- สอบถามทัศนคติและ พฤติกรรมผู้บริโภคต่อเสื้อผ้า พื้นเมืองสำเร็จรูป	- นำไปวิเคราะห์เพื่อใช้เป็น แนวทางพัฒนากระบวนการ ทางการตลาดเพื่อการ ออกแบบแฟชั่นและสื่อ เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์
4. วิเคราะห์กระบวนการ ทางการตลาด - วิเคราะห์แนวโน้มการ ออกแบบแฟชั่น	กลุ่มผู้ประกอบการ - นักออกแบบ - นักวิชาการ - นักท่องเที่ยว	- หาแนวโน้มความนิยม - ชัดความสามารถ - แข่งขันทางการตลาด - ทัศนคติ รูปแบบความนิยม - ความต้องการของผู้บริโภค	- วิเคราะห์บรรยายเชิง พรรณนา (Descriptive) การแจกแจงความถี่ (Frequency)

ตาราง ที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา (ต่อ)

ปฏิบัติการ (ACTION)	กลุ่มตัวอย่าง ประชากร (WHO)	วัตถุประสงค์ (AIMS)	วิธีการดำเนินการ (WHAT TO DO)
5.ทำการออกแบบแฟ้มชั้น Case Study นพรัตน์สิ่งทอ จัดทำ Collection Book Medias	- นักออกแบบ - ผู้ประกอบการ	- สร้าง Cultural Study ชุด ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด - การเข้าถึงอัตลักษณ์ของ ผู้ประกอบการ - สร้าง Collection Book	- การวิเคราะห์การ ออกแบบ (DESIGN ANALYSIS) - ภาพร่างแนวคิด IDEA SKETCH - แบบร่าง SKETCH DESIGN - การกลั่นกรองการ ออกแบบ DESIGN REFINEMENT - จัดทำต้นแบบ 20 ต้นแบบ - จัดทำต้นแบบ Collection Book Medias
6.สร้างแบบสัมภาษณ์ (หลังการวิเคราะห์)	กลุ่มผู้ประกอบการ - นักออกแบบ - นักวิชาการ	- ทศนคติในการพัฒนาทาง การตลาดการพัฒนา กระบวนการทางการตลาด การออกแบบสื่อและการ ออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์	วิเคราะห์บรรยายเชิง พรรณนา (Descriptive)
7.สร้างแบบสอบถาม	ผู้บริหารกลุ่มหลัก นักท่องเที่ยว	- ทดลองตลาด - ทดสอบรูปแบบแฟ้มชั้นและ สื่อเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ - ทศนคติของผู้บริโภค ผู้ประกอบการ นักวิชาการ - สร้างแนวโน้มความนิยม (TRENDS IN LOCAL) - เพื่อการจัดทำผลิตภัณฑ์จริง - สร้างสื่อเพื่อการส่งเสริม ภาพลักษณ์ของนพรัตน์สิ่งทอ (Collection Book Medias)	- วิเคราะห์จากการแจก แจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
8.เก็บรวบรวมข้อมูลจัดทำ รายงาน	-	-	รวบรวมข้อมูล

แผนภูมิที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา



แผนภูมิที่ 3.1 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการศึกษา

รายละเอียดของแต่ละขั้นตอนในการดำเนินงาน ที่ได้แสดงในแผนภูมิที่ 3.1 มีวิธีการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

3.1 การกำหนดผลิตภัณฑ์และรวบรวมข้อมูล

รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น ประกอบการศึกษา ประกอบด้วย

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลทำ Cultural Study ข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามจากการสำรวจเบื้องต้น โดยการถ่ายภาพจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร ตำรา สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ซึ่งข้อมูลดังกล่าวประกอบด้วย

ก. รูปแบบของผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นถิ่น กรณีศึกษากลุ่มองค์กรนพรัตน์สิ่งทอหมู่บ้านแม่โป่ง ตำบลแม่โป่ง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ที่จำหน่ายในปัจจุบันจากแหล่งผลิตและแหล่งจำหน่ายสินค้าโดยใช้วิธีการถ่ายภาพ

ข. สภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยของกรณีศึกษากลุ่มองค์กรนพรัตน์สิ่งทอ หมู่บ้านแม่โป่ง ตำบลแม่โป่ง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการเก็บข้อมูลจากการถ่ายภาพจากสถานที่จริง เช่น สถาปัตยกรรม การประกอบอาชีพ ความเป็นอยู่

ค. ลักษณะสื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ กระบวนการทางการตลาดองค์กรนพรัตน์เดิม เพื่อนำมาวิเคราะห์หากระบวนการทางการตลาด วิเคราะห์แนวโน้มการออกแบบและความนิยมเพื่อการออกแบบแฟชั่นผ้าฝ้ายทอมือ

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร แผ่นพับหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ และข้อมูลในระบบออนไลน์ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร ตำรา สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ซึ่งข้อมูลดังกล่าวประกอบด้วย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการสร้างแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม

ในการสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์กระบวนการทางการตลาดวิเคราะห์แนวโน้มการออกแบบแฟชั่นและความนิยมครั้งนี้ กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.2.1. แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสิ่งทอ อาจารย์ นักวิชาการ และนักออกแบบ ผู้ประกอบการกรณีศึกษากลุ่มองค์กรนพรัตน์สิ่งทอ หมู่บ้านแม่โป่ง ตำบลแม่โป่ง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ในการตอบแบบสัมภาษณ์ก่อนการออกแบบสื่อ 3 ฉบับ คือ

- แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อมูลขององค์กรนพรัตน์สิ่งทอ โครงสร้างทางธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ภาพลักษณ์ทางธุรกิจ ช่องทางการจำหน่ายสินค้าการขายสินค้าและยอดขายสินค้าของนพรัตน์สิ่งทอ เป็นแบบสัมภาษณ์ก่อนที่ผู้ศึกษาทำการประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้าย เพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชน

- แบบสัมภาษณ์นักออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ สร้างตราสินค้าเกี่ยวกับ แนวโน้มความนิยมในการเพิ่มขีดความสามารถ ทางด้านการแข่งขันทางการตลาดแนวโน้มในการส่งเสริมทางการตลาด การออกแบบ สร้างตราสินค้า เป็นแบบสัมภาษณ์ก่อนที่ผู้ศึกษาทำการประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้าย เพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชน

- แบบสัมภาษณ์นักวิชาการเกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องทัศนคติและทิศทางการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าพื้นเมือง

3.2.2 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว จ.เชียงใหม่ กลุ่มผู้บริหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างตราสินค้า (Branding) นักออกแบบ ในการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 ฉบับ รวมทั้งสิ้น 60 คน คือ

- แบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปของนักท่องเที่ยว บนถนนคนเดินราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 60 คน

โดยข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติการบริโภคที่มีต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป

การสำรวจข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าว ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ ได้ถูกรวบรวมและนำไปทำการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นแนวทางประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้ายสำหรับชุมชน ส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และองค์กร ในขั้นตอนต่อไป

3.3 เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

รวบรวมข้อมูลการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งหมดที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ 3 ฉบับ จำนวน 5 คน และแบบสอบถามจำนวน 100 คน มาทำการคัดแยกเฉพาะส่วนที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยการจัดระเบียบ แยกประเภทและหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ เชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ และการหาค่าเฉลี่ย ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการดังนี้

3.3.1. แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสิ่งทอ อาจารย์ นักวิชาการ และนักออกแบบ ผู้ประกอบการกลุ่มองค์กรนพรัตน์สิ่งทอ หมู่บ้านแม่โป่ง ตำบลแม่โป่ง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ในการตอบแบบสัมภาษณ์ 3 ฉบับ คือ

3.3.1.1 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อมูลขององค์กรนพรัตน์สิ่งทอ โครงสร้างทางธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ภาพลักษณ์ทางธุรกิจ ช่องทางการจำหน่ายสินค้า การขายสินค้าและขอขายสินค้าของนพรัตน์สิ่งทอ เป็นแบบสัมภาษณ์ก่อนที่ผู้ศึกษาทำการประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้ายเพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชน จำนวน 1 คน วิธีการวิเคราะห์บรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

3.3.1.2 แบบสัมภาษณ์นักออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ สร้างตราสินค้า เกี่ยวกับ แนวโน้มความนิยมในการเพิ่มขีดความสามารถ ทางด้านการแข่งขันทางการตลาด แนวโน้มในการส่งเสริมทางการตลาด การออกแบบ สร้างตราสินค้า เป็นแบบสัมภาษณ์ก่อนที่ผู้ศึกษาทำการประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้ายเพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชน จำนวน 2 คน วิธีการวิเคราะห์บรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

3.3.1.3 แบบสัมภาษณ์นักวิชาการเกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องทัศนคติและทิศทางการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าพื้นเมือง จำนวน 2 คน วิธีการวิเคราะห์บรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

3.3.2 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว จ.เชียงใหม่ กลุ่มผู้บริโภคและผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างตราสินค้า (Branding) นักออกแบบ ในการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 ฉบับ รวมทั้งสิ้น 60 คน คือ

3.2.3.1 แบบสอบถามทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปของนักท่องเที่ยวบนถนนคนเดิน ถนนราชดำเนิน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 60 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มที่หนึ่ง คือ นักท่องเที่ยว ผู้บริโภค และผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างตราสินค้า นักออกแบบ ที่เป็นกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ SPSS ซึ่งใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

โดยข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเป็นลักษณะข้อมูลนามบัญญัติ (Nominal Scale) วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติการบริโภคที่มีต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป เป็นลักษณะข้อมูลอันตรภาค (Interval Scale) เป็นการวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) แล้วนำมาเสนอเป็นตารางประกอบความเรียง โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ที่เป็นค่าเฉลี่ยและการแปลความหมาย โดยอิงเกณฑ์ตามแนวคิดของ Likert (อ้างใน นิโบล นิมกัรรัตน์, 2543, หน้า 160) เกี่ยวกับการตัดสินใจดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50-5.00	หมายถึงมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50-4.49	หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ย	2.50-3.49	หมายถึงปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50-2.49	หมายถึงน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.49	หมายถึง น้อยที่สุด

3.4 การออกแบบเฟ้นชุดผ้าฝ้ายสำหรับชุมชน

เมื่อได้ข้อมูลผ่านการวิเคราะห์ในขั้นต้นแล้ว จึงได้ทำการออกแบบต้นแบบชุดผ้าฝ้ายและการประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบเฟ้นชุดผ้าฝ้ายเพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชน

3.4.1 ทำการวิเคราะห์การออกแบบ DESIGN ANALYSIS

3.4.2 IDEA SKETCH ภาพร่างแนวคิด ทำการร่างภาพจากแนวคิดที่สรุปมาจากข้อมูลบทสรุปสู่การออกแบบ

3.4.3 SKETCH DESIGN แบบร่าง ทำการกลั่นกรองเลือกแบบเพื่อให้ตรงกับบทสรุปมากที่สุด

3.4.4 TEST 1 การทดสอบครั้งที่ 1 เป็นการสร้างแบบทดสอบแบบภาพเพื่อใช้ประเมินผลการออกแบบ โดย TEAM APPROACH การเข้าถึงโดยการรวมกลุ่มความคิดทำการประยุก์กลั่นกรองแนวคิด และ INDIVIDUAL APPROACH การเข้าถึงด้วยตนเอง ประเมินผลด้วยตนเอง

3.4.5 DESIGN REFINEMENT การกลั่นกรองการออกแบบ คือ คัดเลือกจัดทำ สร้าง PATTREN สร้างแบบตัดแบบทดลองเพื่อหาปริมาตรในการใช้ผ้าและการตัดเย็บ

3.4.6 SKETCH DESIGN & PATTERN MAKING DETAILS การทำแบบร่างและแบบตัดเพื่อการตัดเย็บส่วนรายละเอียด ทำการร่างแบบเพื่อการวิเคราะห์แบบตัดให้ง่ายต่อการตัดเย็บ

3.4.7 DICISION GARMENT 20 ITEMS การตกลงใจในการออกแบบ 20 ชุดและทำการตัดเย็บตามแบบเพื่อการทดลองตลาด

3.5 จัดทำต้นแบบชุดแฟชั่น

ในขั้นตอนการจัดทำต้นแบบชุดแฟชั่นทั้ง 20 ต้นแบบ ได้จัดทำต้นแบบ PATTERN การทำแบบตัดเสื้อผ้า และคัดสรรวัตถุดิบผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ ที่ตรงตามแบบที่ได้วิเคราะห์สรุปตกลงใจในการออกแบบ เพื่อการตัดเย็บส่วนรายละเอียดต่างๆ และทำการตกแต่งอย่างประณีต

3.6 จัดทำต้นแบบ Collection Book Medias

3.6.1 ทำการวิเคราะห์การออกแบบ DESIGN ANALYSIS (Collection Book Medias)

3.6.2 IDEA SKETCH ภาพร่างแนวคิด ทำการร่างภาพจากแนวคิดที่สรุปมาจากข้อมูลบทสรุปสู่การออกแบบ Collection Book Medias

3.6.3 SKETCH DESIGN แบบร่าง Collection Book Medias ทำการกลั่นกรองเลือกแบบเพื่อให้ตรงกับบทสรุปมากที่สุด

3.6.4 DESIGN REFINEMENT การกลั่นกรองการออกแบบ Collection Book Medias

3.6.5 การตกลงใจในการออกแบบ Collection Book Medias

3.6.6 จัดทำต้นแบบ Collection Book Medias

3.7 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการสร้างแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม

ในการสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์กระบวนการทางการตลาดวิเคราะห์แนวโน้มการออกแบบแฟชั่นและความนิยมครั้งนี้ กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

3.7.1. แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสิ่งทอ อาจารย์ นักวิชาการและนักออกแบบ

-ผู้ประกอบการในการตอบแบบสัมภาษณ์หลังจากการออกแบบ 1 ฉบับ คือแบบสัมภาษณ์นักวิชาการ นักออกแบบ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องทัศนคติในการพัฒนาทางการตลาด การพัฒนากระบวนการทางการตลาดการออกแบบสื่อและการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

3.7.2 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว จ.เชียงใหม่ กลุ่มผู้บริโภค และนักออกแบบในการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 ฉบับ รวมทั้งสิ้น 100 คน คือโดยข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

-แบบสอบถามทัศนคติของผู้บริโภคในการพัฒนากระบวนการตลาดของนักท่องเที่ยวจำนวน 1 ครั้ง คือ สถานที่ศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 คน

แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติการบริโภคที่มีต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติการบริโภคที่มีต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปในด้านผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของการออกแบบสื่อ การสำรวจข้อมูลเบื้องต้นดังกล่าวทั้งข้อมูลปฐมภูมิ ได้ถูกรวบรวมและนำไปทำการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้ายเพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชนขึ้นตอนต่อไป

3.8 เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ต้นแบบแฟชัน

รวบรวมข้อมูลการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลต้นแบบแฟชัน ทั้งหมดที่ได้จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ 1 ฉบับ จำนวน 2 คน และแบบสอบถามจำนวน 100 คน มาทำการคัดแยกเฉพาะส่วนที่มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยการจัดระเบียบ แยกประเภทและหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ เชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ และการหาค่าเฉลี่ย ซึ่งมีขั้นตอนและวิธีการดังนี้

3.8.1. แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสิ่งทอ อาจารย์ นักวิชาการ และนักออกแบบ ผู้ประกอบการในการตอบแบบสัมภาษณ์ 1 ฉบับ คือ แบบสัมภาษณ์นักวิชาการ นักออกแบบ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องทัศนคติในการพัฒนาทางการตลาดการพัฒนากระบวนการทางการตลาด การออกแบบสื่อและการออกแบบภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 คน วิธีการวิเคราะห์บรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive) และการแจกแจงความถี่ (Frequency)

3.8.2 แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว จ.เชียงใหม่ กลุ่มผู้บริโภค และผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างตราสินค้า (Branding) นักออกแบบ ในการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 ฉบับ รวมทั้งสิ้น 100 คน คือ

- แบบสอบถามทัศนคติของผู้บริโภคในการออกแบบ สื่อเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และองค์กรจากการทดลองตลาดสินค้าของนพรัตน์สิ่งทอของนักท่องเที่ยว ณ ศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 100 คน

- การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มหนึ่ง คือนักท่องเที่ยว ผู้บริโภค และผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างตราสินค้า นักออกแบบ ที่เป็นกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ SPSS ซึ่งใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเป็นลักษณะข้อมูลนามบัญญัติ(Nominal Scale)วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติการบริโภคที่มีต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูป วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติการบริโภคที่มีต่อเสื้อผ้าพื้นเมืองสำเร็จรูปในด้าน ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของการออกแบบสื่อ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3.9 ทำการตลาดตลาดและสรุปผล

3.9.1 ทำการตลาดตลาดและสรุปผล จากผลของการทดลองตลาดโดยวิธีการทางแบบแฟชัน (Value of Marketing)

3.9.2 INFORMATION & EXHIBITION การกำหนดรูปแบบที่นำเสนอและนิทรรศการ จัดทำต้นแบบเพื่อทดลองตลาดโดยวิธีการทางการออกแบบแฟชัน

3.9.3 FASHION SHOW จัดการนำเสนอการแสดงผลในรูปแบบแฟชันโชว์ จำนวน 20 ชุด ต่อสาธารณชน ณ ศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า เชียงใหม่ แอร์พอร์ต

3.9.4 INTERVIEW & EXPRESSION TEST SUMMARY TREND IN LOCAL & TOURIST IN TREND SETTER สรุปข้อมูลเพื่อนำไปเป็นแนวโน้มความนิยมเพื่อสร้าง TRENDS นำผลสรุปจากการทดลองตลาดมาวิเคราะห์ และจัดทำผลิตภัณฑ์จริงในกระบวนการผลิตจากทัศนคติของผู้บริโภค

3.9.5 การจัดทำเอกสารและนำเสนอตัวอย่างผลงานประกอบการนำเสนอ โดยใช้สื่อรูปแบบที่นำเสนอโดยใช้สื่อเอกสารประชาสัมพันธ์ Collection Book ต้นแบบตามรูปแบบ 3 กลุ่ม รูปแบบ คือ กลุ่ม Lanna Style กลุ่มที่ Japanese Style และกลุ่มที่ Western Style

3.10 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์