

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ การประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดเพื่อนำมาใช้กับการออกแบบแฟชั่นชุดผ้าฝ้ายเพื่อจำหน่ายสำหรับผู้ประกอบการชุมชน

ผู้เขียน นายสืบสกุล ชื่นชม

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
อาจารย์ ดร.จิตรลดา บุรพรัตน์

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กระบวนการทางการตลาดโดยใช้กรณีศึกษาบริษัทนพรัตน์สิ่งทอ โดยหาแนวโน้มการออกแบบวัฒนธรรมความนิยม กลุ่มประชากรคือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสิ่งทอ อาจารย์ นักวิชาการ นักออกแบบ ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างตราสินค้า และกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงผู้บริโภคท้องถิ่น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่ากระบวนการวิเคราะห์กระบวนการตลาดโดยกำหนดหลักการ STP มาใช้ทดลองตลาด ประโยชน์ที่ได้คือสามารถทราบถึงกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเป็นเพศหญิงอายุ 15-25 ปี เป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม สินค้าที่ได้รับความนิยมมากเป็นพิเศษได้แก่ เสื้อเชิ้ตและเสื้อตัวหลวม การนำเอาหลักการ IMC บางส่วนมาช่วยสร้างให้กระบวนการ STP ทั้ง 3 ส่วนได้แก่ การทำกิจกรรมทางการตลาด การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการทำหนังสือเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ Collection Book Medias จากการศึกษาวัฒนธรรม และนำไปเปรียบเทียบกับแนวโน้มที่คาดว่าจะได้รับความนิยม นำมาออกแบบชุดแฟชั่น โดยอ้างอิงจากแนวโน้มความนิยม 3 รูปแบบ ได้แก่ สไตล์ล้านนา สไตล์ญี่ปุ่น สไตล์ตะวันตก จากนั้นนำมาทำสื่อเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ สื่อที่ได้ผลมากที่สุด สื่อกราฟิกเนื่องด้วยเห็นรายละเอียดของชุดมากที่สุด สื่อที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือดีต้นตา ตื่นใจมากที่สุดได้แก่ สื่อภาพเคลื่อนไหว

Independent Study Title Applied of Marketing Process Implementing to Cotton Fashion Merchandising Design for Local Entrepreneur

Author Mr. Suebsagul Chuenchom

Degree Master of Arts (Media Arts and Design)

Independent Study Advisor
Lect. Dr.Chitrlada Burapharat

ABSTRACT

This study was aimed to analyze the marketing process identifying the local trend of the popular culture through using a case study from Nopparat Textile Company. Marketing and design data were collected from various types of scholars, including textile expertise, lecturer, designer, entrepreneur, and brand expertise. Target customers are tourists and local consumers. Instruments used to collect data were interview guide and questionnaire. Descriptive statistics were analyzed including frequency, percent, mean, and standard deviation.

The findings revealed advantages of the marketing process analysis using STP method. It was clarified that the target group was female with age between 15 to 25 years old and the products interested were slim-fit and loose cloths. The cultural study showed the local color trend and when it was compared with the modern trend, the fashion designs were proposed: Lanna style, Japanese style, and Western style. Results from the media created for each fashion design revealed the Graphic media was the most trustworthy due to its salient of the details. Moreover, the most enthusiastic media was motion media. By applying Integrated Marketing Communication principles into STP method through event marketing, advertising, and collection book media could help designer better communicating to the target customers.