

55602711: สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ: ความเคลื่อนไหวแฟชั่น / กลยุทธ์ทางการตลาด / เสื้อผ้าแฟชั่น

ชมพูนุท เกี้ยวกิ่งแก้ว: ความสัมพันธ์ระหว่างการให้ความสำคัญกับความเคลื่อนไหวแฟชั่นและความพึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภค. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: อ.ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. 131 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความสำคัญกับความเคลื่อนไหวแฟชั่นและความพึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับผู้บริโภคสตรีที่เคยเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวและสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายสมมติฐานย่อยพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นโดยรวมไม่ต่างกัน และการให้ความสำคัญกับความเคลื่อนไหวแฟชั่นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในกลยุทธ์ทางการตลาดเสื้อผ้าแฟชั่นของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

55602711: MAJOR: ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD: FASHION TRENDS / MARKETING STRATEGIES / FASHION CLOTHING

CHOMPUNUCH KIEWKINGKAEW: CORRELATION BETWEEN FASHION TRENDS AND SATISFACTION IN FASHION MARKETING STRATEGIES OF CONSUMERS. THESIS ADVISOR: VIROJ JADESADALUG, Ph.D. 131 pp.

The objective of this research was to study the importance of fashion trends and satisfaction in fashion marketing strategies of consumers. The research tool is a Questionnaire to use with the sample consists of 400 female consumers who bought fashion clothing at Central World, Pathumwan, Bangkok. The Statistics used for data analysis are Percentage, Mean, Standard Deviation and The Hypothesis was tested with one-way ANOVA and Pearson correlation Coefficients.

The research result revealed that Consumers with different of demographic characteristics, including age, education, occupation and monthly income will be satisfaction in different of fashion marketing strategies. Consumers with different ages will be satisfaction in similar of fashion marketing strategies. And the importance of fashion trends is correlated with satisfaction in fashion marketing strategies of consumers in high level. The result can be beneficial to the planning of marketing strategies for your fashion-related business to increase the competitiveness of business. And can be responding to the satisfaction of the consumers appropriately and effectively.

---

Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature .....

Academic Year 2013

Thesis Advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาจากอาจารย์ ดร.วิโรจน์ เจริญลักษณ์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาคำแนะนำและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยในการศึกษาค้นคว้าข้อมูลครั้งนี้ ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถูกต้องและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.สุวรรณ ชรรมอภิล ที่กรุณาสละเวลาเป็นประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความรู้และข้อคิดเห็นทางด้านเนื้อหา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณชน วงศ์รัตน์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้แนวทางและคำแนะน้าอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ อาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต และอาจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและให้คำปรึกษาความรู้ทางด้านสถิติกับผู้วิจัย ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการประกอบทุกท่าน ที่ให้ความรู้ให้คำแนะนำและประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสารและวิทยานิพนธ์ทุกเล่ม ที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอบคุณเพื่อนๆชาวประกอบการทุกคนที่ให้คำแนะนำและกำลังใจตลอดมา

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมนุชาแต่พระคุณบิดามารดา ครูอาจารย์ ที่อบรมสั่งสอนแนะนำให้การสนับสนุนและกำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา