

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 กรอบการศึกษา	4
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural industry)	6
2.2 สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing communication)	9
2.3 แฟชั่นปรัชญาและแฟชั่นธุรกิจ (Fashion A philosophy & Fashion Business)	19
2.4 แฟชั่นวินเทจ (Vintage Fashion)	24
2.5 วัฒนธรรมนิยม (Pop Culture) และ การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (Consumption of Sign)	33
2.6 แนวคิดเรื่อง สัญลักษณ์วิทยา (Semiology)	41
2.7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	48
3.1 กลุ่มตัวอย่าง	48
3.2 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	49
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	49
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	51

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	52
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	53
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	54
4.1 การสัมภาษณ์บุคลากรผู้ดำรงตำแหน่ง การขายและบริหารการตลาด (Merchandising & Marketing Executive) แบรินด์ สกา ลอนดอน (Shaka London)	55
4.1.1 ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการดีไซน์และออกแบบเสื้อผ้า แนววินเทจเพื่อที่จะศึกษาถึงรูปแบบของเสื้อผ้าสไตล์วินเทจ	55
4.1.2 ผลจากการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับ สื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ของแฟชั่นเสื้อผ้า	58
4.2 แบบสัมภาษณ์ผู้ค้าออนไลน์	61
4.3 แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18-35 ปี	69
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	109
5.1 สรุปผลการศึกษา	109
5.2 อภิปรายผลและข้อค้นพบ	115
5.3 ข้อเสนอแนะ	122
บรรณานุกรม	125
ภาคผนวก	130
ภาคผนวก ก แบบสอบถามและคำถามเพื่อสัมภาษณ์	131
ภาคผนวก ข ประวัติผู้ให้สัมภาษณ์	137
ภาคผนวก ค การนำเสนอสื่อผลงานศิลปะ	138
ประวัติผู้เขียน	141

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	70
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	70
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุและเพศ	71
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	72
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพและเพศ	72
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับรายได้ (รายได้ประจำและรายได้เสริม) เฉลี่ยต่อเดือน	73
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ (รายได้ประจำและรายได้เสริม)และเพศ	74
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความรู้ความเข้าใจสินค้าที่เป็นแฟชั่นวินเทจ	75
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สินค้าแฟชั่นตามความเข้าใจและเพศ	76
4.10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สินค้าวินเทจที่รู้จัก	78
4.11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สินค้าแฟชั่นวินเทจที่รู้จัก และเพศ	78
4.12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความเข้าใจต่อความหมายสินค้าแฟชั่นวินเทจ	80
4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตามความเข้าใจต่อ ความหมายสินค้าแฟชั่นวินเทจและเพศ	81
4.14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความคิดเห็นของประ โยคที่ว่า “แฟชั่นวินเทจเป็นแฟชั่นที่นิยมมากในปัจจุบัน”	82
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น ของประ โยคที่ว่า “แฟชั่นวินเทจเป็นแฟชั่นที่นิยมมากในปัจจุบัน” และเพศ	84
4.16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความชื่นชอบ ในแฟชั่นวินเทจ	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับความชื่นชอบ ในแฟชั่นวินเทจ และเพศ	86
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สาเหตุความชอบ ในสินค้าแฟชั่นวินเทจ	87
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม และสาเหตุความชอบ ในสินค้าแฟชั่นวินเทจและเพศ	88
4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ลักษณะเด่นของแฟชั่นวินเทจที่เคยพบเห็น	89
4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะเด่นของแฟชั่น วินเทจที่เคยพบเห็นและเพศ	90
4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สื่อออนไลน์ที่ใช้	91
4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อออนไลน์ที่ใช้ และเพศ	92
4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เครื่องมือที่ใช้ ในการเข้าสู่ระบบออนไลน์	93
4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ ในการเข้าสู่ระบบออนไลน์และเพศ	93
4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความถี่ในการเข้าใช้ สื่อออนไลน์ (Social Media)	95
4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเข้าใช้ สื่อออนไลน์ (Social Media) และเพศ	96
4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เหตุผลในการใช้ สื่อออนไลน์ (Social Media)	97
4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก และเหตุผลในการใช้ สื่อออนไลน์ (Social Media) และเพศ	98
4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แหล่งที่ศึกษา หรือเคยพบเห็นรูปแบบเสื้อผ้าประเภทวินเทจ	99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ศึกษาหรือ เคยพบเห็นรูปแบบเสื้อผ้าประเภทวินเทจ และเพศ	100
4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น ต่อประโยคที่ว่า “แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแฟชั่นวินเทจที่ดีที่สุดคือการหาจากสื่อ สังคมออนไลน์”	101
4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็น ต่อประโยคที่ว่า “แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแฟชั่นวินเทจที่ดีที่สุด คือการหาจากสื่อ สังคมออนไลน์” และเพศ	102
4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งเลือกซื้อเสื้อผ้า ประเภทวินเทจ	103
4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งเลือกซื้อเสื้อผ้า ประเภทวินเทจ และเพศ	104
4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้ความเข้าใจที่มีต่อแฟชั่นวินเทจของผู้ตอบ แบบสอบถามจำแนกตามระดับความคิดเห็น	105
4.37 แสดงจำนวนของความรู้ความเข้าใจที่มีต่อแฟชั่นวินเทจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วย	108

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
2.1	แสดงรูปแบบ โครงสร้าง องค์ประกอบ ของแฟชั่นสไตล์วินเทจ (Vintage) ยุค 1920-1929	27
2.2	แสดงรูปแบบ โครงสร้าง องค์ประกอบ ของแฟชั่นสไตล์วินเทจ (Vintage) ยุค 1930-1939	28
2.3	แสดงรูปแบบ โครงสร้าง องค์ประกอบ ของแฟชั่นสไตล์วินเทจ (Vintage) ยุค 1940-1949	29
2.4	แสดงรูปแบบ โครงสร้าง องค์ประกอบ ของแฟชั่นสไตล์วินเทจ (Vintage) ยุค 1950-1959	29
2.5	แสดงรูปแบบ โครงสร้าง องค์ประกอบ ของแฟชั่นสไตล์วินเทจ (Vintage) ยุค 1960-1969	30
2.6	แสดงรูปแบบ โครงสร้าง องค์ประกอบ ของแฟชั่นสไตล์วินเทจ (Vintage) ยุค 1970-1979	31