

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
ขอบเขตประชากร	12
จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	12
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
ระยะเวลาในการศึกษา	14

บทที่ 4	ผลการศึกษา	15
	ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
	ส่วนที่2 พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า	44
	ส่วนที่3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า	89
	ส่วนที่4 ปัญหาและอุปสรรค ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า	129
	ส่วนที่5 ลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อ	130
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และ ข้อเสนอแนะ	154
	สรุปผลการศึกษา	155
	การอภิปรายผล	162
	ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา	164
	ข้อเสนอแนะ	165
บรรณานุกรม		169
ภาคผนวก		170
ประวัติผู้เขียน		184

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มทาง ภูมิศาสตร์	18
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการมาประเทศไทย	20
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจัดการ การท่องเที่ยว	21
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่ เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	22
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันที่ อยู่ในประเทศไทย	23
9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงิน งบประมาณที่ใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า	23
10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ ในการมาประเทศไทย และอายุ	24
11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจัดการ การท่องเที่ยว และอายุ	26
12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่มา ท่องเที่ยวในประเทศไทย และอายุ	28
13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันที่อยู่ ในประเทศไทย และอายุ	30
14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนจำนวนเงิน ที่ใช้จ่ายในการซื้อสินค้า และอายุ	32
15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ใน การมาประเทศไทย และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	34

16	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการจัดการ การท่องเที่ยว และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	36
17	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่มา ท่องเที่ยวในประเทศไทย และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	38
18	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันที่อยู่ ในประเทศไทย และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	40
19	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนจำนวนเงิน ที่ใช้จ่ายในการซื้อสินค้า และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	42
20	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้ รู้จักตลาดไนท์บาร์ซาร์	44
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์ประเภท ผ้าที่ต้องการซื้อจากตลาดไนท์บาร์ซาร์	45
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่จะซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าไปฝาก	46
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบราคา ที่ขอสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า	47
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่ทำจากผ้าที่ต้องการซื้อ	48
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณที่สนใจ จะเดินชมผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าในตลาดไนท์บาร์ซาร์	49
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อ รูปแบบการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าในร้าน	50
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ที่เห็นว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า	51
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการนำ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้ากลับบ้าน	52
29	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูล ที่ทำให้รู้จักตลาดไนท์บาร์ซาร์ และอายุ	53
30	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์ จากผ้าซึ่งต้องการซื้อจากตลาดไนท์บาร์ซาร์ และอายุ	55

31	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อผลิตภัณฑ์ให้ และอายุ	57
32	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบราคา ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าที่ต้องการซื้อ และอายุ	59
33	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าที่ต้องการซื้อ และอายุ	61
34	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริเวณที่สนใจ จะเดินชมผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า และอายุ	63
35	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบที่เห็นว่าเหมาะสมสำหรับการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ในร้าน และอายุ	65
36	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ และอายุ	67
37	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการนำผลิตภัณฑ์ประเภทที่ทำจากผ้ากลับบ้าน และอายุ	69
38	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ให้ผู้รู้จักตลาดไนท์บาร์ซาร์ และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	71
39	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าซึ่งต้องการซื้อจากตลาดไนท์บาร์ซาร์ และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	73
40	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อผลิตภัณฑ์ให้ และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	75
41	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบราคา ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าที่ต้องการซื้อ และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	77
42	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าที่ต้องการซื้อ และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	79
43	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกจำแนกตามบริเวณที่สนใจจะเดินชมผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	81
44	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบที่เห็นว่าเหมาะสมสำหรับการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ในร้าน และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	83
45	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ และกลุ่มทางภูมิศาสตร์	85

- 46 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการนำ
ผลิตภัณฑ์ประเภทที่ทำจากผ้าก๊อปปี้ และกลุ่มทางภูมิศาสตร์ 87
- 47 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลค่า และอันดับการให้ความสำคัญของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ทำ
จากผ้า 89
- 48 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลค่าการให้ความสำคัญของผู้ตอบ
แบบสอบถาม ต่อปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่จำหน่าย 91
- 49 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลค่าการให้ความสำคัญของผู้ตอบ
แบบสอบถาม ต่อปัจจัยทางการตลาดด้านราคาของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า 92
- 50 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลค่าการให้ความสำคัญของผู้ตอบ
แบบสอบถาม ต่อปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการ
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า 93
- 51 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลค่าการให้ความสำคัญของผู้ตอบ
แบบสอบถามต่อปัจจัยทางการตลาดด้านการตกแต่งสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
ที่ทำจากผ้า 94
- 52 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลค่าการให้ความสำคัญของผู้ตอบ
แบบสอบถามต่อปัจจัยทางการตลาดด้านการให้บริการลูกค้า ที่มีผลต่อการเลือก
ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า 95
- 53 สรุป-ค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และอันดับ ของปัจจัยทางการตลาดค้าปลีก
ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าในตลาดไนท์บาซาร์ 97
- 54 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าใน
ตลาดไนท์บาซาร์ จำแนกตามอายุ 98
- 55 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่จำหน่าย
ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าในตลาด
ไนท์บาซาร์ จำแนกตามอายุ 101
- 56 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบ
แบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าในตลาดไนท์บาซาร์
จำแนกตามอายุ 104

- 57 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจาก
ผ้าในตลาดในท์บাজার จำแนกตามอายุ 106
- 58 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตกแต่ง
สถานที่จำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่
ทำจากผ้าในตลาดในท์บাজার จำแนกตามอายุ 108
- 59 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการ
ลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าใน
ตลาดในท์บাজার จำแนกตามอายุ 110
- 60 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าในตลาด
ในท์บাজার จำแนกตามกลุ่มทางภูมิศาสตร์ 113
- 61 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่
จำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้า
ในตลาดในท์บাজার จำแนกตามกลุ่มทางภูมิศาสตร์ 116
- 62 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาของผู้
ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าในตลาด
ในท์บাজার จำแนกตามกลุ่มทางภูมิศาสตร์ 119
- 63 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำ
จากผ้าในตลาดในท์บাজার จำแนกตามกลุ่มทางภูมิศาสตร์ 121
- 64 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการตกแต่ง
สถานที่จำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำ
จากผ้าในตลาดในท์บাজার จำแนกตามกลุ่มทางภูมิศาสตร์ 124
- 65 แสดงค่าเฉลี่ย และการแปลค่า การให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการให้บริการ
ลูกค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าใน
ตลาดในท์บাজার จำแนกตามกลุ่มทางภูมิศาสตร์ 126
- 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบ สอบถาม จำแนกตามปัญหาและ
อุปสรรคในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าจากตลาดในท์บাজার 129

82	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตลาดขายผ้า สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอน ที่ต้องการซื้อ	145
83	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของ เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอน ที่ต้องการซื้อ	146
84	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาต่อชิ้น สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอน ที่ต้องการซื้อ	147
85	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าพันคอ และเนคไทที่ต้องการซื้อ	148
86	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสีของผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าพันคอ และเนคไทที่ต้องการซื้อ	149
87	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มสีของผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าพันคอ และเนคไทที่ต้องการซื้อ	150
88	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตลาดขายผ้า สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าพันคอ และเนคไทที่ต้องการซื้อ	151
89	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของ เนื้อผ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าพันคอ และเนคไทที่ต้องการซื้อ	152
90	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาต่อชิ้น สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าพันคอ และเนคไทที่ต้องการซื้อ	153

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

1 แผนภาพแสดง รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ

6



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved