

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และ ทบทวนวรรณกรรม	5
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	7
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	12
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	12
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	22
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัญหา ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	29
ส่วนที่ 4 ข้อมูลพฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของนักท่องเที่ยวชาวไทย	34
จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	

บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	91
	สรุปผลการศึกษา	91
	อภิปรายผลการศึกษา	100
	ข้อค้นพบ	102
	ข้อเสนอแนะ	103
บรรณานุกรม		107
ภาคผนวก		108
	แบบสอบถาม	109
ประวัติผู้เขียน		116



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	16
2	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	16
3	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส	17
4	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	17
5	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	18
6	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	18
7	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามจังหวัดของนักท่องเที่ยว	19
8	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามภูมิภาค	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว	21
10	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับข่าวสาร	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อในตำบลนาข่า	22
12	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม	22
13	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ซื้อ	23
14	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของผ้าไหมที่นิยมซื้อ	23
15	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามลายของผ้าไหม	24
16	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่เลือกซื้อ	24
17	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้ง โดยเฉลี่ยที่ซื้อ	25
18	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามงบประมาณในการซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมแต่ละครั้ง	25
19	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม	26
20	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามคุณค่าที่ได้รับจากการ ใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม	26

21	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามโอกาสในการสวมใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม	27
22	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมในตำบลนาข่า	27
23	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จากตำบลนาข่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย	29
24	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจากตำบลนาข่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย	30
25	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ของปัจจัยทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จากตำบลนาข่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย	31
26	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จากตำบลนาข่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย	32
27	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาที่พบในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จากตำบลนาข่าของนักท่องเที่ยวชาวไทย	33
28	แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่างเกี่ยวกับประเภทผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม ที่ซื้อในตำบลนาข่า จำแนกตามเพศ	34
29	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามเพศ	35
30	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามเพศ	36
31	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับประเภทของผ้าไหมที่นิยมซื้อ จำแนกตามเพศ	37
32	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับลายของผ้าไหมจำแนกตามเพศ	37
33	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามเพศ	38
34	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามเพศ	39

35	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับงบประมาณในการซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามเพศ	40
36	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามเพศ	41
37	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามเพศ	42
38	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับโอกาสในการสวมใส่หรือใช้ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามเพศ	43
39	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่าย ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามเพศ	44
40	แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามอายุ	45
41	แสดงจำนวนและร้อยละ ของความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผ้าไหม จำแนกตามอายุ	46
42	แสดงจำนวนและร้อยละ ของวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของผ้าไหม จำแนกตามอายุ	47
43	แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทของผ้าไหมที่นิยมซื้อ จำแนกตามอายุ	48
44	แสดงจำนวนและร้อยละ ของลายของผ้าไหมจำแนกตามอายุ	49
45	แสดงจำนวนและร้อยละ ของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผ้าไหม จำแนกตามอายุ	50
46	แสดงจำนวนและร้อยละ ของจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของผ้าไหม จำแนกตามอายุ	51
47	แสดงจำนวนและร้อยละ ของงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามอายุ	52
48	แสดงจำนวนและร้อยละ ของบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามอายุ	53

49	แสดงจำนวนและร้อยละ ของคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามอายุ	54
50	แสดงจำนวนและร้อยละ ของโอกาสในการสวมใส่หรือใช้ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามอายุ	55
51	แสดงจำนวนและร้อยละ ของการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่าย ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามอายุ	56
52	แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	57
53	แสดงจำนวนและร้อยละ ของความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	58
54	แสดงจำนวนและร้อยละ ของวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	59
55	แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทของผ้าไหมที่นิยมซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา	60
56	แสดงจำนวนและร้อยละ ของลายของผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	61
57	แสดงจำนวนและร้อยละ ของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	62
58	แสดงจำนวนและร้อยละ ของจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	63
59	แสดงจำนวนและร้อยละ ของงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม แต่ละครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา	64
60	แสดงจำนวนและร้อยละ ของบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จากผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	65
61	แสดงจำนวนและร้อยละ ของคุณค่าที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	66
62	แสดงจำนวนและร้อยละ ของโอกาสในการสวมใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	67

63	แสดงจำนวนและร้อยละ ของการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามระดับการศึกษา	68
64	แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
65	แสดงจำนวนและร้อยละ ของความสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
66	แสดงจำนวนและร้อยละ ของวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
67	แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทของผ้าไหมที่นิยมซื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	72
68	แสดงจำนวนและร้อยละ ของลายของผ้าไหมจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	73
69	แสดงจำนวนและร้อยละ ของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
70	แสดงจำนวนและร้อยละ ของจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่ซื้อผลิตภัณฑ์ จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	75
71	แสดงจำนวนและร้อยละ ของงบประมาณการซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
72	แสดงจำนวนและร้อยละ ของบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	77
73	แสดงจำนวนและร้อยละ ของคุณค่าที่ได้รับจากใช้ผลิตภัณฑ์ จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
74	แสดงจำนวนและร้อยละ ของโอกาสในการสวมใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	79
75	แสดงจำนวนและร้อยละ ของการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากผ้าไหม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
76	แสดงจำนวนและร้อยละ ของประเภทผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมที่กลุ่มตัวอย่างซื้อใน ตำบลนาข่า จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	81

77	แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	82
78	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	83
79	แสดงจำนวนและร้อยละ ของตัวอย่างประเภทของผ้าไหมที่นิยมซื้อ จำแนก ตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	84
80	แสดงจำนวนและร้อยละ ของลายผ้าไหมที่นิยมซื้อ จำแนกตามภูมิภาคของ นักท่องเที่ยว	85
81	แสดงจำนวนและร้อยละ ของเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	86
82	แสดงจำนวนและร้อยละ ของจำนวนครั้งโดยเฉลี่ยในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	87
83	แสดงจำนวนและร้อยละ ของงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	88
84	แสดงจำนวนและร้อยละ ของการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	89
85	แสดงจำนวนและร้อยละ ของลักษณะการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาคของนักท่องเที่ยว	90