

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	น
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	
1) ทฤษฎีอุปสงค์	7
2) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	9
3) ทฤษฎีอรรถประโยชน์	18
4) แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า	18
5) แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	19
2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง	
1) เอกสารที่เกี่ยวข้อง	24
2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา	31
3.2	วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล	31
3.3	วิธีการศึกษาวิจัย	33
บทที่ 4	ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ	38
4.2	พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ	43
4.3	การวิเคราะห์และทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ	49
4.4	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ	59
4.5	ระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ	66
บทที่ 5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	69
5.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	70
5.3	ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป	70
	เอกสารอ้างอิง	71
	ภาคผนวก	73
	ประวัติผู้เขียน	81

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 รายได้ต่อปีของศูนย์หัตถกรรมบ้านคอนหลวง	3
4.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามเพศ	39
4.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามอายุ	39
4.3 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามสถานภาพ	40
4.4 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามระดับการศึกษา	41
4.5 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพ	42
4.6 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	42
4.7 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ	44
4.8 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ซื้อ	44
4.9 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อ	45
4.10 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามความถี่ในการซื้อ	46
4.11 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามช่วงเวลาในการซื้อ	47
4.12 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามแหล่งข้อมูลในการซื้อ	47
4.13 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อจำแนกตามการตัดสินใจซื้อ	48
4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ซื้อกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ	49
4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ซื้อกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ	50
4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ซื้อกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ	51
4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ซื้อกับความถี่ในการซื้อต่อปี	52
4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ซื้อกับช่วงเวลาในการซื้อ	53
4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ซื้อกับแหล่งข้อมูลในการซื้อ	54
4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ซื้อกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ	55
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ซื้อกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ	56
4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับชนิดผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ	57
4.23 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับค่าใช้จ่ายในการซื้อ	58
4.24 อันดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ	59

4.25	ระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	60
4.26	ระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยด้านการบรรจุจำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	61
4.27	ระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาจำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	61
4.28	ระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายจำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	62
4.29	ระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์จำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	63
4.30	ระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายจำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	64
4.31	ระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยด้านการบริการจำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	65
4.32	ระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยด้านฤดูกาลจำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	65
4.33	ระดับความมีอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	66
4.34	ระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มของผู้ซื้อ	67



สารบัญภาพ

รูป		หน้า
2.1	ส่วนประสมทางการตลาด	23
2.2	ป้ายทางเข้าหมู่บ้านคอนหลง	26
2.3	ศูนย์หัตถกรรมการทอผ้าพื้นบ้าน	27
2.4	ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของหมู่บ้านคอนหลง	27



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved