

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ก
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบัญตาราง		ฎ
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
	2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี	4
	2.1.1 กฎของอุปสงค์	4
	2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค	5
	2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการวิจัย	11
	3.1 ขอบเขตของการวิจัย	11
	3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย	11
	3.2.1 แหล่งข้อมูล	11
	3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	11
	3.2.3 กลุ่มตัวอย่างการวิจัยและการสุ่มตัวอย่าง	12
	3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
บทที่ 4	ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค	14
	4.1 ประเภทของผู้บริโภค	14
	4.2 เพศของผู้ให้สัมภาษณ์	14
	4.3 อายุของผู้ให้สัมภาษณ์	15
	4.4 สถานภาพการสมรสของผู้ให้สัมภาษณ์	15

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 ระดับการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์	16
4.6 อาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์	16
4.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ให้สัมภาษณ์	17
4.8 เพศและประเภทของผู้บริโภค	17
4.9 อายุและประเภทของผู้บริโภค	18
4.10 สถานภาพการสมรสและประเภทของผู้บริโภค	19
4.11 ระดับการศึกษาสูงสุดในปัจจุบันและประเภทของผู้บริโภค	20
4.12 อาชีพและประเภทของผู้บริโภค	21
4.13 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและประเภทของผู้บริโภค	22
4.14 สัญชาติของผู้บริโภค	23
บทที่ 5 พฤติกรรมการซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง ของผู้บริโภค	24
5.1 วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภค	24
5.2 ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภค	25
5.3 งบประมาณการซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภค	26
5.4 แหล่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	27
บทที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูป ทำจากผ้าฝ้ายจอมทองกับปัจจัยต่าง ๆ	28
6.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	29
6.2 ปัจจัยด้านราคา	30
6.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	30
6.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	31
6.5 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามอาชีพ	32
6.6 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามอาชีพ	33
6.7 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพ	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.8 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพ	35
6.9 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้	36
6.10 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้	37
6.11 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้	38
6.12 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้	39
6.13 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ของลูกค้าส่ง	40
6.14 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อจำแนกตามรายได้ ของลูกค้าส่ง	41
6.15 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ของลูกค้าส่ง	41
6.16 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ของลูกค้าส่ง	42
บทที่ 7 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	43
7.1 ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค	43
7.1.1 ประเภทผู้บริโภค	43
7.1.2 เพศ	43
7.1.3 อายุ	44
7.1.4 ระดับการศึกษา	44
7.1.5 อาชีพ	44
7.1.6 ระดับรายได้	44
7.1.7 สัญชาติของผู้บริโภค	45

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7.2 การซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง	45
7.2.1 วัตถุประสงค์ของการซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูป ทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง	45
7.2.2 ปริมาณการซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจาก ผ้าฝ้ายจอมทอง	46
7.2.3 เงื่อนไขการซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูป ทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง	46
7.2.4 แหล่งที่ผู้บริโภครซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูป ทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง	46
7.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	47
7.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	47
7.3.2 ปัจจัยด้านราคา	47
7.3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	48
7.3.4 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	48
7.4 ข้อเสนอแนะ	49
7.4.1 ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค	49
7.4.2 ลักษณะการบริโภคเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูป ทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง	49
7.4.3 ปัจจัยอื่นๆ	50
7.4.4 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	50
บรรณานุกรม	51
ภาคผนวก	52
ผ้าและการแต่งการของชาวล้านนา	53
แบบสอบถาม	60
ประวัติผู้เขียน	63

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของผู้บริโภค	14
2	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	14
3	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	15
4	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส	15
5	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ในปัจจุบัน	16
6	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	16
7	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
8	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศและประเภทของ ผู้บริโภค	17
9	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุและประเภทของ ผู้บริโภค	18
10	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส และประเภทของผู้บริโภค	19
11	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ในปัจจุบันและประเภทของผู้บริโภค	20
12	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพและประเภทของ ผู้บริโภค	21
13	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทของผู้บริโภค	22
14	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสัญชาติและประเภทของ ผู้บริโภค	23
15	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเลือก ซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทอง และประเภทผู้บริโภค	24
16	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปริมาณการเลือกซื้อ เครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง	25

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
17	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามงบประมาณในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองในแต่ละครั้ง	26
18	แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแหล่งในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองของผู้บริโภค ที่คิดจะไปซื้อเป็นอันดับแรก และประเภทผู้บริโภค	27
19	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามผู้บริโภค	29
20	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามประเภทผู้บริโภค	30
21	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามประเภทผู้บริโภค	30
22	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามประเภทผู้บริโภค	31
23	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามอาชีพ	32
24	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามอาชีพ	33
25	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามอาชีพ	34
26	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามอาชีพ	35
27	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้	36
28	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้	38
30	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้	39
31	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้	40
32	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้	41
33	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้	41
34	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปทำจากผ้าฝ้ายจอมทองจำแนกตามรายได้	42