

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	10
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	11
1.4 ขอบเขตการศึกษา	11
1.5 นิยามศัพท์	11
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
1) ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)	12
2) ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	16
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 กรอบแนวคิด	22
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	24
3.2 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.3 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	27

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	30
4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรีใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	33
4.3 พฤติกรรมการซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่	49
4.4 ความพึงพอใจในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่	57
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	74
5.2 ข้อเสนอแนะ	
5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	75
5.2.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	77
เอกสารอ้างอิง	78
ภาคผนวก	80
ประวัติผู้เขียน	89

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 โครงสร้างการจ้างงานภาคอุตสาหกรรมการผลิตระหว่างเดือนเมษายน-มิถุนายน ปี 2549	2
1.2 สินค้าที่ส่งออกสำคัญ 20 รายการแรกของประเทศไทย	3
1.3 ร้อยละของอัตราการขยายตัวมูลค่าส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย	4
1.4 ประเภทการนำเข้าสินค้าสิ่งทอของไทยปี 2546 - 2550	5
1.5 ร้อยละของอัตราการขยายตัวมูลค่าการนำเข้าสินค้าสิ่งทอของไทย	6
1.6 อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดเชียงใหม่ (GPP)	8
1.7 การใช้พลังงานตลอดอายุการใช้งานของผ้า	10
4.1 อายุของกลุ่มตัวอย่าง	30
4.2 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	32
4.6 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัย ทั้ง 5 ด้านที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี	33
4.7 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามอายุ	36
4.8 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	37
4.9 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามอายุ	39
4.10 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40

4.11	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัด จำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามอายุ	42
4.12	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัด จำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	43
4.13	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามอายุ	45
4.14	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
4.15	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตาม อายุ	48
4.16	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	49
4.17	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปสตรีทำจากผ้าฝ้าย	50
4.18	จำนวนและร้อยละของเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปสตรีทำจากผ้าฝ้ายที่เคยซื้อ	50
4.19	จำนวนและร้อยละของประเภทสีของผ้าฝ้ายที่นำมาทำเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปสตรี	51
4.20	จำนวนและร้อยละของลักษณะของเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปสตรีทำจากผ้าฝ้าย	52
4.21	จำนวนและร้อยละของสถานที่จำหน่ายเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปสตรีทำจากผ้าฝ้าย	53
4.22	จำนวนและร้อยละของความถี่ของการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปสตรีทำจาก ผ้าฝ้าย	53
4.23	จำนวนและร้อยละของความถี่ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเลือกซื้อเครื่องนุ่งห่ม สำเร็จรูปสตรีทำจากผ้าฝ้าย	54
4.24	จำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ	55
4.25	จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเครื่องนุ่งห่มสำเร็จรูปสตรีทำจากผ้า ฝ้าย	56

4.26 จำนวนและร้อยละของความเข้าใจในเรื่องการสวมใส่เครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าฝ้ายและการลดภาวะโลกร้อน	57
4.27 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัย ทั้ง 5 ด้านที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี	58
4.28 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามอายุ	60
4.29 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
4.30 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านราคาในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามอายุ	63
4.31 ระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านราคาในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	64
4.32 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามอายุ	66
4.33 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	67
4.34 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามอายุ	69
4.35 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	70
4.36 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามอายุ	72
4.37 ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมในการเลือกใช้เครื่องนุ่งห่มผ้าฝ้ายสำหรับสตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	73

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 มูลค่าการบริโภคเครื่องนุ่งห่มภายในประเทศและอัตราการเติบโต ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2558	6
3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved