

## สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
ABSTRACT .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญแผนภาพ .....	ญ
สารบัญตารางภาคผนวก .....	ฎ
<b>บทที่ 1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ภูมิหลัง .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	5
สมมติฐานการวิจัย .....	6
ขอบเขตการวิจัย .....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	8
<b>บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>9</b>
บริบทการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม .....	9
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	40
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	46
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา .....</b>	<b>47</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	47
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	51
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	51

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	55
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	55
ลำดับชั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	55
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	70
สรุปผลการวิจัย .....	70
อภิปรายผล .....	73
ข้อเสนอแนะ .....	75
บรรณานุกรม .....	76
ภาคผนวก .....	83
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย .....	84
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของเครื่องมือ .....	90
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ .....	93
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยการหาค่าอำนาจจำแนก .....	96
ประวัติผู้วิจัย .....	99

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนหน่วยตัวอย่างในแต่ละกลุ่มย่อย จำแนกตามระดับการศึกษา และอาชีพ .... 48
2	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ..... 56
3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและจำแนกเป็น รายด้าน..... 58
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ ..... 59
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา..... 60
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย..... 61
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่ม ผ้าไหมมัดหมี่อำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด ..... 62
8	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามระดับการศึกษา ..... 63
9	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโอท็อปกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่อำเภอ นาเชือก จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามอาชีพ ..... 64

10	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ย ด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกัน .....	65
11	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ย ด้านราคา ของกลุ่มที่มีอาชีพ แตกต่างกัน .....	66
12	ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเป็นรายคู่ของค่าเฉลี่ย ด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกัน .....	67
13	จำนวนข้อเสนอแนะของผู้บริโภคเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากระบวนการ ทางการตลาดสินค้าไอทีของกลุ่มผ้าไหมหมัดหมี่ อำเภอนาเชือก จังหวัด มหาสารคาม .....	68

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1	ขั้นตอนการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ..... 21
2	กระบวนการตลาด ..... 23
3	องค์ประกอบของการตลาด ..... 25
4	รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ..... 37
5	กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 46

## สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่	หน้า
1 ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างข้อกำหนดกับวัตถุประสงค์ (IOC) .....	91
2 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ .....	94
3 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเป็นรายชื่อ โดยการหาค่าอำนาจจำแนก .....	97