สารบัญ

หัวเรื่อง **หน้า**

บทคัดย่อ ..... ค
ABSTRACT ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ช
สารบัญ ..... ซ
สารบัญตาราง ..... ญ
สารบัญแผนภาพ ..... ฐ
บทที่ 1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์การวิจัย 4
สมมติฐานการวิจัย 4
ขอบเขตการวิจัย 5
นิยามศัพท์เฉพาะ 7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 9
แนวความคิดทางการตลาด 10
พฤติกรรมผู้บริโภค 19
บริบทจังหวัดมหาสารคาม 48
ประวัติความเป็นมาของผ้าไหม. 53
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 55
กรอบแนวคิดในการวิจัย 60
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา 62
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 62
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 64
การเก็บรวบรวมข้อมูล 65
การวิเคราะห์ข้อมูล 66
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 67

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หัวเรื่อง **หน้า**

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 72
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล. 72
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 73
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 90
สรุปผลการวิจัย 91
อภิปรายผล 94
ข้อเสนอแนะ 96
บรรณานุกรม 98
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย 106
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของเครื่องมือ 113
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ 116
ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยการหาค่าอำนาจจำแนก 119
ภาคผนวก จ หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ 121
ประวัติผู้วิจัย 125

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตาราง

หัวเรื่อง **หน้า**

1 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไป
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 73
2 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไป
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 74
3 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไป
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ 74
4 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไป
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนโดยประมาณ 75
5 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไป
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา 75
6 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ
ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไหมทอมือ
ลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภคใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน 76
7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์
ไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภคใน เขตอำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคามด้านผลิตภัณฑ์ 77
8 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไหมทอมือลาย
สร้อยดอกหมากของผู้บริโภคใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามด้านราคา ... 78
9 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงแบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไหมทอมือ
ลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภคใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
จำแนกตามด้านช่องทางการจัดหน่าย..... 79

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หัวเรื่อง **หน้า**

10 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงแบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของผู้บริโภคใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามด้านการส่งเสริมการตลาด 80

11 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประผสม ทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินในเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลาย สร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีเพศแตกต่างกัน 81

12 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อยดอกหมากของ ผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอายุต่างกัน..... 82

13 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นของ ผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือลายสร้อย ดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามสถานภาพอายุ ด้านราคาเป็นรายคู่..... 87

14 การเปรียบเทียบความคิดเห็น ของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผู้ไหมทอมือ ลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ที่มีอาชีพต่างกัน 84

15 การเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยเป็น รายคู่ ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคาเป็นรายคู่ 58

16 การเปรียบเทียบ ความคิดเห็น ของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคา..... 86

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

หัวเรื่อง **หน้า**

17 การเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
ทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ที่มีรายได้ต่อเดือนโดยประมาณต่าง ๆ ด้านผลิตภัณฑ์เป็นรายคู่ 86
18 การเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
ทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม
ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน..... 87
19 การแสดงสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบ ค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ความคิดเห็นของผู้บริโภค
เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสาทางการตลาด ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
ทอมือลายสร้อยดอกหมาก ของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นรายคู่..... 88

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญแผนภาพ

หัวเรื่อง **หน้า**

1 กระบวนการตลาด 13
2 องค์ประกอบการตลาด..... 14
3 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ..... 26
4 กรอบแนวความคิดการวิจัย..... 61

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY