

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ประวัติความเป็นมาของผ้าไหม	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
กรอบแนวคิดในการวิจัย	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	43
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45
การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	47

หัวข้อ	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	52
ลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล	52
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
วัตถุประสงค์การวิจัย	67
สมมติฐานการวิจัย	67
วิธีการดำเนินการวิจัย	68
สรุปผลการศึกษา	69
อภิปรายผล	70
ข้อเสนอแนะ	74
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	83
ภาคผนวก ข ค่าความสอดคล้อง (IOC)	89
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	93
ประวัติผู้วิจัย	78

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	รายชื่อกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ในเขตอำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม	16
2	จำนวนหน่วยตัวอย่างในแต่ละกลุ่มย่อยจำแนกตามระดับการศึกษา และอาชีพ	44
3	คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
4	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน	54
5	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ (ผ้าไหมมัดหมี่)	55
6	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา	56
7	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดจำหน่าย	57
8	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด	58
9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านบุคลากร	59
10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านลักษณะทางกายภาพ	60

11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ด้านกระบวนการให้บริการ	61
12	ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	62
13	เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	63
14	ความแปรปรวนความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม ที่มีอาชีพแตกต่างกัน	64
15	ข้อเสนอแนะความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดบริการของกลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม	65

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1 รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ	30
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	42



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY