

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหางานวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตการวิจัย	2
ตัวแปรที่ศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
สมมุติฐานของงานวิจัย	3
การสุ่มตัวอย่าง	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
กรอบแนวคิด	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ภาพรวมของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย	5
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	7
ทฤษฎีปัจจัยทางการตลาด	15
ข้อมูลเครื่องแต่งกายมุสลิม	16
ข้อมูลสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	40
การกำหนดประชากร ขนาดตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง	40
แหล่งที่มาของข้อมูล	40
การสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม	41
การทดสอบความเชื่อมั่น	42
การวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	43
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม	50
ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน	54
ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมุติฐาน	56

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	71
สรุปผล	71
อภิปรายผล	76
ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	84
แบบสอบถาม	85-89

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แสดงการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ	21
4.1	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	43
4.2	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	44
4.3	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	44
4.4	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	45
4.5	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	45
4.6	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	45
4.7	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะเสื้อผ้าที่สวมใส่	46
4.8	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามประเภทเสื้อผ้าซื้อสำเร็จรูป	46
4.9	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามประเภทเสื้อผ้าสั่งตัด	47
4.10	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทสีที่ชอบ	47
4.11	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทชนิดของผ้า	47
4.12	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทผิวสัมผัสของเนื้อผ้า	48
4.13	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายที่ชอบ	48
4.14	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าตามประเภทลวดลายประยุกต์ที่ ชอบ	49
4.15	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเสื้อผ้าผลิตมาจากประเทศ	49
4.16	แสดงความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย จำแนกตามการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม	50
4.17	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการแต่งกาย	54
4.18	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้า แฟชั่นมุสลิม	54
4.19	แสดงความถี่ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้า แฟชั่นมุสลิม	55
4.20	แสดงการทดสอบสมมติฐานค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามเพศ	56
4.21	แสดงการทดสอบสมมติฐานค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามอายุ	57
4.22	แสดงการทดสอบสมมติฐานค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามอาชีพ	57
4.23	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามอาชีพ	58
4.24	แสดงการทดสอบสมมติฐานค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามการศึกษา	59
4.25	แสดงการทดสอบสมมติฐานค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามรายได้	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.26	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามรายได้	60
4.27	แสดงการทดสอบสมมติฐานค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามสถานภาพ	60
4.28	แสดงการทดสอบความแตกต่างค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนกตามสถานภาพ	61
4.29	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้านลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามเพศ	62
4.30	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้านลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามอายุ	63
4.31	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้านลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามอาชีพ	64
4.32	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้านลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามการศึกษา	66
4.33	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้านลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามรายได้	67
4.34	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อของประชาชน ด้านลักษณะการแต่งกาย และความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม จำแนก ตามสถานภาพ	68
4.35	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น มุสลิมมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม	70
5.1	การทดสอบสมมติฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพที่แตกต่างกัน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้า แฟชั่นมุสลิมแตกต่างกัน	74
5.2	การทดสอบสมมติฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อ เสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม	75
5.3	การทดสอบสมมติฐานข้อมูลการตัดสินใจเลือกซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม มี ความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นมุสลิม	76

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	แสดงกรอบแนวความคิด	4
2.1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมการซื้อขายที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค	8
2.2	แสดงรูปแบบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคซึ่งมี 4 ประการ	10
2.3	แสดงชุดแพคเกจส่งเสริมและการคลุมผ้าฮิญาบ	19