

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปในปัจจัยทางชีวสังคมของผู้บริโภค ..	62
2	แสดงความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองต่อปี	64
3	แสดงเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	65
4	แสดงจำนวนผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน	66
5	แสดงปัจจัยด้านคุณภาพที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	67
6	แสดงปัจจัยด้านราคา ที่ ผู้บริโภค ใช้พิจารณา ในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	68
7	แสดงความนิยมของผู้บริโภคในการนำผ้ามาผลิตเป็นเครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ	69
8	แสดงโทนสีของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง ที่ผู้บริโภคต้องการ	70
9	แสดงความต้องการของผู้บริโภคในชนิดหรือประเภทของผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	70
10	แสดงความต้องการของผู้บริโภคใน เรื่องลวดลายผ้าที่นำมาผลิตเป็น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	71
11	แสดงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการจัดงานครั้งนี้ของผู้บริโภคจากสื่อต่างๆ	72
12	แสดงร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ เพศ และ ความถี่ ในการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	73
13	แสดงร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ เพศ และ เหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมือง	74
14	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบ สัดส่วนของเพศ และ จำนวนผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน	75
15	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของเพศและจำนวนผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน	75

16	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ เพศ และ ปัจจัยด้านคุณภาพ ที่ ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	76
17	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ เพศ และ ปัจจัยด้านราคา ที่ ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	77
18	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของเพศ และ ความนิยมของผู้บริโภค ในการนำผ้ามาผลิตเป็นเครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ	77
19	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ เพศ และ โทนสีของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองที่ผู้บริโภคต้องการ	78
20	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของเพศและความต้องการของผู้บริโภค ในประเภทของผ้า ที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	79
21	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของเพศและความต้องการของผู้บริโภค ในเรื่องลวดลายผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย.....	80
22.	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ เพศ และ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การจัดงานครั้งนี้ของผู้บริโภคจากสื่อต่างๆ.....	81
23	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของช่วงอายุ และ ความถี่ในการซื้อ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	82
24	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของช่วงอายุ และ เหตุผลที่เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	83
25	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของช่วงอายุ และ จำนวนผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน	84
26	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของช่วงอายุและจำนวนผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน	85
27	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของช่วงอายุ และปัจจัยด้านคุณภาพ ที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	86
28	แสดงร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ช่วงอายุ และ ความนิยมของ ผู้บริโภคในการนำผ้ามาผลิตเป็นเครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ.....	87
29	แสดงจำนวนในการเปรียบเทียบสัดส่วนของช่วงอายุและโทนสีของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง ที่ผู้บริโภคต้องการ	88

30	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของช่วงอายุ และ ความต้องการของ ผู้บริโภคในประเภทของผ้า ที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย.....	89
31	แสดง ร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของช่วงอายุ และความต้องการของ ผู้บริโภคในเรื่องลวดลายผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	90
32	แสดง ร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของช่วงอายุ และ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การดำเนินงานครั้งนี้ของผู้บริโภคจากสื่อต่างๆ.....	91
33	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ระดับการศึกษา และ ความถี่ ในการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	92
34	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ระดับการศึกษา และ เหตุผลที่ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	93
35	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ระดับการศึกษา และ จำนวน ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน.....	94
36	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ระดับการศึกษา และ จำนวน ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน.....	95
37	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของระดับการศึกษา และปัจจัยด้าน คุณภาพที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	96
38	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของระดับการศึกษา และปัจจัยด้าน ราคาที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	97
39	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของระดับการศึกษาและความนิยม ของผู้บริโภคในการนำผ้ามาผลิตเป็นเครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ.....	98
40	แสดง จำนวนในการเปรียบเทียบสัดส่วนของระดับการศึกษา และ โทนสีของ ผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง ที่ผู้บริโภคต้องการ	99
41	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของระดับการศึกษาและความต้องการ ของผู้บริโภคในประเภทของผ้า ที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย.....	100
42	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของระดับการศึกษาและความต้องการ ของผู้บริโภคในเรื่องลวดลายผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	101
43	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของระดับการศึกษา และ การรับรู้ ข้อมูลข่าวสารการดำเนินงานครั้งนี้ของผู้บริโภคจากสื่อต่างๆ	102

44	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพ และ ความถี่ในการซื้อ ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	103
45	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพ และ เหตุผลที่เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	104
46	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพ และ จำนวนผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน	105
47	แสดง ร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ อาชีพ และ จำนวนผลิตภัณฑ์ เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน	106
48	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพ และ ปัจจัยด้านคุณภาพ ที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	107
49	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพ และ ปัจจัยด้านราคา ที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	108
50	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพและความนิยมของผู้บริโภค ในการนำผ้ามาผลิตเป็นเครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ	109
51	แสดงจำนวนในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพและโทนสีของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง ที่ผู้บริโภคต้องการ	110
52	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพ และ ความต้องการของ ผู้บริโภคในประเภทของผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย.....	111
53	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพ และ ความต้องการของ ผู้บริโภคในเรื่องลวดลายผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	111
54	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของอาชีพและการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การจัดงานครั้งนี้ของผู้บริโภคจากสื่อต่างๆ.....	112
55	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของรายได้ต่อเดือน และ ความถี่ใน การซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	113
56	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของรายได้ต่อเดือนและเหตุผลที่เลือก ซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	114
57	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ รายได้ต่อเดือน และ จำนวน ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน.....	115

58	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ รายได้ต่อเดือน และ จำนวน ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคมียู่ในปัจจุบัน.....	116
59	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของรายได้ต่อเดือนและปัจจัยด้าน คุณภาพที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	117
60	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของรายได้ต่อเดือนและปัจจัยด้าน ราคาที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	118
61	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของรายได้ต่อเดือนและความนิยมของ ผู้บริโภคในการนำผ้ามาผลิตเป็นเครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ.....	119
62	แสดงจำนวนในการเปรียบเทียบสัดส่วนของรายได้ต่อเดือนและทุนสีของ ผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองที่ผู้บริโภคมียู่.....	120
63	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของรายได้ต่อเดือนและความต้องการ ของผู้บริโภคในประเภทของผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย.....	121
64	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของรายได้ต่อเดือนและความต้องการ ของผู้บริโภคในเรื่องลวดลายผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	122
65	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของรายได้ต่อเดือนและการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการจัดงานครั้งนี้ของผู้บริโภคจากสื่อต่างๆ.....	123
66	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสถานภาพสมรส และ ความถี่ใน การซื้อผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	124
67	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ สถานภาพสมรส และ เหตุผลที่ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	125
68	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ สถานภาพสมรส และ จำนวน ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าที่ผู้บริโภคมียู่ในปัจจุบัน.....	126
69	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ สถานภาพสมรส และ จำนวน ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคมียู่ในปัจจุบัน.....	126
70	แสดงร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ สถานภาพสมรสและปัจจัยด้าน คุณภาพ ที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	127
71	แสดงร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ สถานภาพสมรสและปัจจัยด้าน ราคา ที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	128

72	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสถานภาพสมรสและความนิยมของผู้บริโภคในการนำผ้ามาผลิตเป็นเครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ.....	128
73	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสถานภาพสมรสและโทนสีของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองที่ผู้บริโภคต้องการ	129
74	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของสถานภาพสมรสและความต้องการของผู้บริโภคในประเภทของผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย.....	130
75	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ สถานภาพสมรส และ ความต้องการของผู้บริโภคเรื่องลวดลายผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ..	130
76	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ สถานภาพสมรส และ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการจัดงานครั้งนี้ของผู้บริโภคจากสื่อต่างๆ	131
77	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของภูมิลำเนาเดิม และ ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	132
78	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของภูมิลำเนาเดิมและเหตุผลที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมือง	133
79	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ภูมิลำเนาเดิม และ จำนวนผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน.....	134
80	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ภูมิลำเนาเดิม และ จำนวนผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ผู้บริโภคมีอยู่ในปัจจุบัน.....	134
81	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ภูมิลำเนาเดิมและ ปัจจัยด้านคุณภาพที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	135
82	แสดง ร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ภูมิลำเนาเดิมและ ปัจจัยด้านราคาที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP	136
83	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของภูมิลำเนาเดิมและความนิยมของผู้บริโภคในการนำผ้ามาผลิตเป็นเครื่องแต่งกายประเภทต่างๆ.....	136
84	แสดงร้อยละ ในการเปรียบเทียบสัดส่วนของ ภูมิลำเนาเดิม และ โทนสีของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองที่ผู้บริโภคต้องการ	137
85	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของภูมิลำเนาเดิม และความต้องการของผู้บริโภคในประเภทของผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย.....	138

86	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของภูมิลำเนาเดิมและความต้องการ ของผู้บริโภคในเรื่องลวดลายผ้าที่นำมาผลิตเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย	139
87	แสดงร้อยละในการเปรียบเทียบสัดส่วนของภูมิลำเนาเดิมและการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารการจัดงานครั้งนี้ของผู้บริโภค จากสื่อต่างๆ	139
88	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองของผู้บริโภค โดยจำแนกตามเพศ	150
89	แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองของผู้บริโภค โดยจำแนกตามภูมิลำเนาเดิม....	151
90	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองของผู้บริโภคโดยจำแนกตามช่วงอายุ...	152
91	แสดงการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมืองของผู้บริโภค โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	153
92	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้าและเสื้อผ้าพื้นเมืองของผู้บริโภค โดยจำแนกตามอาชีพ	155
93	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของ ปัจจัยในการตัดสินใจ เลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมือง ของผู้บริโภคโดยจำแนกตามรายได้ ต่อเดือน	156
94	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ประเภทผ้า และ เสื้อผ้าพื้นเมืองของผู้บริโภค โดยจำแนกตาม สถานภาพสมรส	157