



**การศึกษาค้นคว้าของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดของ
ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมผ้าในเขตกรุงเทพมหานคร**

ยุพาพรรณ บัวสวัสดิ์

**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์**

พ.ศ. 2549

ISBN 974-671-536-4

**A study of consumer's opinion in marketing mix of schiffli
embroidery fabric in Bangkok area**

YUPAPUN BUASAWAT

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
Department of Business Administration
Graduate School Dhurakij Pundij University**

2006

ISBN 974-671-536-4

เลขทะเบียน.....	0193053
ปีลงทะเบียน.....	28 ก.พ. 2553
เลขเรียกหนังสือ.....	37
	656.1343
	21447
	125493
	21



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์
ผ้าลูกไม้ปักในเขตกรุงเทพมหานคร

เสนอโดย น.ส.ยุพาพรรณ บัวสวัสดิ์

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ (การจัดการการตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.วิรัช สงวนวงศ์วาน

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.จรัญญา ปานเจริญ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ผศ. ดร.อดิสรณ์ พงศ์หัตถ์)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รศ.วิรัช สงวนวงศ์วาน)

..... กรรมการ
(ผศ.ดร.จรัญญา ปานเจริญ)

..... กรรมการ
(รศ.ยุพธนา ธรรมเจริญ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ คำธิชอบ)

วันที่ 28 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2549

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญตาราง.....	๑๐
สารบัญภาพ.....	๑๑
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ส่วนที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิต.....	9
2.2 ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล.....	15
2.3 ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด.....	17
2.3.1 ผลิตภัณฑ์.....	20
2.3.2 ราคา.....	28
2.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย.....	36
2.3.4 การส่งเสริมการตลาด.....	39
2.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	52
2.5 ส่วนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	60
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	65
3.1 ตัวแปรที่ศึกษาค้นคว้า.....	65
3.2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย.....	66
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	66

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 สมมุติฐานงานวิจัย.....	67
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	68
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
4.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะกลุ่มตัวอย่าง.....	73
4.2 ตอนที่ 2 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น.....	75
4.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต.....	76
4.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาด.....	80
4.5 ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	89
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	100
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	100
5.2 อภิปรายผล.....	102
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย.....	110
บรรณานุกรม.....	113
ภาคผนวก.....	117
ประวัติผู้เขียน.....	126

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

1.1 สถิติการส่งออกสิ่งทอของไทยปี 2546 และ 2547 (เดือนมกราคม-กันยายน).....	2
2.1 องค์ประกอบของมิติของรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	10
3.1 แสดงการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	67
4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา.....	73
4.2 ค่าความเชื่อมั่น.....	75
4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความกิจกรรม(Activities), โดยจำแนกออกเป็นผู้ที่มีความตื่นตัว (Active) และ ไม่ตื่นตัว (Passive).....	76
4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความสนใจ(Interests) โดยจำแนกออกเป็นผู้ที่มีความตื่นตัว (Active) และ ไม่ตื่นตัว (Passive).....	77
4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านความคิดเห็น(Opinions) โดยจำแนกออกเป็นผู้ที่มีความตื่นตัว (Active) และ ไม่ตื่นตัว (Passive).....	78
4.6 ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	79
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ผู้ตอบแบบสอบถามในด้านผลิตภัณฑ์(Product) ต่อระดับความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	85
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ผู้ตอบแบบสอบถามในด้านราคา (Price) ต่อระดับความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	86
4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ผู้ตอบแบบสอบถามในด้านสถานที่ (Place) ต่อระดับความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)ต่อระดับความสำคัญในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมสำเร็จรูป.....	88
4.11 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสถานภาพและ ส่วนประสมการตลาด.....	89
4.12 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Sig. ของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ และการจัดจำหน่าย.....	90
4.13 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Sig. ของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และส่วนประสมการตลาด.....	91
4.14 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Sig. ของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุ และการจัดจำหน่าย.....	92
4.15 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ และส่วนประสมการตลาด.....	93
4.16 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ และส่วนประสมการตลาด.....	94
4.17 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา และส่วนประสมการตลาด.....	94
4.18 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Sig. ของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการศึกษา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์.....	95
4.19 จำนวน ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ Sig. ของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการศึกษา และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย.....	96
4.20 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	97
4.21 สรุปความน่าจะเป็นในการยอมรับสมมติฐาน สำหรับทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ และรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	98

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด.....	18
2.2 ผลិតภักษ์ 5 ระดับ.....	25
2.3 แบบจำลองเปรียบเทียบการกำหนดราคาโดยใช้ต้นทุนและคุณค่าเป็นฐาน.....	34
2.4 แบบจำลองขั้นตอนการผลิตผ้าลูกไม้ปัก.....	54
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	66
4.1 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านผลิตภักษ์ (Product) ต่อความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภักษ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	80
4.2 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านผลิตภักษ์(Product) ต่อความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภักษ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	81
4.3 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านผลิตภักษ์ (Product) ต่อความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภักษ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	82
4.4 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการจัดจำหน่าย (Place) ต่อความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภักษ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	82
4.5 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการจัดจำหน่าย (Place) ต่อความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภักษ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	83
4.6 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามใน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภักษ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	83
4.7 ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามใน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อความคิดเห็นในการเลือกซื้อผลิตภักษ์ผ้าลูกไม้ปัก.....	84