

สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่ 2.1	แสดงคำถามคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมกรบรีโศค		16
ตารางที่ 2.2	งานวิจัยและประเด็นที่เกี่ยวข้อง		24
ตารางที่ 3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง		27
ตารางที่ 3.2	กลุ่มตัวอย่างและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย		29
ตารางที่ 4.1	ราคาของผลิตภัณฑ์		35
ตารางที่ 4.2	ผ้าทอก่อนการออกแบบใหม่		60
ตารางที่ 4.3	ผลิตภัณฑ์และราคา		82
ตารางที่ 5.1	แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ		103
ตารางที่ 5.2	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ		103
ตารางที่ 5.3	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ		104
ตารางที่ 5.4	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา		104
ตารางที่ 5.5	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ		105
ตารางที่ 5.6	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน		106
ตารางที่ 5.7	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการอาศัยอยู่ในเขต		107
ตารางที่ 5.8	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานที่เข้าร่วม		107
ตารางที่ 5.9	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชื่อของงานที่เข้าร่วม		108
ตารางที่ 5.10	วัตถุประสงค์หลักในการซื้อผ้าพื้นถิ่น		110
ตารางที่ 5.11	ช่วงเวลาในการซื้อผ้าพื้นถิ่น		110
ตารางที่ 5.12	ลักษณะในการซื้อผ้าพื้นถิ่น		111
ตารางที่ 5.13	ลวดลายของผ้าพื้นถิ่น		111
ตารางที่ 5.14	โทนสีของผ้าพื้นถิ่น		112
ตารางที่ 5.15	แหล่งที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น		112
ตารางที่ 5.16	วิธีซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น		113
ตารางที่ 5.17	สถานการณ์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น		113
ตารางที่ 5.18	สถานการณ์ในการตัดสินใจหลักในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น		114
ตารางที่ 5.19	ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น		114
ตารางที่ 5.20	สาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่นเป็นเครื่องแต่งกาย		115
ตารางที่ 5.21	สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น		115

ตารางที่	5.22	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่น ในด้านผลิตภัณฑ์	116
ตารางที่	5.23	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่น ในด้านคุณสมบัติผ้าพื้นถิ่นที่ต้องการ	116

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	5.24	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านส่วนผสมของเส้นใย	117
ตารางที่	5.25	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นด้านราคา	117
ตารางที่	5.26	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านการจัดจำหน่าย	118
ตารางที่	5.27	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้จำหน่าย	118
ตารางที่	5.28	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านการส่งเสริมการตลาด	119
ตารางที่	5.29	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านสื่อ	119
ตารางที่	5.30	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านโครงสร้าง	120
ตารางที่	5.31	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านคุณค่าของ งานศิลปะและความงาม	121
ตารางที่	5.32	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านประโยชน์ ใช้สอย	121
ตารางที่	5.33	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านโครงสร้าง	122
ตารางที่	5.34	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม	123
ตารางที่	5.35	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านประโยชน์ใช้สอย	123

ตารางที่	5.36	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อการจัดหน้าร้าน	124
ตารางที่	5.37	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อป้ายแสดงข้อมูลสินค้า	124
ตารางที่	5.38	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อเว็บไซต์	125
ตารางที่	5.39	แสดงคำร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	125
ตารางที่	5.40	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	126
ตารางที่	5.41	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	126
ตารางที่	5.42	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	5.43	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	127
ตารางที่	5.44	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	129
ตารางที่	5.45	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่	130
ตารางที่	5.46	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานที่เข้าร่วม	130
ตารางที่	5.47	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชื่อของงานที่เข้าร่วม	131
ตารางที่	5.48	วัตถุประสงค์หลักในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	132
ตารางที่	5.49	ช่วงเวลาในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	132
ตารางที่	5.50	ลักษณะในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	133
ตารางที่	5.51	ลวดลายของผ้าพื้นถิ่น	133
ตารางที่	5.52	โทนสีของผ้าพื้นถิ่น	133
ตารางที่	5.53	แหล่งที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	134
ตารางที่	5.54	วิธีซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	134
ตารางที่	5.55	สถานการณ์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	135
ตารางที่	5.56	สถานการณ์ในการตัดสินใจหลักในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	135
ตารางที่	5.57	ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	136
ตารางที่	5.58	สาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่นเป็นเครื่องแต่งกาย	136
ตารางที่	5.59	สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	137

ตารางที่	5.60	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านผลิตภัณฑ์	137
ตารางที่	5.61	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านคุณสมบัติผ้าพื้นถิ่นที่ต้องการ	138
ตารางที่	5.62	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านส่วนผสมของเส้นใย	138
ตารางที่	5.63	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นด้านราคา	139
ตารางที่	5.64	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นใน ด้านการจัดจำหน่าย	139
ตารางที่	5.65	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นใน ด้านที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้จำหน่าย	140
ตารางที่	5.66	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นใน ด้านการส่งเสริมการตลาด	140

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	5.67	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านสี	141
ตารางที่	5.68	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านโครงสร้าง	142
ตารางที่	5.69	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านคุณค่าของ งานศิลปะและความงาม	142
ตารางที่	5.70	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านประโยชน์ ใช้สอย	143
ตารางที่	5.71	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านโครงสร้าง	144
ตารางที่	5.72	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม	144
ตารางที่	5.73	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านประโยชน์ใช้สอย	145

ตารางที่ 5.74	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อการจัดหน้าร้าน	146
ตารางที่ 5.75	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อป้ายแสดงข้อมูลสินค้า	146
ตารางที่ 5.76	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อเว็บไซต์	147
ตารางที่ 6.1	แสดงคำร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	148
ตารางที่ 6.2	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	148
ตารางที่ 6.3	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	149
ตารางที่ 6.4	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	150
ตารางที่ 6.5	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	150
ตารางที่ 6.6	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	152
ตารางที่ 6.7	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่หรือไม่	152
ตารางที่ 6.8	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานที่เข้าร่วม	153
ตารางที่ 6.9	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชื่อของงานที่เข้าร่วม	154
ตารางที่ 6.10	วัตถุประสงค์หลักในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	156
ตารางที่ 6.11	ช่วงเวลาในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	156
ตารางที่ 6.12	ลักษณะในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	156
ตารางที่ 6.13	ลวดลายของผ้าพื้นถิ่น	157

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 6.14	โทนสีของผ้าพื้นถิ่น	157
ตารางที่ 6.15	แหล่งที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	158
ตารางที่ 6.16	วิธีซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	158
ตารางที่ 6.17	สถานการณ์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	159
ตารางที่ 6.18	สถานการณ์ในการตัดสินใจหลักในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	159
ตารางที่ 6.19	ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	160
ตารางที่ 6.20	สาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่นเป็นเครื่องแต่งกาย	160
ตารางที่ 6.21	สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	161

ตารางที่	6.22	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านผลิตภัณฑ์	161
ตารางที่	6.23	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านคุณสมบัติผ้าพื้นถิ่นที่ต้องการ	162
ตารางที่	6.24	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านส่วนผสมของเส้นใย	162
ตารางที่	6.25	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นด้านราคา	163
ตารางที่	6.26	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านการจัดจำหน่าย	163
ตารางที่	6.27	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้จำหน่าย	164
ตารางที่	6.28	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านการส่งเสริมการตลาด	164
ตารางที่	6.29	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านสื่อ	165
ตารางที่	6.30	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านโครงสร้าง	166
ตารางที่	6.31	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านคุณค่าของ งานศิลปะและความงาม	166
ตารางที่	6.32	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านประโยชน์ ใช้สอย	167
ตารางที่	6.33	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านโครงสร้าง	168
ตารางที่	6.34	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม	168

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	6.35	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านประโยชน์ใช้สอย	169
ตารางที่	6.36	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ	

ตารางที่	6.37				
ตารางที่	6.38				
ตารางที่	6.39				
ตารางที่	6.40				
ตารางที่	6.41				
ตารางที่	6.42				
ตารางที่	6.43				
ตารางที่	6.44				
ตารางที่	6.45				
ตารางที่	6.46				
ตารางที่	6.47				
ตารางที่	6.48				
ตารางที่	6.49				
ตารางที่	6.50				
ตารางที่	6.51				
ตารางที่	6.52				
ตารางที่	6.53				
ตารางที่	6.54				
ตารางที่	6.55				
ตารางที่	6.56				
ตารางที่	6.57				
ตารางที่	6.58				
ตารางที่	6.59				
ตารางที่	6.60				

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 6.61	ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านผลิตภัณฑ์	184
ตารางที่ 6.62	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านคุณสมบัติผ้าพื้นถิ่นที่ต้องการ	185
ตารางที่ 6.63	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านส่วนผสมของเส้นใย	185
ตารางที่ 6.64	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่น ด้านราคา	186
ตารางที่ 6.65	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านการจัดจำหน่าย	186
ตารางที่ 6.66	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้จำหน่าย	187
ตารางที่ 6.67	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านการส่งเสริมการตลาด	187
ตารางที่ 6.68	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านสี	188
ตารางที่ 6.69	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านโครงสร้าง	189
ตารางที่ 6.70	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านคุณค่าของ งานศิลปะและความงาม	189
ตารางที่ 6.71	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านประโยชน์ ใช้สอย	190
ตารางที่ 6.72	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านโครงสร้าง	191
ตารางที่ 6.73	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ใน ด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม	192
ตารางที่ 6.74	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ใน ด้านประโยชน์ใช้สอย	192
ตารางที่ 6.75	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ Pencil case1	193

ตารางที่	6.76	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ Pencil case2	193
ตารางที่	6.77	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ iPhone Case	194

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	6.78	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ Ipad case	194
ตารางที่	7.1	แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	195
ตารางที่	7.2	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	195
ตารางที่	7.3	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	196
ตารางที่	7.4	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	196
ตารางที่	7.5	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	197
ตารางที่	7.6	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	198
ตารางที่	7.7	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการอาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นหรือไม่	198
ตารางที่	7.8	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานที่เข้าร่วม	199
ตารางที่	7.9	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชื่อของงานที่เข้าร่วม	199
ตารางที่	7.10	วัตถุประสงค์หลักในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	200
ตารางที่	7.11	ช่วงเวลาในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	200
ตารางที่	7.12	ลักษณะในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	201
ตารางที่	7.13	ลวดลายของผ้าพื้นถิ่น	201
ตารางที่	7.14	โทนสีของผ้าพื้นถิ่น	201
ตารางที่	7.15	แหล่งที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	202
ตารางที่	7.16	วิธีซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	202
ตารางที่	7.17	สถานการณ์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	203
ตารางที่	7.18	สถานการณ์ในการตัดสินใจหลักในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	203
ตารางที่	7.19	ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	204
ตารางที่	7.20	สาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่นเป็นเครื่องแต่งกาย	204
ตารางที่	7.21	สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	205

ตารางที่	7.22	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านผลิตภัณฑ์	205
ตารางที่	7.23	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านคุณสมบัติผ้าพื้นถิ่นที่ต้องการ	206
ตารางที่	7.24	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านส่วนผสมของเส้นใย	206
ตารางที่	7.25	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านราคา	207

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	7.26	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านการจัดจำหน่าย	207
ตารางที่	7.27	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้จำหน่าย	208
ตารางที่	7.28	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านการส่งเสริมการตลาด	208
ตารางที่	7.29	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านสี	209
ตารางที่	7.30	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านโครงสร้าง	209
ตารางที่	7.31	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านคุณค่าของ งานศิลปะและความงาม	210
ตารางที่	7.32	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านประโยชน์ ใช้สอย	211
ตารางที่	7.33	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านโครงสร้าง	211
ตารางที่	7.34	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม	212
ตารางที่	7.35	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านประโยชน์ใช้สอย	213

ตารางที่	7.36	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อโลโก้	214
ตารางที่	7.37	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ สื่อประชาสัมพันธ์	215
ตารางที่	7.38	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ ร้านขายของที่ระลึก	215
ตารางที่	7.39	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ อุปกรณ์สำนักงาน	216
ตารางที่	7.40	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ เครื่องประดับตกแต่ง	217
ตารางที่	7.41	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ เครื่องแต่งกาย	217
ตารางที่	7.42	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ บรรจุภัณฑ์	218
ตารางที่	7.43	แสดงคำร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	219

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	7.44	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	219
ตารางที่	7.45	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	220
ตารางที่	7.46	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	220
ตารางที่	7.47	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	221
ตารางที่	7.48	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	222
ตารางที่	7.49	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการอาศัยอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นหรือไม่	223
ตารางที่	7.50	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานที่เข้าร่วม	223
ตารางที่	7.51	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชื่อของงานที่เข้าร่วม	224
ตารางที่	7.52	วัตถุประสงค์หลักในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	225
ตารางที่	7.53	ช่วงเวลาในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	225
ตารางที่	7.54	ลักษณะในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	225
ตารางที่	7.55	ลวดลายของผ้าพื้นถิ่น	226
ตารางที่	7.56	โทนสีของผ้าพื้นถิ่น	226

ตารางที่	7.57	แหล่งที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	227
ตารางที่	7.58	วิธีซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	227
ตารางที่	7.59	สถานการณ์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	228
ตารางที่	7.60	สถานการณ์ในการตัดสินใจหลักในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	228
ตารางที่	7.61	ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	229
ตารางที่	7.62	สาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่นเป็นเครื่องแต่งกาย	229
ตารางที่	7.63	สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	230
ตารางที่	7.64	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านผลิตภัณฑ์	230
ตารางที่	7.65	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านคุณสมบัติผ้าพื้นถิ่นที่ต้องการ	231
ตารางที่	7.66	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านส่วนผสมของเส้นใย	231
ตารางที่	7.67	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นด้านราคา	232
ตารางที่	7.68	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านการจัดจำหน่าย	232
ตารางที่	7.69	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้จำหน่าย	233
ตารางที่	7.70	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านการส่งเสริมการตลาด	233
ตารางที่	7.71	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านสี	234
ตารางที่	7.72	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านโครงสร้าง	235
ตารางที่	7.73	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม	235
ตารางที่	7.74	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านประโยชน์ใช้สอย	236

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	7.75	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักร้องแบบออกแบบใหม่ ในด้านโครงสร้าง	237
ตารางที่	7.76	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักร้องแบบออกแบบใหม่ ในด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม	237
ตารางที่	7.77	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักร้องแบบออกแบบใหม่ใน ด้านประโยชน์ใช้สอย	238
ตารางที่	7.78	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อโลโก้	239
ตารางที่	7.79	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ สื่อประชาสัมพันธ์	240
ตารางที่	7.80	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ ร้านขายของที่ระลึก	240
ตารางที่	7.81	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ อุปกรณ์สำนักงาน	241
ตารางที่	7.82	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ เครื่องประดับตกแต่ง	242
ตารางที่	7.83	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ เครื่องแต่งกาย	242
ตารางที่	7.84	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ บรรจุภัณฑ์	243
ตารางที่	8.1	แสดงค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	244
ตารางที่	8.2	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	244
ตารางที่	8.3	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	245
ตารางที่	8.4	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	245

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	8.5	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	246
ตารางที่	8.6	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	247
ตารางที่	8.7	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการอาศัยอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชหรือไม่	247

ตารางที่	8.8	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานที่เข้าร่วม	248
ตารางที่	8.9	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชื่อของงานที่เข้าร่วม	249
ตารางที่	8.10	วัตถุประสงค์หลักในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	250
ตารางที่	8.11	ช่วงเวลาในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	251
ตารางที่	8.12	ลักษณะในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	251
ตารางที่	8.13	ลวดลายของผ้าพื้นถิ่น	251
ตารางที่	8.14	โทนสีของผ้าพื้นถิ่น	252
ตารางที่	8.15	แหล่งที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	252
ตารางที่	8.16	วิธีซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	253
ตารางที่	8.17	สถานการณ์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	253
ตารางที่	8.18	สถานการณ์ในการตัดสินใจหลักในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	254
ตารางที่	8.19	ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	254
ตารางที่	8.20	สาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่นเป็นเครื่องแต่งกาย	255
ตารางที่	8.21	สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	255
ตารางที่	8.22	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านผลิตภัณฑ์	256
ตารางที่	8.23	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านคุณสมบัติผ้าพื้นถิ่นที่ต้องการ	256
ตารางที่	8.24	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านส่วนผสมของเส้นใย	257
ตารางที่	8.25	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่น ด้านราคา	257
ตารางที่	8.26	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านการจัดจำหน่าย	258
ตารางที่	8.27	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้จำหน่าย	258
ตารางที่	8.28	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านการส่งเสริมการตลาด	259

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า	
ตารางที่	8.29	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ผ้าพื้นถิ่นในด้านสื่อ	259
ตารางที่	8.30	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านโครงสร้าง	260
ตารางที่	8.31	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านคุณค่าของ งานศิลปะและความงาม	261
ตารางที่	8.32	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านประโยชน์ ใช้สอย	261
ตารางที่	8.33	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านโครงสร้าง	262
ตารางที่	8.34	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม	263
ตารางที่	8.35	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ ในด้านประโยชน์ใช้สอย	263
ตารางที่	8.36	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ การจัดหน้าร้าน	264
ตารางที่	8.37	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อ ป้ายแสดงข้อมูลสินค้า	264
ตารางที่	8.38	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อเว็บไซต์	265
ตารางที่	8.39	แสดงคำร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	265
ตารางที่	8.40	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	266
ตารางที่	8.41	ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	267
ตารางที่	8.42	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	267
ตารางที่	8.43	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	268
ตารางที่	8.44	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการอาศัยอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชหรือไม่	269
ตารางที่	8.45	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานที่เข้าร่วม	269
ตารางที่	8.46	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามงานที่เข้าร่วม	270
ตารางที่	8.47	ข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชื่อของงานที่เข้าร่วม	271
ตารางที่	8.48	วัตถุประสงค์หลักในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	272
ตารางที่	8.49	ช่วงเวลาในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	272

ตารางที่	8.50	ลักษณะในการซื้อผ้าพื้นถิ่น	273
ตารางที่	8.51	ลวดลายของผ้าพื้นถิ่น	273
ตารางที่	8.52	โทนสีของผ้าพื้นถิ่น	274

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	8.53	แหล่งที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	274
ตารางที่	8.54	วิธีซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	275
ตารางที่	8.55	สถานการณ์ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	275
ตารางที่	8.56	สถานการณ์ในการตัดสินใจหลักในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	276
ตารางที่	8.57	ความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	276
ตารางที่	8.58	สาเหตุที่เลือกผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่นเป็นเครื่องแต่งกาย	277
ตารางที่	8.59	สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างไม่ชอบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น	277
ตารางที่	8.60	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านผลิตภัณฑ์	278
ตารางที่	8.61	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านคุณสมบัติผ้าพื้นถิ่นที่ต้องการ	278
ตารางที่	8.62	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านส่วนผสมของเส้นใย	279
ตารางที่	8.63	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่น ด้านราคา	279
ตารางที่	8.64	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านการจัดจำหน่าย	280
ตารางที่	8.65	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านที่ผู้ซื้อต้องการจากผู้จำหน่าย	280
ตารางที่	8.66	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านการส่งเสริมการตลาด	281
ตารางที่	8.67	ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผ้าพื้นถิ่นในด้านสื่อ	282
ตารางที่	8.68	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านโครงสร้าง	283
ตารางที่	8.69	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านคุณค่าของ	

		งานศิลปะและความงาม	283
ตารางที่	8.70	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบปัจจุบันในด้านประโยชน์ใช้สอย	284
ตารางที่	8.71	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ในด้านโครงสร้าง	285
ตารางที่	8.72	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ในด้านคุณค่าของงานศิลปะและความงาม	285

สารบัญตาราง (ต่อ)

			หน้า
ตารางที่	8.73	ระดับพึงพอใจผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น รูปแบบที่นักออกแบบออกแบบใหม่ในด้านประโยชน์ใช้สอย	286
ตารางที่	8.74	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อการจัดหน้าร้าน	287
ตารางที่	8.75	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อป้ายแสดงข้อมูลสินค้า	287
ตารางที่	8.76	ลำดับความสำคัญจากความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อเว็บไซต์	288