

กิตติกรรมประกาศ

ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์มาลินี จุโทปะมา อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ
บุรีรัมย์ และอาจารย์ดร.เชาวลิต สิมสวย ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัย
ราชภัฏบุรีรัมย์ ที่ได้กรุณาจัดสรรงบประมาณ ประจำปีพุทธศักราช 2562 ให้คณะวิจัยได้ดำเนินงานวิจัยเรื่อง
“ความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ”
ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล แสดงความคิดเห็น ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญและท่านผู้ทรงคุณวุฒิ
รวมทั้งที่ปรึกษาวิจัยที่กรุณาตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือและเนื้อหาในงานวิจัยเล่มนี้
คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลที่สนใจในการนำผลวิจัยไป
ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคชาว
ไทยและชาวต่างชาติได้

พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองโร
พัลลภา เลิศเจริญวนิช
มิถุนายน 2562

หัวข้อวิจัย	ความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ
ผู้ดำเนินการวิจัย ที่ปรึกษา	พุทธชาติ ลิ้มศิริเรืองโร และพัลลภา เลิศเจริญวนิช รองศาสตราจารย์สมบัติ ประจัญสานต์
หน่วยงาน	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ปี พ.ศ.	2562
เลขที่สัญญารับทุน	5-1/2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างคือ ชาวไทยจำนวน 400 คน และชาวต่างชาติจำนวน 400 คน โดยเลือกจากการสุ่มแบบเจาะจง ในการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบันจากสื่อโฆษณา จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยเลือกจากการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบเก็บข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน และ 2) แบบสอบถามความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งเป็นการบรรยายเชิงสรุปของประเด็นเนื้อหาต่างๆ

ผลการวิจัยพบว่า 1) เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบันที่พบมากที่สุดจาก 30 ตัวอย่างคือ ชื่อผลิตภัณฑ์ ราคาต่อหน่วย และช่องทางจัดจำหน่ายหรือติดต่อ 2) ความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือของทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, $SD = 0.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับความต้องการจากมากไปน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการจำเป็นมากที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับราคาต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.74$) รองลงมา คือ เนื้อหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดส่งหากสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ($\bar{X} = 4.40$, $SD = 0.74$) เนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือเป็นสิ่งจำเป็น ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.80$) โดยทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญของช่องทางการรับข่าวสาร ในการรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ด้านโซเชียลเน็ตเวิร์ค ด้านโซเชียลมีเดีย และ ด้านเสิร์ชเอนจิน และ 3) แนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ คือ เนื้อหาควรเป็นเนื้อหาพื้นฐานที่จำเป็นต่อการตัดสินใจในการซื้อของลูกค้า โดยเน้นการทำสื่อในรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อเข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม มีเนื้อหาเพิ่มเติมที่สำคัญคือ ช่องทางการจัดส่งและหลักฐานการส่งสินค้า วิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ การชำระค่าสินค้าพร้อมช่องทางการชำระสินค้า หลักฐานการส่งสินค้า หมายเลขทะเบียนการค้า สินค้าที่มีจำหน่ายในสต็อกสินค้า เป็นต้น โดยนำเนื้อหาบรรจุไว้ในช่องทางการรับข่าวสารที่ลูกค้าต้องการ

คำสำคัญ ความต้องการจำเป็น เนื้อหา ลูกค้าชาวไทย ลูกค้าชาวต่างชาติ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ

Research Title Content Needs of Thai and Foreign Customers towards Hand Weaving Silk Products
Researchers Puttachart Limsiriruengrai and Pallapa Lertcharoenwanich
Research Consultant Sombat Prajongsant
Organization Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University
Year 2019
Funding Contract Number 5-1/2562

ABSTRACT

The 3 objectives of the study were: 1) to analyze products contents of hand weaving silk products available at present, 2) to investigate the content needs of Thai and foreign customers towards the hand weaving silk products, and 3) to suggest guidelines for developing products contents of hand weaving silk products for marketing communication with Thai and foreign customers. The sample groups included 400 Thais and 400 foreigners selected by using a purposive sampling method. For analyzing products contents of hand weaving silk products available at present from advertising media, 30 samples were used by employing a purposive sampling method as well. Research tools used in data collection were 1) a data collection form for analyzing products contents of hand weaving silk products available at present and 2) a set of questionnaire form inquiring for the content needs. The quantitative data were analyzed by using percentage, mean (\bar{X}) and Standard Deviation (S.D). The qualitative data were analyzed by implementing descriptive analysis.

The results showed that 1) the product contents available at present found from the 30 samples at the highest level were product names, price per unit, and distribution channels or contact information, 2) the overall needs of the Thai and foreign customers for hand weaving product contents was a high level (3.82). When considering each aspect and placing in descending order, it was found that the samples needed the content on price per unit at the highest level (4.42), followed by content on delivery channel when the order is made (4.40), and content on how to take care the hand weaving products (4.27), respectively. Moreover, the Thai and foreign customers placed their emphasis on social network, social media, and search engine as the first 3 channels of their information exposure channels. And 3) the guidelines for

developing products contents of hand weaving products for marketing communication with Thai and foreign customers included that the contents should be basic information needed for making purchasing decision of the customers by focusing on making the up-to-date medias to approach every group of customers. The additional important information needed in the customers information exposure channels were delivery channels and proof of delivery, ways to take care the hand weaving products, product payment including payment channels, commercial registration certificate/numbers, in-stock products, etc.

Keywords: content needs, Thai and foreign customers, hand weaving silk products

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย.....	2
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการจำเป็น.....	4
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด	7
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	8
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	15
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	16
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	16
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	17
3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	19
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	20
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	20
3.6 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล.....	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ ที่มีในปัจจุบัน	24
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาว ไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	25
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมทอมือในการสื่อสารทางการตลาดสำหรับลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ	34
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	36
5.1 สรุปผลการวิจัย	36
5.2 อภิปรายผล	37
5.3 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	40
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	41
บรรณานุกรม	42
บรรณานุกรมภาษาไทย	42
บรรณานุกรมภาษาอังกฤษ	43
ภาคผนวก	44
ภาคผนวก ก เครื่องมือในการทำวิจัย	45
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....	54
ภาคผนวก ค การประเมินความสอดคล้อง (Index of consistency : IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ	56
ภาคผนวก ง รูปภาพกิจกรรมวิจัย.....	61
ประวัติคณะผู้วิจัย	67

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาประกอบผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมทอมือที่มีในปัจจุบัน	24
ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมทอมือ	25
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละความสำคัญของช่องทางการรับข่าวสารของลูกค้าชาวไทย	27
ตารางที่ 4.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	28
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละความสำคัญของช่องทางการรับข่าวสารของลูกค้าชาวต่างชาติ	30
ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นด้านเนื้อหาของลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทอมือ	31
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละความสำคัญของช่องทางการรับข่าวสารของลูกค้าชาวไทยและ ชาวต่างชาติ	33

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่	
2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	15