

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	5
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	6
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
วิธีการศึกษา	12
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	14
ระยะเวลาในการดำเนินการ	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่	20

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ สินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด เชียงใหม่	26
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้า หัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ และข้อเสนอแนะ	70
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	72
สรุปผลการศึกษา	72
อภิปรายผลการศึกษา	84
ข้อค้นพบ	87
ข้อเสนอแนะ	92
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก	98
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	15
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	16
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	16
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	17
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามภูมิลำเนา	18
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ (รวมครั้งนี้)	18
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้	19
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาที่จังหวัดเชียงใหม่	19
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ	20
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัสดุที่เลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ	20
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเด็นในการพิจารณาหรือให้ความสำคัญการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ	21
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ มากที่สุด	22
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจที่ซื้อในแต่ละครั้ง	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ ในจังหวัดเชียงใหม่	23
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจจากสถานที่ที่ระบุในข้อ 15	23
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ ในจังหวัดเชียงใหม่	24
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ ในครั้งล่าสุด	25
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการ/ขั้นตอนในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ	25
4.20	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	26
4.21	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา	29
4.22	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่	30
4.23	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	32
4.24	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	34
4.25	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเพศ	35
4.26	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	38
4.27	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามเพศ	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.28	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	42
4.29	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	44
4.30	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	45
4.31	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	48
4.32	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	50
4.33	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	53
4.34	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	55
4.35	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
4.36	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	60
4.37	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	62
4.38	แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
4.39	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.40	แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาที่พบในการซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ	70
5.1	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	88
5.2	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	89
5.3	แสดงสรุป 5 ลำดับร้อยละของปัญหาหนัก ที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	90
5.4	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามเพศ	90
5.5	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามอายุ	91
5.6	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมพวงกุญแจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	92