

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับ	2
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี	3
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	3
นิยามศัพท์	9
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
แผนดำเนินการศึกษา	12
ขอบเขตของการวิจัย	12
การเก็บข้อมูล	13
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	13
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	90
สรุปผลการศึกษา	90
อภิปรายผลการศึกษา	107
ข้อค้นพบ	110
ข้อเสนอแนะ	113
บรรณานุกรม	117

	หน้า
ภาคผนวก	118
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	119
ภาคผนวก ข รายชื่อร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องประดับอัญมณีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	127
ประวัติผู้เขียน	130

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
7 แสดงจำนวนและร้อยละของเขตที่พักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของเครื่องประดับอัญมณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ (โดยส่วนใหญ่)	19
9 แสดงจำนวนและร้อยละของเครื่องประดับอัญมณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเจ้าของแล้ว	21
10 แสดงจำนวนและร้อยละของเครื่องประดับอัญมณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ เป็นเจ้าของขึ้นไป	23
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตัวเรือนของเครื่องประดับ อัญมณีที่ชื่นชอบและต้องการเป็นเจ้าของ	24
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ เครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี	24
13 แสดงจำนวนและร้อยละของโอกาสพิเศษในการใช้เครื่องประดับอัญมณีของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	25
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้มีอิทธิพลใน การตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี	26
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับร้านค้าอัญมณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับ	27
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอิทธิพลของข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับร้านค้าอัญมณีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณี	28
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ต่อการให้บริการของร้านค้าอัญมณี	28
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการให้บริการ จากร้านค้าอัญมณี	29

ตาราง	หน้า
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ตั้งของ ร้านค้าอัญมณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้บริการ	29
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการเปรียบเทียบ คุณภาพและราคาของเครื่องประดับอัญมณีก่อนตัดสินใจซื้อ	30
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระเงิน	30
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการ ซื้อเครื่องประดับอัญมณีเฉลี่ยต่อครั้ง	31
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการ ซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี	31
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการ สั่งทำเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี	32
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการหลังการขาย จากร้านค้าอัญมณี	33
26 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้บริการ	34
27 แสดงความนิยมต่อประเภทตัวเรือนเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	35
28 แสดงวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	36
29 แสดงถึงผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	37
30 แสดงช่วงเวลา que ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการใช้บริการจากร้านเครื่องประดับอัญมณี จำแนกตามเพศ	38
31 แสดงลักษณะการใช้บริการจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	38
32 แสดงแหล่งที่ตั้งของร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ จำแนกตามเพศ	39
33 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ ร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี จำแนกตามเพศ	39

ตาราง	หน้า
34 แสดงวิธีการชำระเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการจากร้านค้า เครื่องประดับอัญมณี จำแนกตามเพศ	40
35 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	40
36 แสดงความถี่ในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	41
37 แสดงลักษณะการให้บริการสั่งทำสินค้าเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	41
38 แสดงลักษณะการให้บริการหลังการขายจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	42
39 แสดงความนิยมต่อประเภทตัวเรือนเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	43
40 แสดงวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	44
41 แสดงถึงผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	45
42 แสดงช่วงเวลา que ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการใช้บริการจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี จำแนกตามอายุ	46
43 แสดงลักษณะการให้บริการจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	47
44 แสดงแหล่งที่ตั้งของร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ จำแนกตามอายุ	48
45 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ ร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี จำแนกตามอายุ	49
46 แสดงวิธีการชำระเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการจากร้านค้า เครื่องประดับอัญมณี จำแนกตามอายุ	49
47 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	50
48 แสดงความถี่ในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	51
49 แสดงลักษณะการให้บริการสั่งทำสินค้าเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	51

ตาราง	หน้า
50 แสดงลักษณะการให้บริการหลังการขายจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	52
51 แสดงความนิยมต่อประเภทตัวเรือนเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	53
52 แสดงวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	54
53 แสดงถึงผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	56
54 แสดงช่วงเวลาที่คุณตอบแบบสอบถามต้องการใช้บริการจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี จำแนกตามรายได้	58
55 แสดงลักษณะการให้บริการจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	60
56 แสดงแหล่งที่ตั้งของร้านค้าเครื่องประดับอัญมณีที่คุณตอบแบบสอบถามใช้บริการ จำแนกตามรายได้	61
57 แสดงการเปรียบเทียบคุณภาพและราคาของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ ร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี จำแนกตามรายได้	62
58 แสดงวิธีการชำระเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการจากร้านค้า เครื่องประดับอัญมณี จำแนกตามรายได้	63
59 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	64
60 แสดงความถี่ในการซื้อเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	65
61 แสดงลักษณะการให้บริการส่งทำสินค้าเครื่องประดับอัญมณีของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	66
62 แสดงลักษณะการให้บริการหลังการขายจากร้านค้าเครื่องประดับอัญมณี ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	67
63 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการ ตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจาก ร้านค้าอัญมณี	69

ตาราง	หน้า
64 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี	70
65 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี	71
66 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี	72
67 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามเพศ	73
68 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามอายุ	74
69 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
70 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามเพศ	78
71 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามอายุ	79
72 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80

ตาราง	หน้า
73 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามเพศ	81
74 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามอายุ	82
75 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	83
76 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามเพศ	85
77 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามอายุ	86
78 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและระดับนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณีจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88
79 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี จำแนกตามเพศ	98
80 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี จำแนกตามอายุ	99
81 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกซื้อเครื่องประดับอัญมณีจากร้านค้าอัญมณี จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	101