

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ค
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
ทฤษฎีและแนวคิด	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	12
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>15</b>
ขอบเขตเนื้อหา	15
ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	15
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	15
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	16
การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้	16
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	17
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>18</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	19
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการจากร้านค้าของรูปพรรณ	23
ส่วนที่ 3 ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ	30
ส่วนที่ 4 ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจำแนกตามอายุและรายได้	40

ส่วนที่ 5	สภาพปัญหาในการใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ	65
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	<b>67</b>
	สรุปผลการศึกษา	67
	อภิปรายผลการศึกษา	90
	ข้อค้นพบ	97
	ข้อเสนอแนะ	99
<b>บรรณานุกรม</b>		<b>103</b>
<b>ภาคผนวก</b>		<b>105</b>
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา	106
	ภาคผนวก ข รายชื่อร้านค้าของรูปพรรณในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำแนกตามสถานที่ตั้ง	116
<b>ประวัติผู้เขียน</b>		<b>119</b>

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	19
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	19
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	20
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส	20
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	21
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	22
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเขตที่พักอาศัย	22
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ	23
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทำเลที่ตั้งในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ	23
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านค้าทองรูปพรรณก่อนการเลือกใช้บริการ	24
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ	24
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ	25
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ	25
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของการเลือกใช้บริการร้านค้าทองรูปพรรณ	26
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบของทองรูปพรรณที่เลือกซื้อ	27
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเลือกซื้อทองรูปพรรณเฉลี่ยต่อครั้ง	28
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเปลี่ยนแปลงลวดลายทองรูปพรรณ	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ	30
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ	31
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ	32
21	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ	33
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ	34
23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ	35
24	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการจัดแสดงสินค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ	36
25	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ	38
26	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านพนักงานขายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ	39
27	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณจำแนกตามอายุ	40
28	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ จำแนกตามอายุ	42
29	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ จำแนกตามอายุ	43
30	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณ จำแนกตามอายุ	45

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
31	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการจัดแสดงสินค้า ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามอายุ	47
32	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามอายุ	49
33	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านพนักงานขายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามอายุ	51
34	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	53
35	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	55
36	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56
37	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	57
38	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการจัดแสดงสินค้า ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	59
39	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	61
40	แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยด้านพนักงานขายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
41	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาต่าง ๆ ในการใช้บริการร้านค้าของรูปพรรณ	65
42	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจำแนกตามกลุ่มอายุ	70
43	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
44	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ จำแนกตามกลุ่มอายุ	72
45	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	73
46	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการจำแนกตามกลุ่มอายุ	75
47	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
48	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการจำแนกตามกลุ่มอายุ	77
49	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	78
50	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการจัดแสดงสินค้า ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจำแนกตามกลุ่มอายุ	80
51	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์และการจัดแสดงสินค้า ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	81
52	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการจำแนกตามกลุ่มอายุ	83
53	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	84
54	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านพนักงานขายที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการจำแนกตามกลุ่มอาชีพ	86
55	สรุปเปรียบเทียบระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านพนักงานขายที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
56	สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณที่มีผลมากเป็น อันดับแรก จำแนกตามอายุ	88
57	สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านค้าทองคำรูปพรรณที่มีผลมากเป็น อันดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	89

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1	แสดงแบบจำลองที่ใช้อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคตามทฤษฎีสั่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response Theory หรือ S-R Theory)	6
2	แสดงรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคในตัวแบบกล่องดำ	6
3	แสดงคำถาม 7 คำถาม เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	8
4	แสดงแนวคิดทางการตลาด	9
5	แสดงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดค้าปลีก	11