

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญแผนภาพ	ท
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>9</b>
3.1 ขอบเขตการศึกษา	9
3.2 วิธีการศึกษา	9
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>12</b>
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
4.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	21
4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	31
4.4 ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5   สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	49
5.1   สรุปผลการศึกษา	49
5.2   อภิปรายผลการศึกษา	56
5.3   ข้อค้นพบ	58
5.4   ข้อเสนอแนะ	59
บรรณานุกรม	60
ภาคผนวก	61
ประวัติผู้เขียน	70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	13
4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	14
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	14
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	15
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทวีปและประเทศของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	16
8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยมาเชียงใหม่	18
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการอยู่ใน จังหวัดเชียงใหม่	18
10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคย/ไม่เคยมา ไนท์บารมีมาก่อน	19
11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่พัก	19
12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะทางจากสถานที่พัก มายังไนท์บารมี	20
13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จัก ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	21
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการเดินทางมาซื้อ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ ไนต์บารมี จังหวัดเชียงใหม่	22
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดประสงค์ที่ซื้อ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ ไนต์บารมี จังหวัดเชียงใหม่	23
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งของการมาซื้อ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ ไนต์บารมี จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับการมาท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้	23

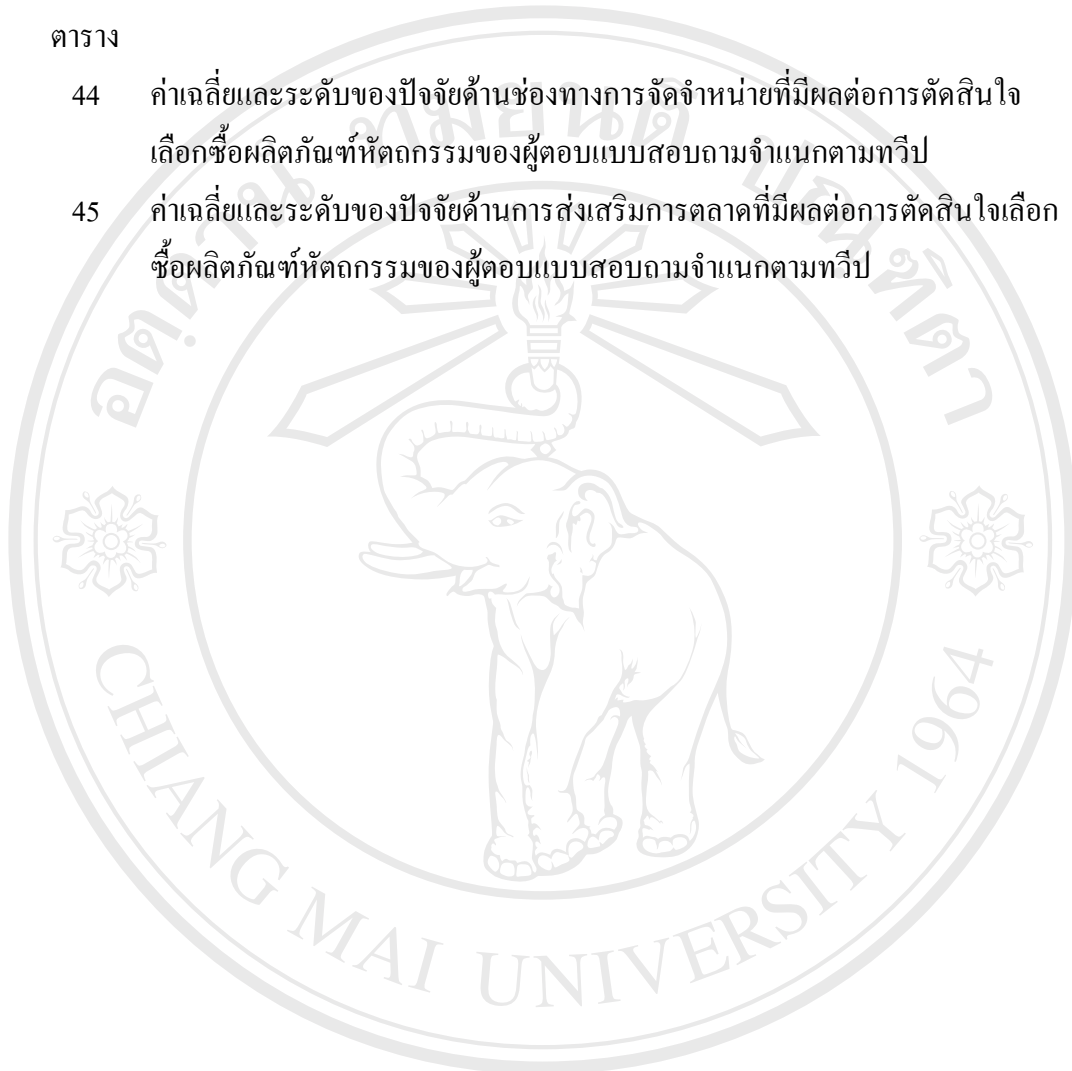
## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ ในที่บazaar จังหวัดเชียงใหม่	24
18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ ในที่บazaar จังหวัดเชียงใหม่	24
19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ ในที่บazaar จังหวัดเชียงใหม่	25
20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ซื้อในหมวดสินค้าไม้แกะสลัก	25
21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ซื้อในหมวดสินค้าเครื่องจักรสาน	26
22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ซื้อในหมวดสินค้าเครื่องปั้นดินเผา	26
23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ซื้อในหมวดสินค้าเฟอร์นิเจอร์	27
24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ซื้อในหมวดสินค้าพื้นเมือง	27
25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ซื้อในหมวดไม้กลึง	28
26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ซื้อในหมวดสินค้าอื่น ๆ	28
27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ซื้อ	29
28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอื่นๆ ที่อยากซื้อนอกเหนือจากในแบบสอบถาม	29
29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	30
30 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม	31



สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
44 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทวีป	46
45 ค่าเฉลี่ยและระดับของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทวีป	47



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพ		หน้า
1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้ออย่างง่าย หรือ S-R Theory	5
2	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค(Consumer Behavior Model)	6



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved