

4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ ในจังหวัดเชียงใหม่	23
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจจากสถานที่ที่ระบุในข้อ 15	23
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ ในจังหวัดเชียงใหม่	24
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ ในครั้งล่าสุด	24
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการ/ขั้นตอนในการซื้อสินค้าหัตถกรรม ประเภทพวงกุญแจ	25
4.20	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	25
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

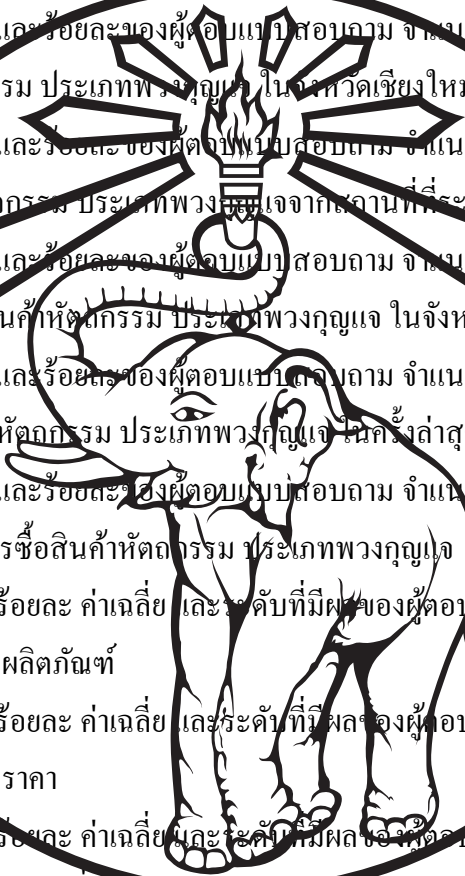


มหาวิทยาลัย มช.เชียงใหม่

บัณฑิตวิทยาลัย

CHANG MAI UNIVERSITY

1964



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