

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	3
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	4
2.2 ทฤษฎีเบื้องต้นอุปสงค์	8
2.3 ทฤษฎีแรงจูงใจ	9
2.4 แบบจำลองโลจิส	10
2.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประชากรและตัวอย่างของการศึกษา	18
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	19
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	19
3.5 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	19

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
4.2 พฤติกรรมการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
4.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืน	43
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
5.1 ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง	48
5.2 ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืน ของกลุ่มตัวอย่าง	49
5.3 ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืน ของกลุ่มตัวอย่าง	51
5.4 ข้อเสนอแนะ	51
5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	52
เอกสารอ้างอิง	55
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก ค่าสถิติ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ	58
ภาคผนวก ข ข้อมูลเกี่ยวกับสถานประกอบการในเขตนิคมอุตสาหกรรม ภาคเหนือ จังหวัดลำพูน	61
ภาคผนวก ค สรุปประเด็นสำคัญพระราชบัญญัติสถานบริการ	67

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงอัตราการขยายตัว และ โครงสร้างการผลิตรายภาค (ร้อยละ)	1
1.2 แสดงจำนวนแรงงานในเทคนิคอุตสาหกรรมภาคเหนือ (จำแนกตามเพศ)	2
1.3 แสดงปริมาณผลิตภัณฑ์มวลรวม และรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีของจังหวัดลำพูน	2
4.1 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	4
4.2 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	24
4.3 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนาเดิม	25
4.4 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส	26
4.5 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา	26
4.6 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	27
4.7 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามระยะเวลาการทำงาน ในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน	28
4.8 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งของรายได้	29
4.9 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการวางแผนการใช้จ่าย	29
4.10 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเพียงพอของรายได้อีกกับค่าใช้จ่าย	30
4.11 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีเงินออมต่อเดือน	30
4.12 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินออมต่อเดือน	31
4.13 แสดงของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืน ภายใน 1 เดือน	32
4.14 แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามเพศ	32
4.15 แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามอายุ	33
4.16 แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามการศึกษา	34
4.17 แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามระดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	35
4.18 แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตาม สถานภาพสมรส	36

4.19	แสดงจำนวนครั้งของการใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืน	37
4.20	แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามประเภท ของสถานบันเทิงที่ไปใช้บริการ	37
4.21	แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามวัน ในการไปใช้บริการ	38
4.22	แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามช่วงเวลา ของเดือนในการไปใช้บริการ	39
4.23	แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามจำนวน คนthatไปใช้บริการต่อครั้ง	39
4.24	แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามผู้ที่มี ส่วนชักชวนในการไปใช้บริการ	40
4.25	แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามค่าใช้จ่าย ในการไปใช้บริการแต่ละครั้ง	40
4.26	แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามประเภท ของรายการอาหารที่เสียค่าใช้จ่ายมากที่สุด	41
4.27	แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามระยะเวลา ในการอยู่ในสถานบันเทิง	42
4.28	แสดงจำนวนของผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในเวลากลางคืนจำแนกตามสาเหตุ ในการไปใช้บริการสถานบันเทิง	42
4.29	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Maximum Likelihood Estimate	46
4.30	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal effect	47
4.31	แสดงค่าสถิติของตัวแปรต่างๆเชิงพรรณนา	59
4.32	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ(Correlation)	60

สารบัญภาพ

รูป

- 1 แผนภาพแสดงแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2 แผนภาพแสดงขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ

หน้า

5  
8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved