

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 กรอบแนวความคิด	4
2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.2.1 ทฤษฎีอุปสงค์	6
2.2.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ	8
2.2.3 ทฤษฎีการบริโภค	11
2.2.4 ทฤษฎี Engle-Blackwell-Miniard Model	12
2.2.5 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด	14
2.2.6 ทฤษฎีการประเมินค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น	15
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	25

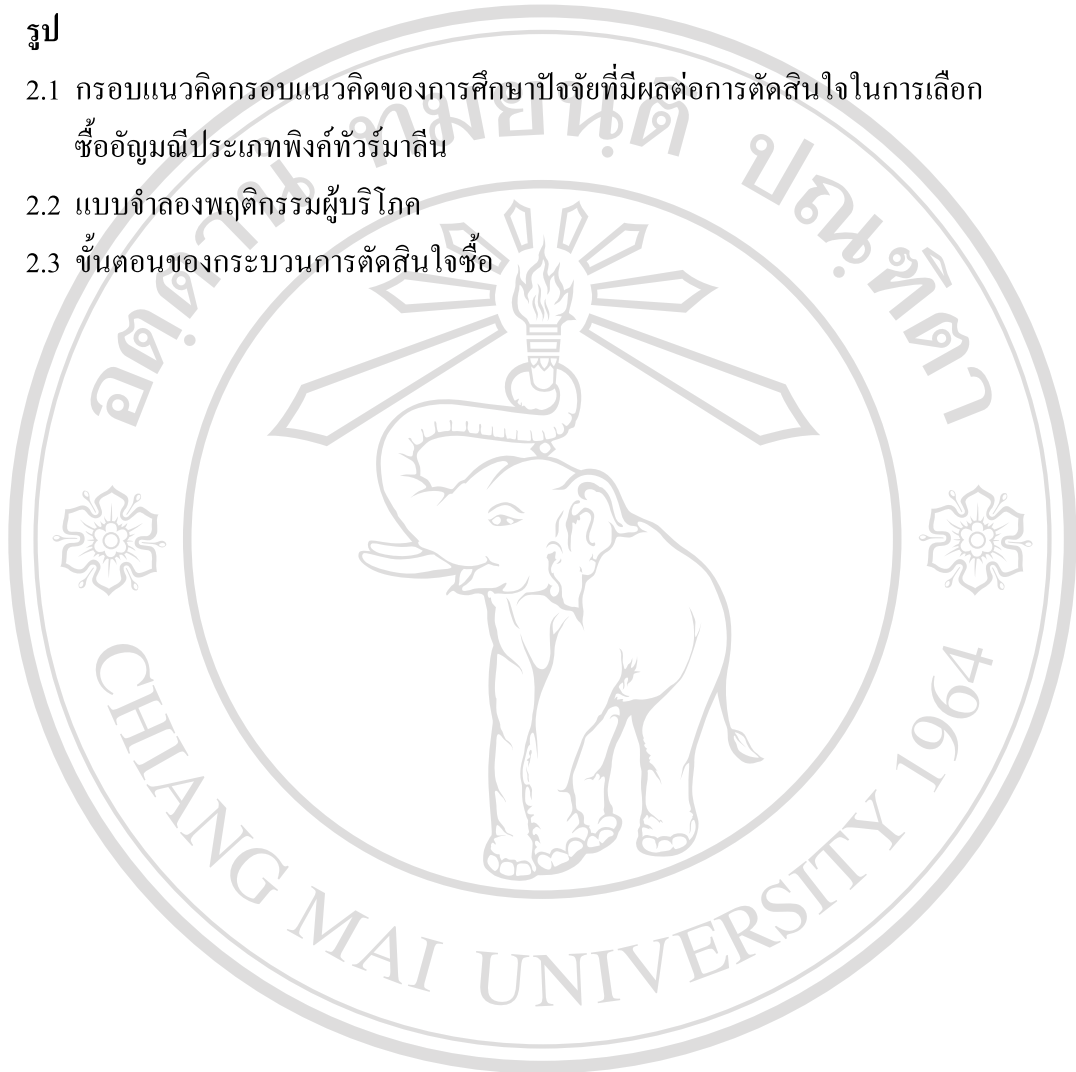
3.2	วิธีการประมวลผลและการวิเคราะห์	25
บทที่ 4 ผลการศึกษา		
4.1	ข้อมูลทั่วไป	32
4.2	พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ	39
4.3	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออัญมณีประเภทพมิงค์ทั้งรมาสิน	42
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ		
5.1	สรุปผลการศึกษา	47
5.2	ข้อเสนอแนะ	49
	เอกสารอ้างอิง	50
	ภาคผนวก	
	ภาคผนวก ก ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท	53
	ภาคผนวก ข แบบสอบถามการวิจัย	59
	ประวัติผู้เขียน	63

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	33
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ	34
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	35
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	36
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	37
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	38
4.7 จำนวนและร้อยละของสาเหตุในการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ	40
4.8 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ	41
4.9 จำนวนและร้อยละของเวลาโดยเฉลี่ยในการสวมใส่อัญมณีและเครื่องประดับ	41
4.10 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธี maximum likelihood estimates	45
4.11 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธี marginal effect	46

## สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดกรอบแนวคิดของการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้ออัญมณีประเภทพิงค์ทัวร์มาลีน	5
2.2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	8
2.3 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ	10



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved