

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.4 ขอบเขตการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
2.1.1 แนวคิดทฤษฎีอุปสงค์	6
2.1.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	8
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	11
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	17
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	18
3.3 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	18
3.4 วิธีการศึกษา	20

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	23
4.2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อของสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย	27
4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรม	35
4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย	40
4.5 ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย	47

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา	52
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	53
5.5 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	57

เอกสารอ้างอิง

58

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

60

ประวัติผู้เขียน

72

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ย้อนหลัง (ปีพ.ศ. 2548 - 2552)	3
1.2 สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ปีพ.ศ. 2553 (มค.-กย)	4
4.1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ	25
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	26
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิลำเนา	27
4.4 จำนวนและร้อยละแยกตามสินค้าวัตถุประสงค์ในการซื้อเฟอร์นิเจอร์	28
4.5 จำนวนและร้อยละแยกตามสินค้าวัตถุประสงค์ในการซื้อไม้แกะสลัก	28
4.6 จำนวนและร้อยละแยกตามสินค้าวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าประดับตกแต่ง	29
4.7 จำนวนและร้อยละแยกตามสินค้าวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องเรือนและงานกลึง	30
4.8 จำนวนและร้อยละจำแนกตามแหล่งข้อมูล	31
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ	32
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการเดินทาง	33
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่าย	34
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการชำระเงิน	34
4.13 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็น	35
4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็น ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	36
4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็น ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	37
4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายเป็น	38

4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย ของนักท่องเที่ยวชาวไทย	39
4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	40
4.19 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	41
4.20 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายต่อ ปัจจัยด้านราคา	42
4.21 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายต่อ ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย	43
4.22 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ	45
4.23 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวายต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร	46
4.24 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย เรียงตามลำดับที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด	47
4.25 ข้อมูลความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย	48
4.26 ข้อมูลความพึงพอใจด้านราคาในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย	48
4.27 ข้อมูลความพึงพอใจด้านสถานที่และการจัดจำหน่ายในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย	49
4.28 ข้อมูลความพึงพอใจด้านการให้บริการและการส่งเสริมการตลาด ในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย	50
4.29 ข้อมูลความพึงพอใจด้านบุคลากรในการซื้อสินค้าหัตถกรรมบ้านถวาย	51

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	12
3.1 แสดงความสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ หัตถกรรมบ้านถวาย	18

