

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	8
ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	8
ขอบเขตเนื้อหา	8
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	8
การรวบรวมข้อมูล	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	9
การรายงานผลการศึกษา	10
ระยะเวลาในการศึกษา	10
บทที่ 4 ผลการศึกษา	11
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ	15
ส่วนที่ 3 ความต้องการปัญหาและข้อเสนอแนะในการซื้อผลิตภัณฑ์ อัญมณีและเครื่องประดับ	39
ส่วนที่ 4 ปัญหา ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ	53

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	55
สรุปผลการศึกษา	55
อภิปรายผล	66
ข้อค้นพบ	68
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	70
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	71
บรรณานุกรม	72
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	73
ภาคผนวก ข รายชื่อร้านค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	81
ประวัติผู้เขียน	83

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	12
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	12
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	13
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	13
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก	14
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	14
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญในการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ	15
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของเครื่องประดับ	16
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัสดุตัวเรือนของเครื่องประดับ	16
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอัญมณีของเครื่องประดับที่ประกอบจากอัญมณี	17
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเฉลี่ยในการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	18
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ	19
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ที่ซื้ออัญมณีและเครื่องประดับจากร้านค้าโดยเฉลี่ย	19
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออัญมณีและเครื่องประดับ	20
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับร้านค้าอัญมณีและเครื่องประดับ	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่เลือกซื้อ อัญมณีและเครื่องประดับ	21
17	แสดงจำนวนและร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อ	22
18	แสดงจำนวนและร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญต่อการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
19	แสดงจำนวนและร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มี ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบ แบบสอบถาม	25
20	แสดงจำนวนและร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความ สำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบ สอบถาม	26
21	ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและ เครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
22	ปัจจัยทางด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	28
23	ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณี และเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	29
24	ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณี และเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	30
25	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและ เครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	31
26	ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	33
27	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณี และเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	35
28	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและ เครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	37

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	แสดงจำนวนและร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
30	แสดงจำนวนและร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
31	แสดงจำนวนและร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
32	แสดงจำนวนและร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
33	ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	43
34	ปัญหาทางด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	44
35	ปัญหาทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	45
36	ปัญหาทางด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	46
37	ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	47
38	ปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	49
39	ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	50
40	ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	52
41	แสดงการเปรียบเทียบ ระหว่างปัจจัย และปัญหา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับ	65



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved