

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
3.1 ขอบเขตและการศึกษา	12
3.2 วิธีการศึกษา	13
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	13
3.4 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	14
3.5 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	14
บทที่ 4 ผลการศึกษา	15
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการซื้อเครื่องประดับเงินในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	27

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ และเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	60
5.1 สรุปผลการศึกษา	60
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	65
5.3 ข้อค้นพบการศึกษา	67
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษา	70
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	75
แบบสอบถาม	76
ประวัติผู้เขียน	92

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มประเทศอเมริกา	16
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มประเทศยุโรป	17
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกลุ่มประเทศเอเชีย	18
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	19
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	19
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	20
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนครั้งที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	20
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่พักอาศัยอยู่	21
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการเดินทาง	21
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่	21
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่ทำให้รู้จักเครื่องประดับเงิน	22
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหมวดเครื่องประดับที่ซื้อ	23
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินมากที่สุด	23

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เหตุผลหลัก ในซื้อเครื่องประดับเงิน	24
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ซื้อ เครื่องประดับเงิน	24
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามท่านซื้อ เครื่องประดับเงินมีร้านเป็นประจำหรือไม่	25
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ เปรียบเทียบเครื่องประดับในการตัดสินใจซื้อ	25
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการชำระ เงิน	26
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายใน การซื้อเครื่องประดับเฉลี่ยต่อครั้ง	26
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอ เมืองจังหวัดเชียงใหม่	27
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอ เมืองจังหวัดเชียงใหม่	29
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใน อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	30
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มี ผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	32
ตารางที่ 4.25 ปัจจัยย่อย 10 อันดับแรกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	33

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.26 แสดงแสดงจำนวน ร้อยละ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามหมวดเครื่องประดับ จำแนกตามกลุ่มประเทศ	35
ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน ร้อยละ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อ จำแนกตามกลุ่มประเทศ	36
ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ	37
ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ	41
ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ	43
ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามกลุ่มประเทศ	47
ตารางที่ 4.32 แสดงแสดงจำนวน ร้อยละ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามหมวดเครื่องประดับ จำแนกตามเพศ	49
ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อ จำแนกตามเพศ	50
ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	51

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.35	แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	54
ตารางที่ 4.36	แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	55
ตารางที่ 4.37	แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องประดับเงินในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	58



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved